



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: Plan de negocios para la creación y funcionamiento de la cafetería “Virgen del Quinche” del Distrito Metropolitano de Quito Parroquia el Quinche

AUTORA: Salcedo Quishpe Julia Clemencia

TUTOR METODOLOGICO: Mg. Bravo Pardo John Nietzsche

TUTOR TÉCNICO: Mg. Aizaga Villate Miguel Angel

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2019

Certificación del tutor

En mi calidad del DIRECTOR del proyecto Plan de negocio para la creación y funcionamiento de la cafetería “Virgen del Quinche “Distrito Metropolitano de Quito Parroquia el Quinche, Presentado por la ciudadana Julia Clemencia Salcedo Quishpe estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel Considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación

.....
Tutor Metodológico
Mg. John Nietzsche Bravo Pardo

.....
Tutor Técnico
Mg: Miguel Ángel Aizaga Villate

Declaración de autenticidad

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

.....
Julia Clemencia Salcedo Quishpe
C.I. 1716290257

Aprobación del Tribunal de Grado

El presente trabajo académico ha sido previamente revisado y autorizado para ser expuesto a la sustentación y defensa con la finalidad de obtener el título e Ingeniero en Administración de empresas, de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados e la Universidad Israel, por tanto se autoriza al postulante a la continuación de la misma para efectos de presentación ante el tribunal designado.

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

Presidente del Tribunal

Vocal del Tribunal

Vocal del Tribunal

Dedicatoria

A mis padres por haberme forjado pacientemente para de esa manera ser la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a mis Padres, entre lo que se incluye el ser profesional, me formaron con reglas y con algunas libertades, ustedes me motivaron constantemente para alcanzar mis sueños.

Gracias Madre y Padre

Agradecimiento

Agradezco a Dios y mi madre santísima Virgen del Quinche por haberme otorgado una familia maravillosa quienes han creído siempre en mí dando un ejemplo de superación, humildad y sacrificio enseñándome a valorar todo lo que tengo, a todos ellos dedico mi tesis como trabajo terminado, lo que ellos fomentaron en mí, el deseo de superación y de triunfo en la vida, lo que ha contribuido a la consecución de este logro espero contar siempre con su valioso e incondicional apoyo.

ÍNDICE

Certificación del tutor.....	i
Declaración de autenticidad.....	ii
Aprobación del Tribunal de Grado.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos	xi
Resumen	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1 .1 Contextualización	4
1.1.1. Macro entorno	4
1.1.2. Meso entorno	5
1.1.3. Micro entorno	5
1.2. Investigaciones previas	6
1.3. Cuerpo teórico conceptual	11
1.3.1. Plan de negocios	11
1.3.2. Funcionamiento de un negocio.....	12
1.3.3. Estudio de mercado	12
1.3.4. Tamaño del mercado	12
1.3.5. Análisis de la situación actual del mercado.....	13
1.3.6. Marketing	13
1.3.7. Glosario de términos.....	13

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1.	Enfoque metodológico de la investigación	15
2.1.1.	Tipo de investigación	15
2.1.2.	De campo	15
2.1.3.	Técnicas e instrumentos de investigación	16
2.1.4.	Las encuestas	16
2.1.5.	Población	16
2.1.6.	Muestra	17
2.1.7.	Cálculo de la muestra	17

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1.	Objetivo de la investigación	18
3.1.1.	Recopilación de información	18
3.1.2.	Resultados	18
3.1.3.	Fundamentación de la propuesta	25
3.1.4.	Objetivo	26
3.1.5.	Descripción de la idea de negocio	26
3.1.6.	Análisis FODA	26
3.1.7.	Análisis de la oferta	30
3.1.8.	Análisis de la demanda	30
3.1.9.	Marketing mix	30
3.1.10.	ORGANIZACIÓN	34
3.1.11.	Conformación legal de la empresa	35
3.1.12.	Misión	38
3.1.13.	Visión	39
3.1.14.	Valores	39
3.1.15.	Estructura organizacional	39
3.1.16.	Organigrama estructural	40
3.1.17.	Descripción de funciones área administrativa y operativa	40

3.1.18. Estudio financiero	42
3.1.19. Los objetivos del estudio Económico Financiero:	42
CONCLUSIONES.....	63
RECOMENDACIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	65
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género	18
Tabla 2: Reside en la Parroquia “El Quinche”	19
Tabla 3: Frecuencia de consumo de café.....	19
Tabla 4: Cafeterías del sector	20
Tabla 5: Le gustaría que exista una cafetería	21
Tabla 6: Tipo de café de preferencia	21
Tabla 7: Valor a pagar	22
Tabla 8: Estilo del ambiente	23
Tabla 9: Medios de comunicación usados.....	23
Tabla 10: Servicio a domicilio	24
Tabla 11: Bocaditos adicionales.....	25
Tabla 12: FODA.....	27
Tabla 13: Matriz cruzada.....	28
Tabla 14: Producto	31
Tabla 15: Precios	32
Tabla 16: Inversión inicial del proyecto.....	43
Tabla 17: Ingresos mensuales.....	44
Tabla 18: Gastos Administrativos	44
Tabla 19: Gastos Administrativos se detalla	44
Tabla 20: Gastos administrativos se detalla	45
Tabla 21: Resumen de gastos sueldo Administrativos.....	45
Tabla 22: Gastos suministros limpieza se detalla.....	45
Tabla 23: Gastos ventas.....	46
Tabla 24: Gastos indirectos de producción.....	46
Tabla 25: Costos y gastos de operación cuadro de resumen	47
Tabla 26: Activos fijos	48
Tabla 27: Área administrativa	49
Tabla 28: Área de ventas	49
Tabla 29: Total activos	50
Tabla 30: Activos diferidos	50
Tabla 31: Materia Prima.....	51

Tabla 32: Depreciaciones	53
Tabla 33: Financiamiento del proyecto	55
Tabla 34: Endeudamiento Bancario	55
Tabla 35: Inversión del proyecto	55
Tabla 36: Estado de pérdidas y ganancias	57
Tabla 37: Costo Unitario	58
Tabla 38: Flujo de efectivo	58
Tabla 39: Tasa de inflación	59
Tabla 40: Tabla resultados del VAN y del TIR.....	60
Tabla 41: TIR	61
Tabla 42: Desglose del cálculo de la TIR.....	61
Tabla 43: Resultados del VAN y del TIR.....	61
Tabla 44: VAN	62
Tabla 45: Tasa Interna de Retorno	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género	18
Gráfico 2: Reside en la Parroquia “El Quinche”	19
Gráfico 3: Frecuencia de consumo de café.....	20
Gráfico 4: Cafeterías del sector	20
Gráfico 5: Le gustaría que exista una cafetería	21
Gráfico 6: Tipo de café de preferencia	22
Gráfico 7: Valor a pagar	22
Gráfico 8: Estilo del ambiente	23
Gráfico 9: Medios de comunicación usados.....	24
Gráfico 10: Servicio a domicilio	24
Gráfico 11: Bocaditos adicionales.....	25
Gráfico 12: Las cinco fuerzas de Porter	29
Gráfico 13: Localización	33
Gráfico 14: Página Facebook	34
Gráfico 15: Logotipo	34
Gráfico 16: Planta.....	35
Gráfico 17: Organigrama Estructural	40

Resumen

El presente plan de negocios plantea la creación de una Cafetería en el sector del Quinche dedicada al servicio para la comunidad, la parroquia y sus visitantes con exquisitos productos destinados a satisfacer a todo tipo de persona, en un ambiente agradable con una atención de calidad. Surge por de la necesidad satisfacer gran cantidad de personas que transitan en la parroquia del Quinche. La inexistencia de una cafetería que brinde los servicios y la demanda actual del mercado es de considerar, se conjugan para plantear este plan de negocios. La oportunidad de dedicarse al servicio de la comunidad se reviste de importancia al saber que esta clase de negocio si tendrá una acogida en el sector y en otras personas foráneas; ya que los productos serán de hecho, novedosos, alimenticios y de calidad, además de que la empresa tiene como propósito dar mejor atención al cliente. Tomando como ventaja el sector turístico en la parroquia.

EL principal objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes en un lugar donde puedan socializar aspectos familiares de trabajo entre otros tomando en cuenta que es un lugar acogedor para todo este tipo de diálogos, a su vez degustarían variedad de productos desde un café simple hasta café segmentado adicional estarán productos de preparación rápida para el consumo del cliente. Además, encontraran espacios cómodos y amplios en caso de ser adquiridos para eventos sociales para los clientes con tranquilidad y seguridad en el establecimiento

Cabe recalcar que se realizó un estudio en base a observación directa y mediante lo estudiado en el mercado mismo que es factible y viable la implementación de un lugar donde puedan degustar de nuevos productos, también se realizó encuestas a las personas que habitan en la parroquia de esa misma manera se puede decir que en la Investigación Cuantitativa se buscó obtener información específica de las necesidades de los clientes, mediante datos cuantificables y análisis estadísticos, a través de herramienta como la encuesta.

Palabras claves: Plan de negocios, estudio de factibilidad, modelo de negocios, creación de una cafetería, análisis financiero.

Abstract

The present business plan raises the creation of a cafeteria in the sector of the Quinche dedicated to the service for the community, the parish and its visitors with exquisite products destined to satisfy all type of person, in a pleasant atmosphere with a Quality care. Arises from the need to satisfy a large number of people who travel in the parish of Quinche, the absence of a cafeteria that provides services and the current demand of the market is to consider, are conjugated to raise this business plan. The opportunity to devote to the service of the community is important to know that this kind of business if it will be welcomed in the sector and other foreign people; Since the products will be in fact, novel, Food and quality, besides that the company is intended to give better customer service. Taking advantage of the tourist sector in the parish. Our main objective is to satisfy the needs of our clients in a place where they can socialize familiar aspects of work among others taking into account that it is a cozy place for all this type of dialogues at the same time they would taste variety of Products from simple coffee to additional segmented coffee will be quick-preparation products for customer consumption.

In addition they will find comfortable and ample spaces in case of being acquired for social events for the clients with tranquility and security in the establishment

It should be emphasized that a study was conducted on the basis of direct observation and by what was studied in the marking itself that is feasible and feasible the implementation of a place where they can taste of our products, also conducted surveys to people who live in to parish in the same way we can say that quantitative research was sought to obtain specific information of the needs of the clients, by means of quantifiable data and statistical analyses, through tool like the survey.

Keywords: Improvement plan, satisfaction, customer service, strategies, evaluations

Introducción

El Quinche está entre las parroquias más pobladas del Cantón, con 12850 habitantes debido a que posee un atractivo turístico como es La Virgen del Quinche.

Se parroquializó el 29 de mayo de 1861 y tiene una tiene una vocación agropecuaria y en la actualidad se ha generado un proceso de expansión de empleo por el turismo. "El Quinche", declarado Hogar de la Virgen, publicado 28 junio 2009

Los católicos son creyentes de la Virgen del Quinche, la gente en muchas ocasiones ha visto la necesidad de asistir al santuario para de alguna manera pedir por el bienestar de sus familias y de alguna manera ser bendecidos.

La gente por otro lado, también acude al sector con fin turístico ya que cuentan con el museo de la iglesia, es una parroquia comercial y los fines de semana hay comercialización de personas artesanas que vienen de sectores aledaños a vender sus productos o artesanías, hay almacenes de ropa, locales de comida, pero en muchas ocasiones se ha visto la necesidad de asistir a un lugar donde puedan sentirse como en casa. De allí la necesidad de la creación de una cafetería que brinde bebidas no alcohólicas donde las personas pueden festejar fechas importantes y a la vez puedan degustar de alimentos de buena calidad en un lugar donde se sientan cómodos, compartan con toda libertad con familiares, amistades y puedan invitar a otras personas. El Quinche es conocido por la famosa peregrinación mariana que, año tras año, se realiza en su santuario; sin embargo, la mayoría ignora los antecedentes precolombinos del lugar, que desempeñó importante papel como eje comercial de la zona norte de la Hoya de Quito. El Quinche mantuvo estrechas relaciones de tipo comercial y ceremonial con poblados precolombinos de los valles aledaños, como Guayllabamba y los Chillos, además de estar estrechamente vinculado con los pueblos de las estribaciones orientales andinas, como Oyacachi. Paralelamente a la actividad comercial que se habría desarrollado en la región del Quinche, debió existir un importante manejo de la actividad religiosa, reflejado en la serie de montículos probablemente ceremoniales que existían en la zona.

Situación problemática

En la parroquia del Quinche la gente en muchas ocasiones ha visto la necesidad de asistir a un lugar donde se sientan cómodos y bien atendidos la población de la parroquia del Quinche cuenta con almacenes comerciales, mercados, locales de comidas sin embargo, en el sector se observa la inexistencia de una cafetería a pesar que el sector es turístico no se cuenta con una buena cafetería donde puedan asistir amigos, familiares, cuyo fin no es solo generar una fuente de ingreso, sino también una experiencia de un negocio nuevo para traer clientes, puesto que sería un lugar para un entrenamiento novedoso, con diferentes actividades que sean atractivos hacia los clientes.

Los antecedentes del sector es una ventaja que le da al lugar para la oportunidad para el desarrollo de un plan de negocios de una cafetería de comida saludable en el centro de la Parroquia.

Objetivo general

Realizar el Plan de negocio de la cafetería Distrito Metropolitano de Quito Parroquia del Quinche.

Objetivos específicos

- Fundamentar las teorías para un plan de negocio en la parroquia del Quinche.
- Determinar las preferencias de los productos a ofrecer en el servicio de cafetería.
- Diseñar la estructura y el modelo del negocio de la cafetería de la parroquia del Quinche para ofrecer servicio de Calidad y potenciar al cliente.

Idea a defender

Mediante el Plan de negocio para la creación y funcionamiento de la cafetería “Virgen del Quinche “Distrito Metropolitano de Quito Parroquia el Quinche se logrará, satisfacer la demanda y servicio de la cafetería.

Variable Independiente

Plan de negocio para la creación y funcionamiento de la cafetería “Virgen del Quinche”.

Variable Dependiente

El desarrollo económico de la población del Quinche, mediante la afluencia de los turistas en la Parroquia.

Justificación

La mayor justificación para desarrollar esta idea es la motivación personal pues se considera que en Quinche, todos los lugares son iguales o son muy costosos. Esto surge a partir de experiencias propias al vivir en la parroquia, que es un lugar turístico y comercial, de allí que hacen falta sitios diferentes e innovadores y podría ser rentable a la hora de buscar un negocio para desarrollar. Además, es el sueño como administrador de empresas un lugar propio donde se puedan recrear todo tipo de ideas y así mismo generar empleo y aportar una contribución a la sociedad. Por otra parte, con la realización de este plan de negocio se desea contribuir con el progreso económico y social del país, motivando a los jóvenes ecuatorianos a crear empresa y a buscar cumplir sus metas, además de crecer económicamente.

La investigación es importante desde el punto de vista práctico, ya que potenciará la parte turística al desarrollar el proyecto de la creación de una cafetería como un negocio propio ya que se obtendrá beneficios y es una oportunidad para desarrollar un plan de negocio aplicando los conocimientos y habilidades como estudiante para ser un emprendedor.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Contextualización

1.1.1. Macro entorno

Al comenzar cualquier negocio se requiere un plan de negocio ya que ello permitirá estructurar de la mejor forma la cafetería, saber qué necesita, qué tiene, qué le hace falta, entre otras cosas, ya que en él incluye lo que serían estudios de mercado, costos y una parte financiera, entre otras cosas más. Para iniciar el plan de negocios para cafetería lo primero es definir el mercado, lo cual ayudará a determinar el tipo de cafetería. Además, se necesita precisar la forma de operar, definir parámetros de venta y las estrategias para el desarrollo del negocio.

En México y en otros países los negocios de las cafeterías están en pleno apogeo debido a que cada vez más mexicanos comienzan a consumir café. La realidad es que el país es uno de los mayores productores de café en el mundo, pero no hay una cultura del café y aún menos de su consumo, debido a eso ciertos sectores económicos y financieros del país comenzaron nuevos proyectos que están impulsando el consumo del café en el país. Además, cada vez hay más personas que se interesan por este producto y comienzan a investigar y difundir información sobre ello. Un fenómeno muy común que está adoptando el país, es el consumo del café por jóvenes universitarios, profesionistas y empresarios. Es lo que se respira en esta cafetería situada en una zona de Madrid a la que acuden diariamente turistas, funcionarios y profesionales. Sorprende al público mediante detalles inesperados y llamativos platos, atención y rapidez de los desayunos cubre todas las necesidades a lo largo del día, ofrecen desayunos de calidad que dan paso a los pinchos y aperitivos de media mañana, los almuerzos cuentan con un plato del día adaptando a un público que busca calidad, precio y rapidez a un precio razonable. Por la tarde se sirven copas y meriendas, para termina. Con cerca de 37.000 locales, Andalucía es la comunidad con más bares y cafeterías, seguida a cierta distancia por la catalana, madrileña y valenciana. Publicaciones especializadas de ocio o gastronomía, el reparto de propaganda, el empleo de técnicas de relaciones públicas, como elaborar notas de prensa, patrocinar u

organizar eventos significativos para el público objetivo (exposiciones, música en directo, etc.), o fomentar la boca a boca mediante promociones, e incluso aprovecha también las crecientes oportunidades ofrecidas por la Web para los temáticos, foros o blogs que recopilan, para darse a conocer.

Por otro lado, se debe tener en cuenta que el trato y el buen servicio son indispensables para fidelizar a los clientes y triunfar. Para Fabio Morisi, consultor experto en la puesta en marcha de proyectos de restauración, “es necesario mimar al personal”. Su fórmula es la siguiente: “Hay que seguir formando durante los 365 días y procurar, dentro de lo posible, adaptarse a sus exigencias, sobre todo en los horarios. La gestión del personal requiere un trabajo ‘a la carta’, compartir el éxito, involucrar y pedir opiniones”.

1.1.2. Meso entorno

El consumo de café en Ecuador el mercado ecuatoriano de cafeterías estaba compuesto por empresas de diferentes tamaños, desde las antiguas cafeterías tradicionales de Guayaquil y Quito, pasando por empresas medianas, hasta grandes cadenas presentes en las grandes avenidas y centros comerciales, que representan una fuerte competencia. Por eso se emprendieron varias investigaciones exploratorias que permitiesen una perspectiva más clara del mercado al que pretendían ingresar, transmitir a los clientes. La cafetería Modelo ubicada en el centro histórico de Quito, ha sido un punto de encuentro para quiteños que le gustan probar el queso fresco, un chocolate caliente, café con humitas o los deliciosos pastelillos en un lugar de ambiente acogedor y familiar. Este negocio ha sido administrado por dos generaciones, de padre a hijo. Al iniciarse la expansión de las cafeterías, actualmente existen cuatro locales, incluyendo una dentro de un centro comercial.

1.1.3. Micro entorno

Debido a la cercanía de Quito con la parroquia del Quinche, la expansión de las actividades productivas y de servicios, se ha generado un proceso de expansión del empleo, ya se dio lugar a la creación de entidades captadoras de ahorro de los excedentes generados por los hogares. El Quinche se ha convertido en el centro de ahorro de las parroquias Nororientales del cantón. Resaltándose así fundamentalmente el rol de la

parroquia en la fe católica y la devoción a la imagen de la Virgen del Quinche, teniendo así un impacto positivo el del símbolo de fe. El turismo religioso es fuente de desarrollo económico del sector como consecuencia positiva la integración de la comunidad, que actualmente está interesada en realizar actividades complementarias para la actividad turística, como es la elaboración de mermeladas, con el doble objetivo de rescatar el cultivo ancestral, hoy abandonado, y mejorar sus ingresos económicos, realizando sus ventas en el Quinche

Paralelamente a la actividad comercial que se ha desarrollado almacenes, restaurantes, centros de abastos, panaderías etc.

El plan de negocios busca documentar y comunicar la implementación de estas estrategias y la forma en que debe desarrollarse de manera integral a fin de poder alcanzar los objetivos de la propuesta.

1.2. Investigaciones previas

Propuesta para la creación de una cafetería cristiana en la ciudad de Quito”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL, FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

AUTORA: Tatiana Elisa Manzano Barrionuevo

AÑO: 2013

TEMA: “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA CRISTIANA EN LA CIUDAD DE QUITO”

CONCLUSIONES

A pesar de la gran oferta de establecimientos de alimentos y bebidas, el estudio financiero muestra que mediante la oferta de alimentos, bebidas y entretenimiento con un excelente servicio y los mejores estándares de calidad el proyecto es factible, llegando a la rentabilidad deseada. Mediante la aplicación de los conocimientos recibidos y el estudio exhaustivo de las necesidades de nuestra demanda, se asegura el éxito del mismo

RECOMENDACIONES

La Industria de alimentos y bebidas cada vez es más riguroso por lo que se recomienda desarrollar las Buenas Prácticas Manufactureras para ofrecer un servicio de excelente calidad. Finalmente será de gran importancia poner en práctica el cuadro de acciones del Estudio de Impactos Ambientales para evitar la excesiva generación de residuos y el uso indiscriminado de recursos naturales y energéticos no renovables, lo que contribuirá a la disminución de costos.

APORTE

Mediante este proyecto, el estudio de factibilidad de la creación de una cafetería, arroja que tiene rentabilidad ya que cuenta con excelente servicio de calidad

Creación de una nueva cafetería

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN SANTO TOMÁS

AUTORES: Maricela Alvarado Sánchez y Teresa Granados Ramírez

AÑO: 2013, TEMA: CREACIÓN DE UNA NUEVA CAFETERÍA

CONCLUSIONES

Mediante una encuesta se percibe la aceptación del público, y el conocimiento sobre los gustos y preferencias del mercado objetivo. Los resultados que se obtuvieron fueron satisfactorios, la cafetería si es aceptada por la comunidad estudiantil, también con los datos de la encuesta se obtuvo el rango de precios que les gustaría. Asimismo, el contar con la red inalámbrica es algo que identifican como necesario. Con la información obtenida se diseñó diversas estrategias de mercado para identificar fortalezas, debilidades y las soluciones que son más convenientes al proyecto, algunas de las estrategias

mencionadas son especiales de temporada. como descuentos en la apertura, estrategias de publicidad para dar a conocer el negocio y la calidad de los productos.

RECOMENDACIONES

En la actualidad el servicio de red inalámbrica es indispensable por ello se visualiza una expansión a más sucursales con características similares a futuro. Otro dato importante es que se mantendrá siempre la calidad del producto, la frescura de los mismos y al ir incorporando nuevos alimentos se tomará en cuenta la línea que ya se manejará y se hará un pequeño estudio para determinar la aceptación del mismo, para de este modo obtener a largo plazo los resultados deseados.

APORTE

Mediante las encuestas realizadas se determina la gran aceptación en el área estudiantil, y se destaca la importancia de contar con la red inalámbrica ya que es prescindible para el sector elegido.

Estudio de factibilidad para la creación de la cafetería “Coffee Vip” en el sector norte del distrito metropolitano de quito “

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO

CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

AUTOR: Cristina Germania Buen año Lojano

AÑO: 2012

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA CAFETERÍA “COFFEE VIP” EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO “

CONCLUSIONES

Después del estudio realizado se logró cumplir con los objetivos planteados determinando la factibilidad para la creación de la cafetería Coffee Vip en el distrito metropolitano de Quito. Se pudo conocer la evolución y el crecimiento representativo que han tenido los últimos años negocios de esta categoría, así como los gustos, exigencias y preferencias de los potenciales clientes y la importancia de ofrecer un servicio diferenciando, factor que influye en los clientes al momento de decidir el lugar para un momento agradable con sus amigos familia o pareja y el aroma de un buen café.

RECOMENDACIONES

La nueva cafetería debe brindar un ambiente agradable y acogedor con un servicio diferenciado a fin de cubrir las expectativas de los clientes, empleando tácticas especiales como el marketing directo a través del intercambio y recopilación de información, asimismo utilizar medios de comunicación estratégicos para atraer a un mayor número de potenciales. lugar especial y único que brinda un servicio de excelencia y productos de primera; factores estos que le permitirán ser la mejor y más reconocida dentro del sector.

APORTE

Con la nueva cafetería se encuentran nuevos ambientes agradables y acogedores, la aplicación de un marketing estratégico, la contratación de jóvenes especializados con conocimientos exclusivos, el propósito de cafeterías con excelencia.

Estudio de factibilidad de instalación puesto en marcha de un centro de recreación temático: café – bar - karaoke sector de la UTE campus occidental

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

AUTOR: Albuja Abad Mario Fernando

AÑO: 2014

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE INSTALACIÓN PUESTO EN MARCHA DE UN CENTRO DE RECREACIÓN TEMÁTICO: CAFÉ – BAR - KARAOKE SECTOR DE LA UTE CAMPUS OCCIDENTAL

CONCLUSIONES

Se determinó que el mercado objetivo lo constituyen exclusivamente, los estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), que son 8.229 alumnos luego de realizar el Estudio de Mercado donde se establece que existe una gran demanda insatisfecha que buscan un lugar de diversión que les ofrezca un ambiente sano y agradable por lo que se creará “Zona Vip”. Por todos los aspectos analizados anteriormente se concluye que el presente proyecto tiene viabilidad tanto administrativa, legal, administrativa, operativa y financiera, por lo que puede generar beneficios tanto a los inversionistas, empelados y especialmente a sus clientes.

RECOMENDACIONES

Que se realice un estudio para medir el grado de satisfacción de los clientes; nuevos tipos de café, bebidas, bocaditos que se deberían implementar; monitorear la competencia de esta manera mantener e incrementar la clientela para el café – bar – karaoke. Si bien la experiencia es importante y por ende sirve de apoyo en la toma de decisiones, no se debe descuidar la aplicación de los fundamentos teóricos de una buena administración, que nos ayude a determinar si se están cumpliendo o no con los objetivos planteados y de ser necesario aplicar medidas correctivas. Constantemente mejorar el servicio y la atención al cliente por lo tanto se requiere capacitar al personal por menos cada seis meses.

APORTE

La satisfacción de los clientes será nuevos tipos de café, bocaditos atractivos bebida de sabores una nueva presentación, atracción al cliente mostrando novedad y variedad hacía el producto para el consumo de toda la familia ya que es un producto de consumo general.

1.3. Cuerpo teórico conceptual

1.3.1. Plan de negocios

El Plan de negocios, comienza con la identificación de una necesidad y con la propuesta de una solución. Se indican los elementos clave del producto, el mercado objetivo. Poner en marcha una organización con un futuro próspero, constituye una tarea ambiciosa y difícil de cumplir, pero no imposible.

Para conseguir el éxito hay que luchar por ello; además de la idea, un ambiente armónico y el apoyo de los asociados, es necesario el impulso incansable y constante del equipo de trabajo. La diferencia entre el éxito y el fracaso de la empresa que se desea consolidar, en el equipo de trabajo. (Vinces Chuquimarca, 2018, pág. 12)

Mencionan los objetivos de crear un plan de negocios para redactar un Plan de negocios es indispensable contar con la disposición de tiempo, debido a su arduo trabajo, Este tiempo debe entenderse como una de las primeras y más importantes inversiones en la nueva empresa ya constituida.

Generalmente el plan de negocios les asociado con el documento necesario a elaborar para acceder al requerimiento y poner así en marcha la propuesta de negocio, sin dedicarle a entender el por qué es tan necesario o simplemente, porque lo solicitan. Hoy en día son más las personas que son invitadas a participar en una propuesta de negocio, una de las primeras cosas que preguntan es si se cuenta con un Plan de Negocios; al igual que cuando se busca financiamiento a la propuesta para ponerla en marcha.

El plan de negocios busca documentar y comunicar la implementación de estas estrategias y la forma en que debe desarrollarse de manera integral a fin de poder alcanzar los objetivos finales esperados por la empresa. Es un documento descriptivo, que le debe permitir entender a cualquier persona lo que se hará de forma individual y colectiva para alcanzar los objetivos. (Vinces Chuquimarca, 2018, pág. 7)

1.3.2. Funcionamiento de un negocio

El permiso de funcionamiento para un negocio de productos alimenticios, es el documento otorgado por la autoridad de salud a los establecimientos sujetos de control y vigilancia sanitaria, que cumplen con los requisitos determinados de acuerdo al tipo de establecimiento. El trámite de renovación o por primera vez se lo puede realizar en la Dirección Provincial y en las áreas de salud más cercanas. Los propietarios o representantes legales de los negocios deberán presentar una solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud, con su nombre, número de la cédula o del Registro Único de Contribuyentes (RUC); nombre o razón social o denominación del establecimiento; actividad que se realiza y la ubicación y dependiendo de cada negocio, en la mayoría de los casos, a esta solicitud se deberá adjuntar el RUC, copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal de establecimiento; documentos que acrediten la personería jurídica; plano del establecimiento a escala ; croquis de la ubicación del establecimiento; permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos y las copias de los certificados ocupacionales del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud.

1.3.3. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un asunto que accede obtener información relevante sobre el entorno, realizando el análisis sobre la oferta y demanda del producto o servicio y la aceptación que tendría en el mercado, es decir, nos permite conocer quiénes serían los clientes potenciales el cual va dirigido a los productos de la cafetería, identificando los gustos y preferencias del consumidor con el fin de poder satisfacer las necesidades de la Parroquia, donde está enfocado el presente proyecto.

Malhotra, (2008), indica que “La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing” (p. 5).

1.3.4. Tamaño del mercado

Está conformado de personas que conllevan necesidades, gustos y preferencias del consumidor del producto o servicio, es necesario saber que el mercado es tan diverso de

necesidades y deseos distintos que varían. todos los consumidores no poseen la misma necesidad.

Por esa razón una organización debe estar pendiente de todo lo que ocurre en el mercado para de esa manera adaptar su oferta y estrategias de marketing.

1.3.5. Análisis de la situación actual del mercado

El análisis de la situación en el mercado, se la determinó a través d las 5 fuerzas de Porter, con el propósito de lograr una valoración del entorno en el cual se desplegará el negocio de la cafetería que se encargará de ofrecer un servicio en la parroquia.

1.3.6. Marketing

El marketing consiste en orientar todas las acciones de la empresa hacia la satisfacción de las necesidades y deseos del consumidor de esa orientación se encuentra el concepto de marketing, que es el precepto más importante y fundamental del marketing como disciplina (Schnaars, 1991).

Servicio y producto

Cafetería Virgen del Quinche tiene por objetivo dar un servicio de cafetería que satisfaga la necesidad de los clientes contando con personas capacitadas

1.3.7. Glosario de términos

Cafetería Una cafetería un cafetín o un café simple es un lugar donde se expende otras bebidas donde también existan apetitivos y bocaditos el café es como una tradición la vemos como para reunión, pasar el tiempo un sitio para consumir (Revista lideres 2015)

Análisis de la Demanda: consiste en conocer las preferencias de los consumidores, es por aquello para conocer la factibilidad del proyecto de la cafetería a través de encuestas dirigida al consumidor final (Hernández 2005)

Desarrollo empresarial: Partiendo de la premisa que establece que desarrollo es la mejora cualitativa, cuantitativa y perdurable de una economía y de su funcionamiento, se

puede definir el desarrollo empresarial como el perfeccionamiento de los aspectos cualitativos y el crecimiento en términos económicos, financieros y productivos que Experimentan los cafetaleros salvadoreños. (América Economía, 2011)

Competitividad: Enfoque estratégico a través del cual se busca posicionar una organización con cierto grado de importancia en el mercado, mediante la explotación de ciertas características que le permite marcar diferencias respecto a sus competidores. (Gutiérrez Pulido, 2007)

Rentabilidad operativa: Margen porcentual de la relación entre ganancias, una vez descontados costos y gastos en comparación los ingresos totales, los activos utilizados y el patrimonio disponible. (Chain R, 2007)

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque metodológico de la investigación

El enfoque principal es conocer las opiniones del mercado objetivo sobre la apertura o introducción al mercado con enfoque de la cafetería en la parroquia del Quinche y a su vez conocer las necesidades que se debe que cubrir o se necesitan cubrir sobre el mercado objeto de estudio Según las características del presente trabajo de investigación, es de tipo descriptiva, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes mediante la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. El enfoque de este método de investigación es de recoger los datos sobre la base de exponer y resumir la información de manera cuidadosa y analizar minuciosamente los resultados.

De acuerdo con lo indicado por (Esteban y Molina 2014) “el diseño de una investigación es una planificación que se debe prolongar para desarrollar una investigación en donde se deben de especificar las instrucciones necesarias para tener la información y posteriormente tomar una decisión

2.1.1. Tipo de investigación

El enfoque cuantitativo va de lo general a lo particular, es deductivo, cada etapa conduce de forma lógica a la que viene, sirve para comprobar, explicar o predecir un determinado hecho. Es una muy buena opción para producir conocimiento objetivo, definido, muy particularizado y comprobable.

2.1.2. De campo

Debido a que la información se obtendrá de fuentes primarias, a través de encuestas entrevistas, encuestas y observaciones. Además de realizar siempre la consulta documental debido a que este trabajo permite recolectar la información necesaria, consecuentemente la búsqueda de información se realizará consulta como son: internet y las bibliotecas, mediante la utilización de información escrita como: libros, enciclopedias, revistas, periódicos y otros, que permitirán recopilar información actualizada y sistematizada

Cabe recalcar que, el trabajo fue realizado de manera personal, en una investigación de campo, donde se obtuvo información a través de las encuestas se detallarán más adelante, con sus respectivos análisis e interpretaciones.

2.1.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas de investigación de mercados son técnicas, métodos o formas de recolectar datos o información necesaria para realizar una investigación de mercados”. (Crece Negocios, 2013)

Las técnicas de investigación en conjunto con los instrumentos son metodologías para recopilar información importante de una muestra ya definida anticipadamente.

La técnica que se ha utilizado para el presente trabajo fue la encuesta.

2.1.4. Las encuestas

Son un método de recopilación o levantamiento de información. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden realizar de muchas maneras a través de un cuestionario impreso, por correo, en persona o en la web” (Crece Negocios, 2013).

Las preguntas que componen la encuesta tienen como meta conocer las opiniones de la muestra que se ha escogido

Las encuestas se realizaron en la parroquia del Quinche con fin de conocer, criterios necesidades de los habitantes de la parroquia para la creación de la cafetería la encuesta de la cual contaremos con 10 preguntas abiertas y cerradas. Las encuestas se tomarán de 3-5 minutos se realizará en el parque central de Parroquia del Quinche

2.1.5. Población

Es un conjunto de seres vivos de una especie que habitan en un determinado lugar se utiliza también para referirse al conjunto de viviendas.

La población de habitantes de la parroquia del Quinche está conformada por 12850 mismos que conforman y a su vez tenemos un margen de 6000 turistas cada fin de semana que visitan al santuario.

2.1.6. Muestra

La muestra seleccionada para desarrollar la siguiente encuesta es mediante una muestra por conveniencia debido a la naturaleza del mercado objetivo que tendrá un total de 374 encuestados y se ha decidido usarla con una delimitación temporal durante dos fines de semana, encuestas análisis e interpretación de los instrumentos aplicados el análisis e interpretación de los resultados es “la intervención de los resultados de los análisis de datos de la investigación.

2.1.7. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicará la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas:

Fórmula

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Valor expresado en desviaciones típicas y que está en función de un nivel de confianza dado.

P = Probabilidad de ocurrencia (éxito)

Q = Probabilidad de no ocurrencia (fracaso)

e = Error de estimación

N = 12.850

Z= 95% = 1,96

E= 5%

$$n = \frac{(1,96) (12,850) * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 (12850 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 373,03 //$$

$$(0,05)^2 (12850 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5$$

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Objetivo de la investigación

El estudio cuyo análisis se detalla a continuación, tiene como objeto la creación de una cafetería en la parroquia del quinche mediante un estudio se verifica la viabilidad de proyecto establecido para el sector

3.1.1. Recopilación de información

3.1.2. Resultados

Tabla 1: Género

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
Femenino	188	51,4	51,4
Masculino	186	48,6	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

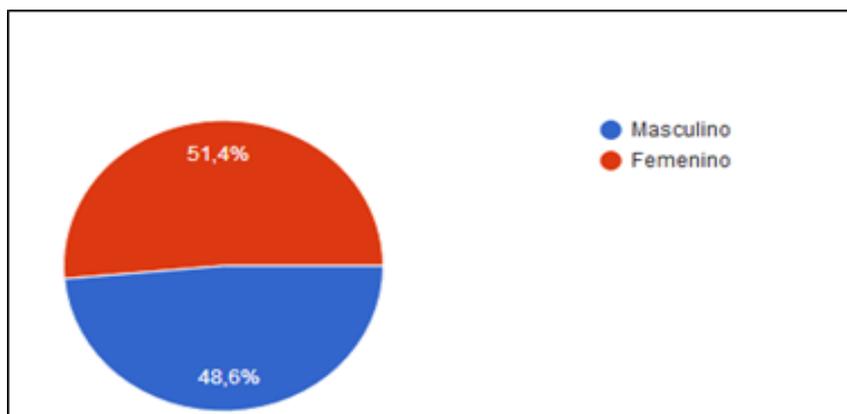


Gráfico 1: Género

Fuente: Salcedo Julia

Análisis

Del total de encuestados el 51,4% corresponde al género femenino y el restante 48,6% corresponde al género masculino.

1. ¿Usted es residente de la Parroquia de El Quinche?

Tabla 2: Reside en la Parroquia “El Quinche”

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
Si	221	59,2	59,2
No	122	32,8	92
Ascasubi	5	1	93
Checa	15	2	95
Inca	4	2	97
Pifo	5	2	99
Fin de semana	2	1	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

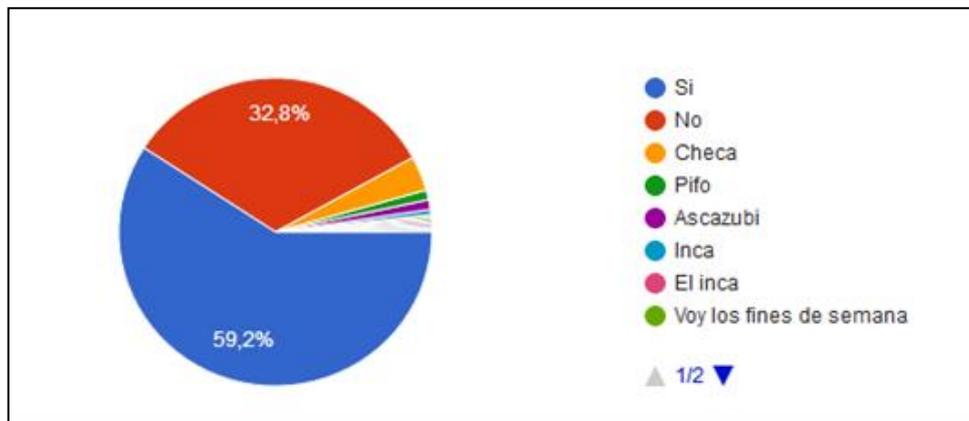


Gráfico 2: Reside en la Parroquia “El Quinche”

Fuente: Salcedo Julia

Análisis

Se concluye que el 59,2% de las encuestados vive en la parroquia de El Quinche, y el 40,8% residen en los sectores aledaños a la Parroquia.

2. ¿Con que frecuencia usted consume café?

Tabla 3: Frecuencia de consumo de café

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
Diario	185	41,1	41,1
Mensual	55	14	55,1
Nunca	22	13,9	69
Semanal	112	31	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

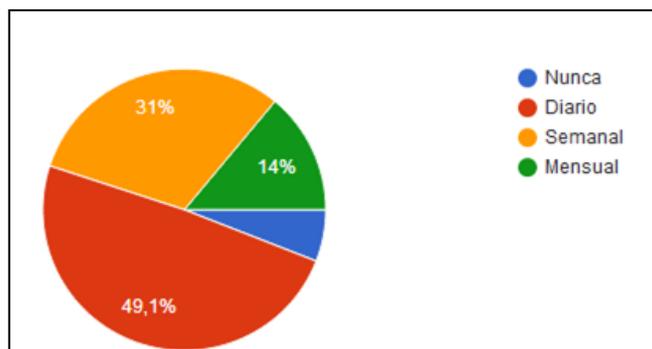


Gráfico 3: Frecuencia de consumo de café
Fuente: Salcedo Julia

Análisis

Se infiere que el 94,1 % consume café. del cual el 49,1% lo hace a diario el 31% lo hace de forma semanal y el 14% de manera mensual, y apenas un 5,9% de los encuestados no consume café.

3. ¿Usted tiene conocimiento de alguna cafetería en el sector de El Quinche?

Tabla 4: Cafeterías del sector

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
No	338	88,9	88,9
Si	36	11,1	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

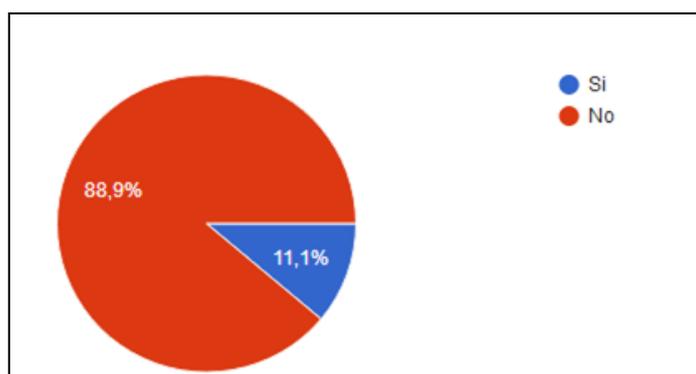


Gráfico 4: Cafeterías del sector
Fuente: Salcedo Julia

Análisis

De las encuestas realizadas en la parroquia de El Quinche el 88,9 % notifican que no hay conocimiento de una cafetería y el 11,1% notifican la existencia de un establecimiento de cafetería.

4. ¿Le gustaría que en el sector de El Quinche exista una cafetería?

Tabla 5: Le gustaría que exista una cafetería

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
No	16	95,9	95,9
Si	358	4,1	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

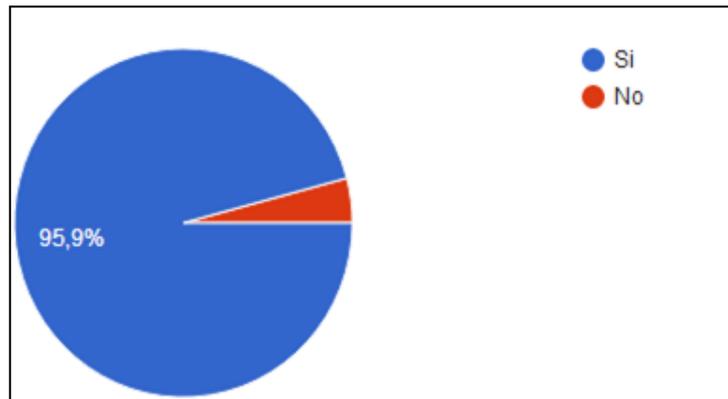


Gráfico 5: Le gustaría que exista una cafetería

Fuente: Salcedo Julia

Análisis pregunta

Para el 95,9% de los encuestados están de acuerdo con la existencia de la cafetería en el sector, el 4,1% no están de acuerdo con la existencia de cafetería.

5. ¿Qué tipo de café le gustaría que se prepare en esta cafetería?

Tabla 6: Tipo de café de preferencia

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
Americano	57	15,2	15,2
Capuchino	161	43,4	58,6
Expos	36	9,8	68,4
Mocaccino	71	18,4	86,8
Simple	49	13,2	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

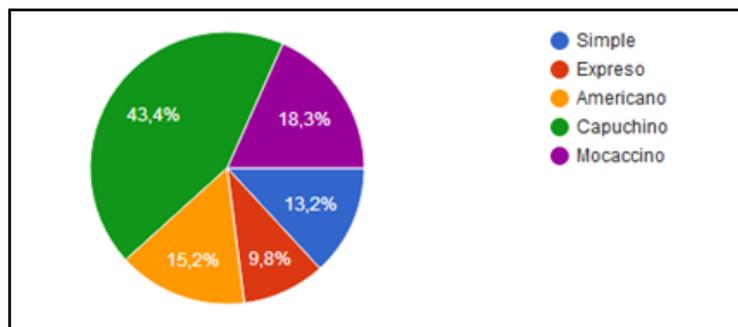


Gráfico 6: Tipo de café de preferencia
Fuente: Salcedo Julia

Análisis

La distribución muestra una clara inclinación al Capuchino con el 43,4% seguido del 18,3% que prefiere café Mocaccino también el 15,2% y el 13,2% prefieren el café americano y simple respectivamente y un 9,8% un café expreso.

6. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un café simple?

Tabla 7: Valor a pagar

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
\$1,00	102	55,3	55,3
\$1,50	215	30,5	85,8
\$2,00	57	14,2	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

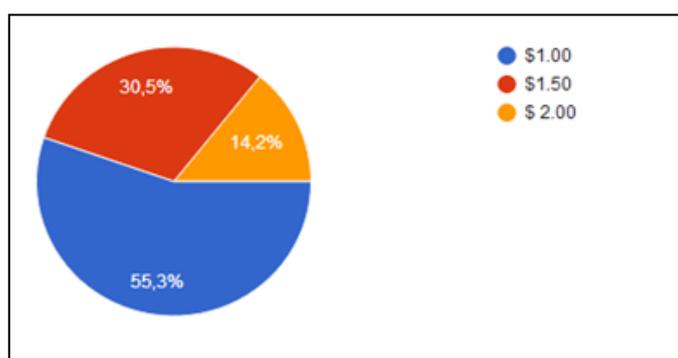


Gráfico 7: Valor a pagar
Fuente: Salcedo Julia

Análisis

Respecto a los precios mediante las encuestas se pagará \$ 1 por el café simple 55,3% y el 30,5% se pagará \$1.50 el restante de 14,2% están dispuestos a cancelar \$2.00

7. ¿Qué estilo de ambiente le gustaría para la cafetería?

Tabla 8: Estilo del ambiente

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
Clásica	158	42,1	42,1
Contemporánea	78	21,2	63,3
Moderna	138	36,7	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

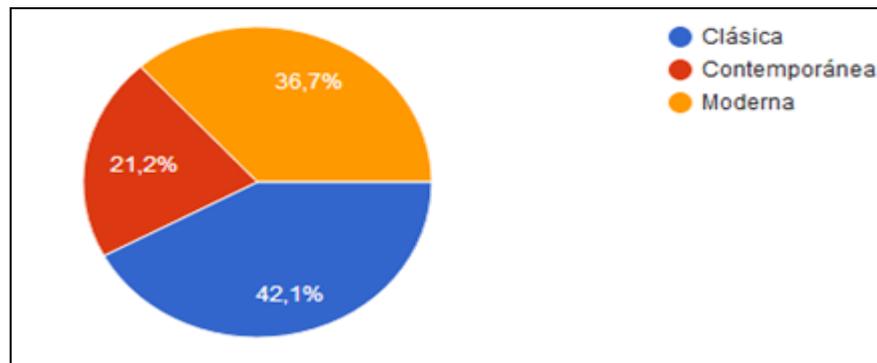


Gráfico 8: Estilo del ambiente

Fuente: Salcedo Julia

Análisis

Respecto a los encuestados el 42,1% están dispuesto a modelo clásico y el 36,7% le gustaría moderna, el 21,2% les gustaría contemporánea

8. ¿Qué medios de comunicación elegiría usted para informarse de nuestros servicios?

Tabla 9: Medios de comunicación usados

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
Radio	89	12,4	12,4
Redes sociales	174	63,3	75,7
Volantes	111	24,3	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

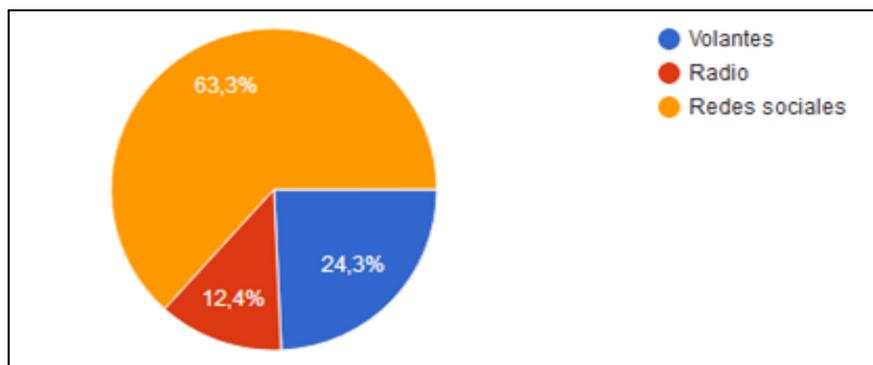


Gráfico 9: Medios de comunicación usados
Fuente: Salcedo Julia

Análisis

De las encuestas realizadas en la población el 63,3% prefiere enterarse de las actividades de la cafetería por medio de redes sociales, el 24,3% por volantes y el 12,4% dijo que sería excelente dar a conocer por radio.

9. ¿Le gustaría que exista el servicio a domicilio?

Tabla 10: Servicio a domicilio

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
No	37	9,3	9,3
Si	337	90,7	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

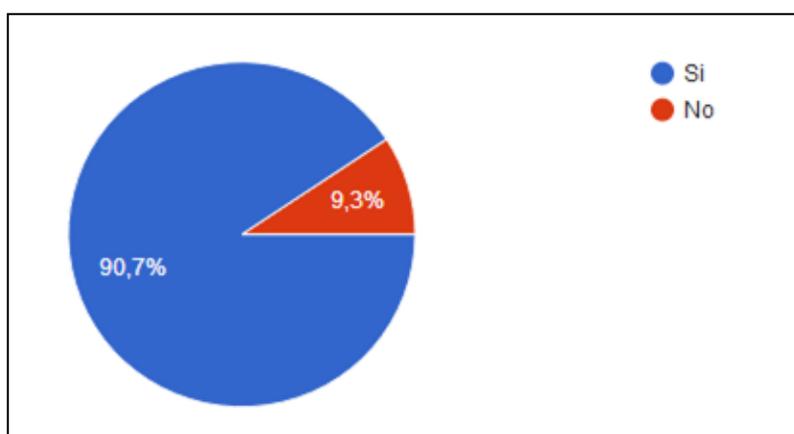


Gráfico 10: Servicio a domicilio
Fuente: Salcedo Julia

Análisis

Se concluye que mediante la encuesta podemos constatar que el 90,7% le gustaría el servicio a domicilio, y el 9,3% no está de acuerdo con el servicio a domicilio.

10. ¿Aparte del café, sería de su agrado degustar de bocaditos y Snaks?

Tabla 11: Bocaditos adicionales

Variables	Frecuencia	%	% Acumulado
No	17	4,4	4,4
Si	357	95,6	100
Total	374	100	

Fuente: Salcedo Julia

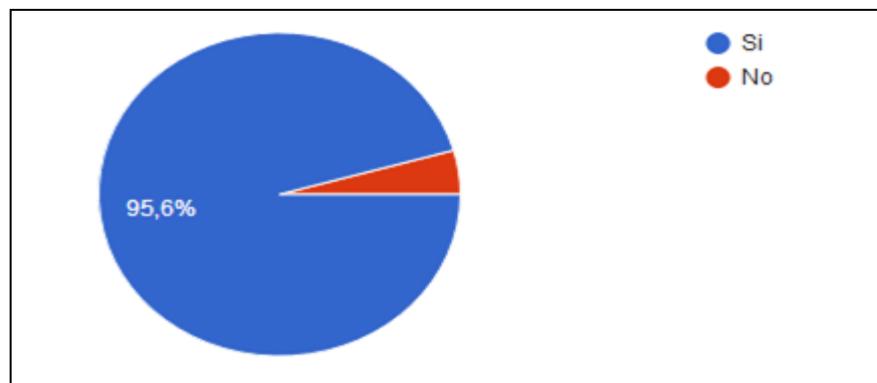


Gráfico 11: Bocaditos adicionales

Fuente: Salcedo Julia

Análisis

Ante la consulta que se realiza sobre lo adicional al café, de gustación de bocaditos responden un 95,6% y el restante 4,4 % no están interesados.

3.1.3. Fundamentación de la propuesta

Las aplicaciones adecuadas de metodologías siempre generarán resultados positivos para cualquier negocio, porque buscan siempre mejorar o sobresalir en un mercado competitivo como lo es en la actualidad, la implementación de estrategias para el desarrollo de las empresas siempre será un punto fundamental ya que representa una inversión que posteriormente marcará un antes y un después dentro de los ciclos de vida de la empresa.

3.1.4. Objetivo

Crear la cafetería mediante la elaboración de un plan de negocios que contribuya en la satisfacción del cliente en la Parroquia del Quinche

3.1.5. Descripción de la idea de negocio

La cafetería se enfoca en brindar un servicio en la Parroquia del Quinche cuenta con personal capacitado, apto para atender al cliente de manera adecuada, que es lo que se caracteriza el servicio a ofrecer. También la cafetería pretende brindar un ambiente agradable con pantalla gigante video de las historias de la imagen de la virgen del Quinche adaptando también el beneficio de alquiler de laptops en caso de reuniones de estudiantes, docentes y las personas que lo requieran de este servicio en el sector.

Las personas que visiten la cafetería lograrían encontrar un lugar exclusivo, donde puedan disfrutar de su visita y que sea de su agrado, con el fin de que pasen un momento grato y alegre, olvidándose de lo rutinario.

Además, la cafetería pretende ser atractiva ante el público, ampliando el menú de manera que todos los productos elaborados sean frescos y aperitivos sencillos ya sea a las exigencias o preferencias del consumidor.

Cabe recalcar que se pretende ofrecer café simple, expreso, americano y capuchino, macacino, debido que el producto es procesado mediante la máquina y manipulado a las cantidades necesarias para producir., esta idea de negocio sería favorable en la parroquia porque desde un punto de vista beneficiaría a la comunidad como fuente de empleo para los colaboradores de la cafetería, de tal manera, generaría bienestar para el consumidor.

3.1.6. Análisis FODA

Mediante las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia del Quinche las personas recedentes y turista de los sectores aledaños a la Parroquia podemos identificar el comportamiento por esa razón se ha elaborado la Matriz FODA.

Tabla 12: FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">-Variedad en productos-Precios competitivos- Excelente a atención y servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none">-Negocio nuevo en la parroquia mayor riesgo-Limitación en el recurso financieros-Escasa de publicidad
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Cambio de clima-Apagones temporales-Seguridad inestable en el sector	<ul style="list-style-type: none">-Parqueaderos seguros en el sector-No existe competencia de la misma categoría- Sector turístico y excelente para el comercio- Existencia de tecnología de punta

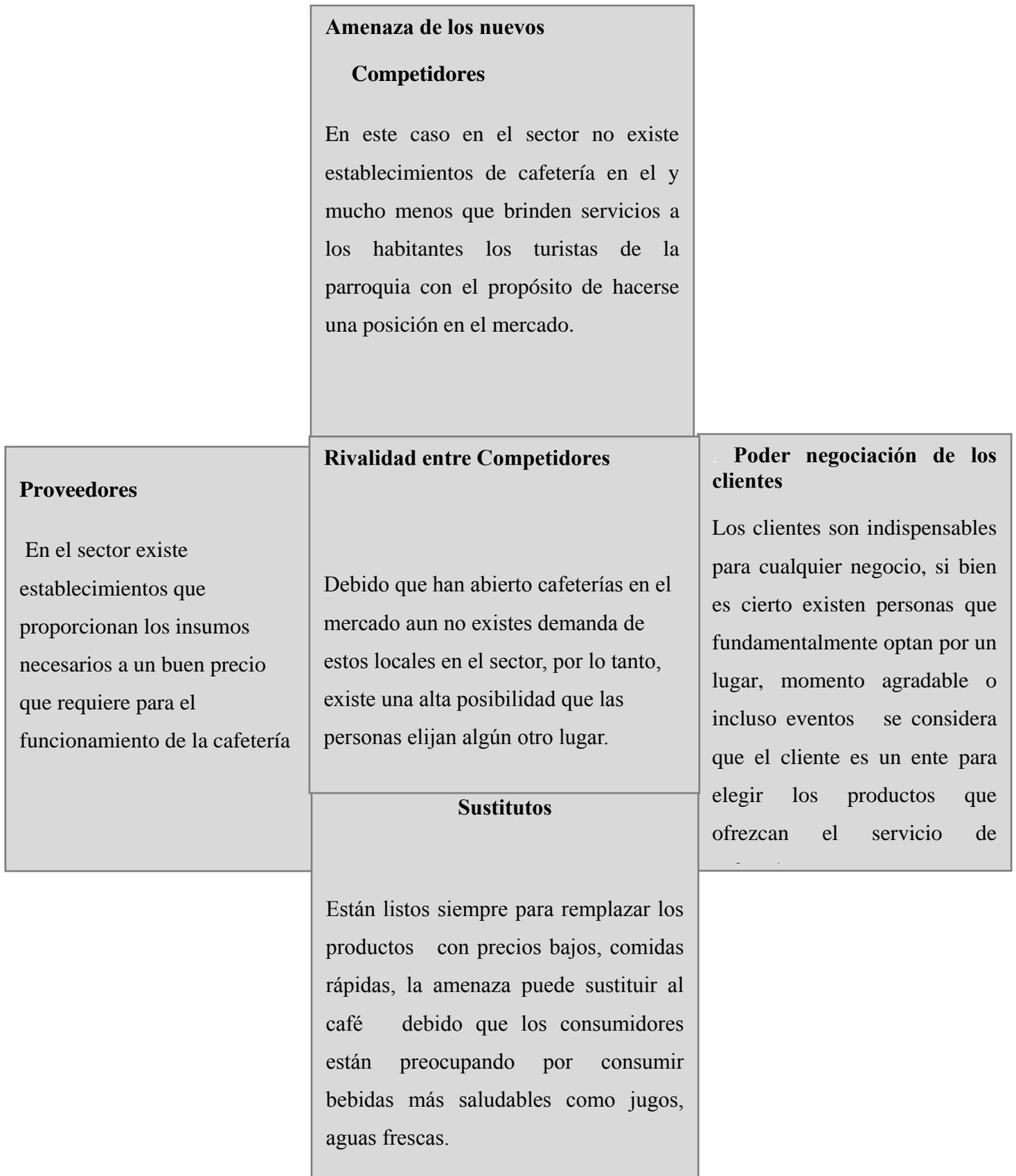
Fuente: Salcedo Julia

Tabla 13: Matriz cruzada

	FORTALEZA (F)	DEBILIDADES (D)
FODA	1. Variedad en productos 2. Precios competitivos 3. Excelente a atención y servicio al cliente	1. Negocio nuevo en la parroquia mayor riesgo 2. Limitación en el recurso financieros 3. Escasa de publicidad
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIA FO (Uso de fortalezas para aprovechar oportunidades)	ESTRATEGIA DO (Enfrentamiento de debilidades para aprovechar oportunidades)
1. Parqueaderos seguros en el sector 2. No existe competencia de la misma categoría 3. Sector turístico y excelente para el comercio	Generar estrategias para mantener el turismo. Generar productos turísticos relacionados con la gastronomía.	Capacitar al personal para las entregas a domicilio Mas comunicación a través de las redes sociales hacer promociones con los productos
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIA FA (Uso de fortalezas para prevenir amenazas)	ESTRATEGIAS DA (Enfrentamiento de debilidades para prevenir amenaza)
1. Cambio de clima 2. Apagones temporales 3. Seguridad inestable en el sector	Seguir siendo el gusto del consumidor buscando nuevos productos al gusto del cliente Tener la mejor tecnología para seguridad	Inaugurar unidades movibles Implementar publicidad capacitar al personal en la seguridad del local

Fuente: Salcedo Julia

Gráfico 12: Las cinco fuerzas de Porter



3.1.7. Análisis de la oferta

A través de la información del mercado, ha permitido determinar el interés a acceder a un servicio de cafetería acorde a sus necesidades, pues actualmente en la parroquia no cuenta con una cafetería con ningún tipo de innovación. Mediante el análisis de la demanda se accederá a información pertinente para determinar que el nuevo servicio de cafetería se ejecutara con beneficio al cliente y de esa manera permitirá establecer la oferta al nuevo negocio de cafetería en la parroquia del Quinche.

3.1.8. Análisis de la demanda

Mediante las encuestas realizadas se registran que la mayoría de habitantes no tienen conocimiento de una cafetería en el sector por esa razón perciben que un negocio nuevo en el lugar existirá un servicio satisfecho a los clientes.

La población está registrada con 12850 habitantes contando con turista fines de semana llegar 15000 habitantes por el santuario de la Virgen del Quinche son atrayentes de la religión de esa manera la creación de una nueva cafetería en la Parroquia sería una demanda considerando que 95,9% considera la existencia de una cafetería que se estimaría a una demanda inicial en el sector.

3.1.9. Marketing mix

Producto

El establecimiento funcionará en un lugar amplio. Para esto se ha escogido como lugar de funcionamiento un local central en la Parroquia de El Quinche ubicado el parque central entre las calles Cuenca y Sucre, zona comercial, el cual permitirá un adecuado desarrollo del servicio de cafetería. La instalación tendrá un Modelo Clásico, un ambiente de recreación y relajación.

La composición de la marca a través del logotipo, hace mención que la principal oferta del servicio, la eficacia del tipo de café está relacionado con los gustos de los clientes, ¿qué se muestra en el logotipo? la calidad de servicio que se ofrece, y una buena preparación del café.

Tabla 14: Producto

PRODUCTO		
Café expreso	Café Loja, agua, azúcar	8gr de café en grano 50 gr de agua 8 gr de azúcar
Cappuccino	Leche, café, canela, azúcar.	125 ml de leche 25 ml de agua 8 gr de café
Americano	Café expreso, agua y azúcar.	100gr agua 8gr café 8gr de azúcar
BATIDOS		
Batido de banano	Leche, banano, agua	50 ml de agua 100 ml de leche
Batido de mora	Leche, mora, azúcar, agua	50 ml de agua 100 ml de leche
Batido de frutilla	Leche, frutilla, agua azúcar	50 ml de agua 100 ml de leche
Batido con helado		120 ml de leche 50 ml de agua 50 ml de helado 26 gr de oreo
JUGOS NATURALES		
Jugo de naranja	Naranja, agua, azúcar.	120 ml de agua 1 naranja
Jugo de limón	Limón, agua, azúcar	1 limón 120 ml de agua 8gr de azúcar
TE		
Té de verde	Té Aromático, agua	100 ml de agua 1 bolsita de té
Té de hierba luisa		
Té de canela y manzana		
Té de manzanilla		
Té de menta		
Productos / Aperitivos		
Empanadas queso	Queso Aceite Harina	35 gr de queso 1 rodaja de harina 8 ml de aceite
San duches	Pan, queso, jamón, tomate, lechuga mayonesa	1 rebanadas de pan 25 gr de queso 25 gr de jamón 30 gr de lechuga 8gr de mayonesa
Patacones + huevos+ queso	Leche, banano, agua	1 huevo 1 verde

Tostadas	Queso, jamón, pan, mortadela, mantequilla	20gr de queso 8gr de aceite 15gr de queso 15gr de jamón 3 rebanadas de pan 15 gr de mortadela 7 gr de mantequilla
Postres: galletas con mermelada Y mantequilla	Mermelada, mantequilla, Galletas	50gr de mermelada 15 gr mantequilla 70 gr de galletas

Fuente: Salcedo Julia

Precio

Las fijaciones de precios de los productos de la Cafetería Virgen de El Quinche están sujetos a los siguientes factores:

- El costo que tenga la elaboración de un determinado producto; mediante el análisis y encuesta sobre precios que están dispuestos a pagar por el consumo de capuchino, americano, mocaccino.
- Análisis de los precios de restaurantes, precios en del mercado, establecidos en la Parroquia del Quinche, que servirán como referencia para ubicar el precio.

Tabla 15: Precios

Fijación de precios	
Productos	cafetería Virgen Del Quinche
Café	
Simple	1,00
expreso	1,00
Americano	1,50
Cappuccino	2,00
Mocaccino	2,00
Batidos	1,75
Jugos	1,50
Chocolate caliente	1,00
San duches	2,00
Empanadas	0,75
Tostadas	1,50
Postres de chocolate	1,75

Fuente: Salcedo Julia



Gráfico 14: Página Facebook
Fuente: Salcedo Julia

Para incrementar el nivel de ventas se obsequiará un pastelillo de bienvenida en fechas especiales, como por ejemplo el 14 de febrero, día de la madre, día de la mujer y el día de su cumpleaños.

3.1.10. ORGANIZACIÓN

Nombre de la empresa

Cafetería “Virgen del Quinche

Logotipo

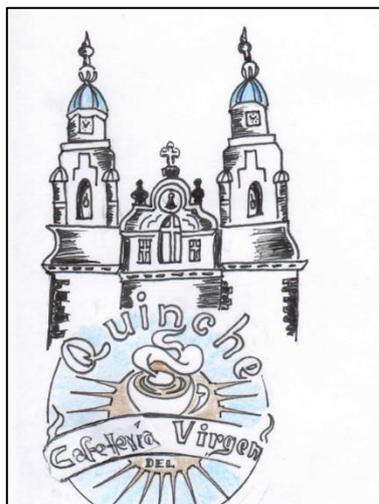


Gráfico 15: Logotipo
Fuente: Salcedo Julia

Generalidades del negocio

Cafetería “Virgen del Quinche “se proyecta un negocio nuevo en la parroquia del Quinche dedicada a brindar servicio de cafetería.

Distribución de la planta

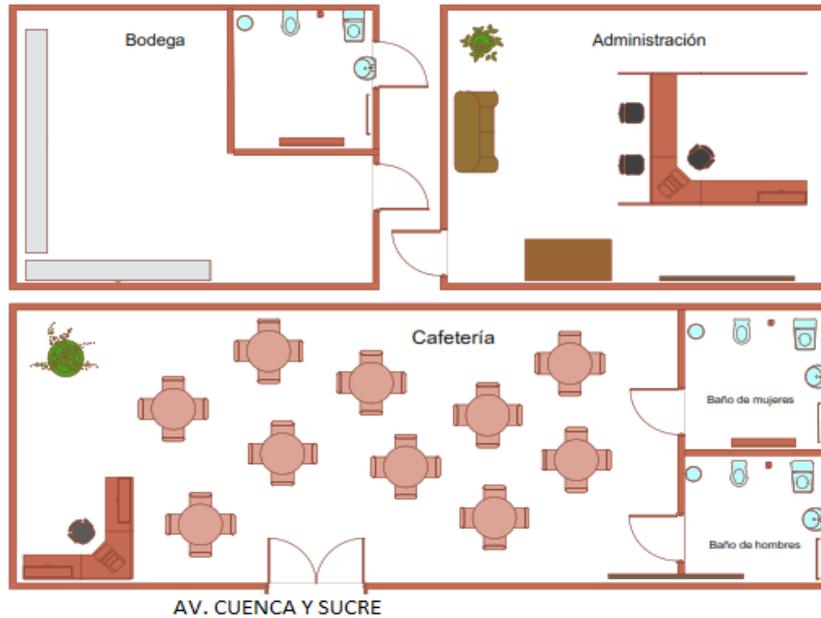


Gráfico 16: Planta
Fuente: Salcedo Julia

3.1.11. Conformación legal de la empresa

Requisitos de funcionamiento

Servicio de Rentas Internas

El siguiente paso que nos toca realizar para legalizar a nuestra empresa es el trámite para la obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes).

Los requisitos son los siguientes:

- ✓ Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación actualizada del representante legal.
- ✓ Se llena el formulario RUC 01, en donde se describe todos los datos de la empresa.

- ✓ Unas planillas de agua, luz o teléfono donde conste el domicilio de la empresa indicando su lugar de funcionamiento. (SRI, 2016)

Municipio

En el Municipio se debe realizar los trámites para la obtención de la patente, el uso del suelo el permiso de funcionamiento esto es obtener la LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas)

Obtención de la patente

Presentar en las Administraciones Zonales lo siguiente:

Requisitos generales:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrador o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- En caso de persona jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.
- Permiso funcionamiento Cuerpo de Bomberos
- Solicitud de inspección del local.
- Plan de emergencia.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.
- Nombramiento.

- Copia de cédula y papeleta de votación del dueño. (Cuerpo de Bomberos Quito, 2015)
- Permiso del Ministerio del Ambiente
- Llenar el formulario en la página del ministerio (SUIA) Sistema Único de Información Ambiental.
- Adjuntando copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento.
- RUC.
- Aprobación por parte del Ministerio del Ambiente
- Imprimir el permiso de funcionamiento del ministerio (duración de 2 años) (Ministerio del Ambiente, 2015)

Aspecto laboral

Cafetería “Virgen del Quinche” tiene que inscribirse en dos instituciones, las mismas que puedan regular su situación laboral estas son:

- SRI
- Ministerio de Relaciones Laborales

Se debe registrar la persona natural en el Ministerio de Relaciones Laborales con los siguientes documentos:

- Copia de la cedula y papeleta de votación
- Copia del RUC.

Ya presentado toda esta información y registrada se realiza las siguientes actividades:

- Contratos de trabajo.
- Actas de finiquito.
- Legalización pagos de decimos y utilidades.

- Entre otros. (Ministerio del Trabajo, 2015)
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Es obligación del empleador registrarse en el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), con los siguientes requisitos:

- Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del representante
- Copia del RUC.
- Planilla de un servicio básico donde funciona la empresa.

Con todos estos requisitos la empresa puede hacer uso de los siguientes trámites en el IESS.

- Número patronal y clave.
- Avisos de entrada de nuevos trabajadores.
- Aviso de salidas de trabajadores.
- Registro de novedades por días no laborables, variaciones en los sueldos, entre otras.
- Impresión de planillas.
- Comprobantes de pago. (IESS, 2016)

3.1.12. Misión

Es la razón de ser de una institución, distingue a una organización de todas las demás, identifica su función básica y la razón de su existencia. (Dussan, 2008)

La misión institucional es:

Satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo variedad de productos de calidad y buen sabor con los mejores precios a través de un personal altamente capacitado eficiente, responsable y productivo, con la finalidad de generar un crecimiento rentable.

3.1.13. Visión

Es un conjunto de ideas generales y a veces abstractas que definen y describen la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización. (Dussan, 2008)

La visión institucional es:

Lograr ser reconocidos en el mercado como una de las cafeterías que supera las expectativas de calidad y servicio de nuestros clientes

Son elementos del plan estratégico que se dan de acuerdo a cada empresa, así como en las respectivas condiciones y a su vez promoviendo grandes expectativas.

Los valores organizacionales de la empresa son los siguientes.

- Confianza
- Responsabilidad
- Respeto
- Honestidad
- Compromiso
- Integridad

3.1.15. Estructura organizacional

La nueva empresa dispondrá de una estructura organizacional que obedezca a sus necesidades de planificación, organización, dirección y control para obtener los resultados esperados y cumplir con las expectativas de los clientes.

3.1.16. Organigrama estructural

Al ser una empresa nueva en el mercado, iniciará con una organización pequeña y contará con dos áreas, administrativa y de operaciones, según lo muestra la siguiente figura.

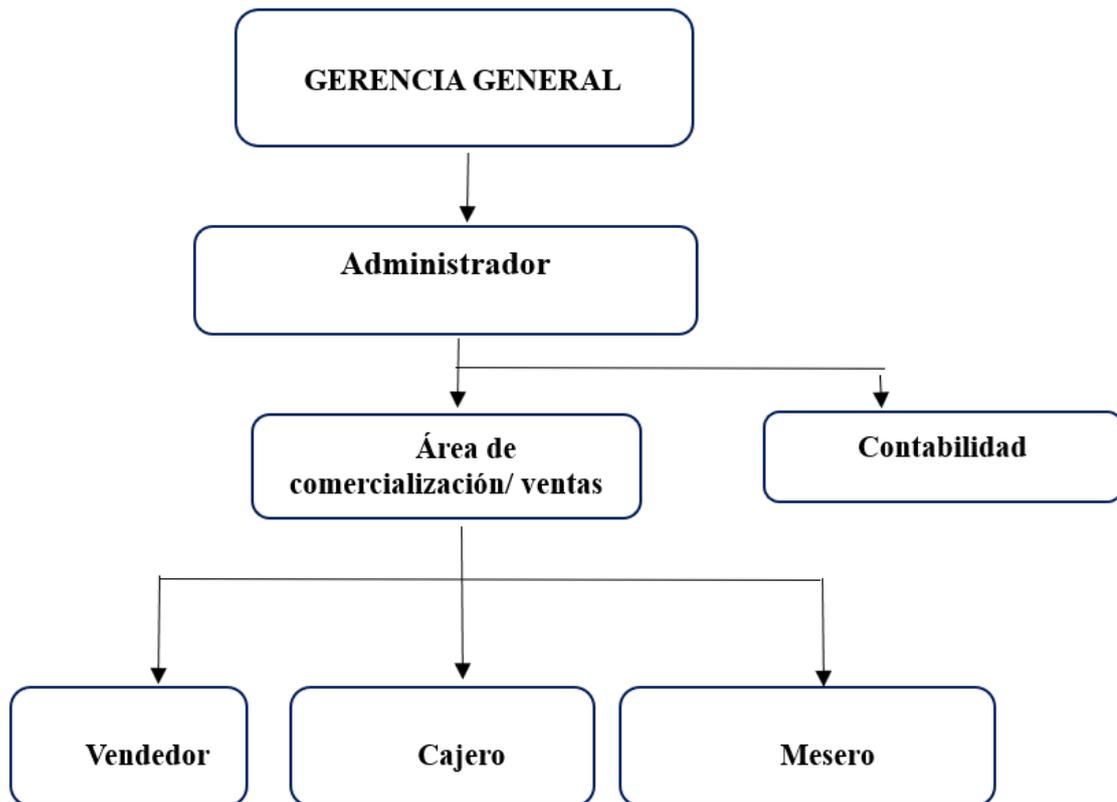


Gráfico 17: Organigrama Estructural
Fuente: Salcedo Julia

3.1.17. Descripción de funciones área administrativa y operativa

Gerente.

Funciones

- Definir lineamientos.
- Tomar decisiones.
- Fijar metas.
- Comunicar e estimular la creatividad de sus empleados.

Administrador /presidente

Garantiza el adecuado registro de las operaciones económicas de la empresa para el desarrollo productivo y rentable de la misma, así como elaborar y analizar los diferentes estados financieros y balances, supervisar la elaboración de la contabilidad general y realizar las declaraciones de impuestos de las mismas.

Funciones

- Revisar todo lo que son cobros y pagos.
- Atención a los proveedores.
- Supervisar el corte de caja.
- Realizar operaciones bancarias.
- Supervisión de los ingresos.

Vendedor /Cajero

Realiza la venta de los productos, siempre con una buena atención y cordialidad hacia el cliente, así como el cobro de las facturas, ya que desempeñará como vendedor y cajero.

Funciones:

- Venta de productos.
- Emisión de facturas.
- Iniciar el registro de caja.
- Tener un control de todas las facturas que reciba.

Mesero

Mesero es mucho más de lo que conocemos, los restaurantes sabemos la importancia de la atención personalizada y profesional de un anfitrión conocedor de nuestro servicio y calidad

Funciones:

- Atención al cliente
- Conocimiento del menú

3.1.18. Estudio financiero

Al elaborar un estudio técnico y determinar si existe un mercado potencial, se puede concluir que va en marcha la creación de la nueva cafetería en la Parroquia del Quinche de esta manera se procederá a realizar el estudio económico financiero.

3.1.19. Los objetivos del estudio Económico Financiero:

- Establecer los rubros que componen la inversión inicial
- Proyectar los ingresos y gastos
- Determinar la forma de financiamiento
- Comprobar la rentabilidad económica

El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles

Inversiones en activos fijos:

Las inversiones en los activos fijos son aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaban en el proceso de entrega del producto.

Inversión inicial del proyecto

La cafetería virgen del Quinche tiene una inversión total de 18.127,24 como se explica en el siguiente cuadro. Para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planificación y organización, es necesario que se tomen medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que se ejecuten. Entre las medidas comunes utilizadas para poner en acción el proyecto es dirigir, desarrollar, instruir, ayudar al personal a mejorar su trabajo mediante la propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución. Consiste en dirigir las operaciones mediante la cooperación y el esfuerzo, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación

Tabla 16: Inversión inicial del proyecto

		<u>Inversión inicial del proyecto</u>	
i) Inversión fija			7.449,42
Área de producción		4.623,42	
Equipo y maquinaria	2.770,42		
Muebles y enseres	1.805,00		
Herramientas	48,00		
Área administrativa		1.413,00	
Equipo de computación	750,00		
Equipos de oficina	163,00		
Muebles y enseres	500,00		
Área de ventas		1.413,00	
Equipo de computación	750,00		
Equipos de oficina	83,00		
Muebles y enseres	580,00		
ii) Inversión diferida			1.280,00
Constitución de la empresa	600,00		
Patente municipal	100,00		
Programas informáticos	80,00		
Adecuación local	500,00		
iii) Capital de trabajo			9.397,82
Total, inversión inicial			18.127,24

Fuente: Salcedo Julia

Ingreso de ventas

Tabla 17: Ingresos mensuales

Productos	precio promedio	unidades	Ventas mensuales
Café	1	1800	1800
Sanduches	1,3	1700	2200
jugos de frutas	1	1500	1500

Tabla 18: Gastos Administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	14.210,10	15.159,72	15.159,72	15.159,72	15.159,72
Arriendos	90,00	1.080,00	1.126,02	1.174,00	1.224,03
Suministros de Oficina	559,50	559,50	559,50	559,50	559,50
Servicios básicos	145,69	146,26	146,71	147,04	147,79
luz	82,29	82,62	82,87	83,06	83,48
Agua	63,39	63,64	63,84	63,98	64,31
Teléfono	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Gastos de Reparación	21,93	19,51	13,92	5,17	5,91
Depreciaciones	316,30	316,30	316,30	316,32	316,32
Seguros	43,87	31,22	18,56	5,91	5,91
Amortizaciones	256,00	256,00	256,00	256,00	256,00
Útiles de Limpieza	137,00	173,99	220,97	280,63	356,40
Impuestos	11,17	11,66	12,17	12,69	13,24
Total	16.031,56	17.994,16	18.069,86	18.156,98	18.284,82

Tabla 19: Gastos Administrativos se detalla

Gerente	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Nominal	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Décimo Tercero	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
Décimo Cuarto	-	-	-	-	-
Aporte Patronal	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75
Fondos de Reserva	0,00	41,65	41,65	41,65	41,65
Vacaciones	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83

Subtotal	623,25	664,90	664,90	664,90	664,90
Nº de trabajadores	1	1	1	1	1
Total	623,25	664,90	664,90	664,90	664,90
Meses del Año	12	12	12	12	12
Total	7.479,00	7.978,80	7.978,80	7.978,80	7.978,80

Tabla 20: Gastos administrativos se detalla

Secretaria Contadora	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario Nominal	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
Décimo Tercero	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50
Décimo Cuarto	-	-	-	-	-
Aporte Patronal	54,68	54,68	54,68	54,68	54,68
Fondos de Reserva	0,00	37,49	37,49	37,49	37,49
Vacaciones	18,75	18,75	18,75	18,75	18,75
Subtotal	560,93	598,41	598,41	598,41	598,41
Nº de trabajadores	1	1	1	1	1
Total	560,93	598,41	598,41	598,41	598,41
Meses del Año	12	12	12	12	12
Total	6.731,10	7.180,92	7.180,92	7.180,92	7.180,92

Tabla 21: Resumen de gastos sueldo Administrativos

Total					
Gerente	7.479,00	7.978,80	7.978,80	7.978,80	7.978,80
Secretaria	6.731,10	7.180,92	7.180,92	7.180,92	7.180,92
Contador	14.210,10	15.159,72	15.159,72	15.159,72	15.159,72

Tabla 22: Gastos suministros limpieza se detalla

Útiles de limpieza	Unidad	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escoba	6	3,50	21,00	26,67	33,87	43,02	54,63
Trapeador	4	3,50	14,00	17,78	22,58	28,68	36,42
Tips	4	6,00	24,00	30,48	38,71	49,16	62,43
Papel Higiénico paquete de 12 valletas paquete de 4 unid	4	10,00	40,00	50,80	64,52	81,94	104,06
Ambiental	6	4,00	24,00	30,48	38,71	49,16	62,43
Total			137,00	173,99	220,97	280,63	356,40

Tabla 23: Gastos ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	7.095,10	9.196,92	9.197,92	9.198,92	9.199,92
Arriendos	1.440	1.080	1.126	1.174	1.224
Suministros de Oficina	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00
Servicios básicos	324,76	1.259,80	1.263,83	1.265,59	1.269,25
luz	48,90	576,06	578,34	580,09	581,39
Agua	35,86	443,74	445,50	445,50	447,85
Teléfono	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Gastos de Reparación	21,93	27,42	23,41	42,49	35,91
Depreciaciones	316,30	316,30	316,30	316,32	316,32
Seguros	43,87	43,87	31,22	48,57	35,91
Útiles de Limpieza	118,98	459,92	480,28	501,48	523,15
Gastos publicidad	1.000,00	1.020,00	1.040,00	1.060,00	1.080,00
Total	10.404,95	13.448,23	13.522,99	13.651,37	13.728,49

Tabla 24: Gastos indirectos de producción

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra indirecta					
Materiales Indirectos	146,40	183,17	213,89	267,60	312,48
Servicios Básicos	593,35	595,69	597,50	598,84	601,92
Luz	342,32	343,67	344,71	345,49	347,26
Agua	251,03	252,02	252,79	253,36	254,66
Depreciaciones	481,54	481,54	481,54	481,54	481,54
Gastos de Reparación y Mantenimiento	70,19	481,54	481,54	481,54	481,54
Seguros	140,37	121,11	101,85	82,59	63,32
Arriendos	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00
Útiles de Aseo y Limpieza	475,92	481,42	495,17	508,88	523,74
Uniformes	300,00	400,00	500,00	600,00	700,00
Total	7.247,77	7.784,47	7.911,49	8.060,99	8.204,56

Tabla 25: Costos y gastos de operación cuadro de resumen

Costos productivos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	32.621	32.709	32.797	32.886	32.975
Mano de Obra Directa	13.113	13.550	13.806	14.189	14.444
Gastos de producción	7.247,77	7.784,47	7.911,49	8.060,99	8.204,56
Total costos	52.982	54.043	54.514	55.135	55.623
Gastos operacionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	14.210	15.160	15.160	15.160	15.160
Gastos de Ventas	10.405	13.448	13.523	13.651	13.728
Total gastos	24.615,05	28.607,95	28.682,71	28.811,09	28.888,21
Interés préstamo	700,00	763,84	639,18	492,08	318,50

Tabla 26: Activos fijos

Área de producción				4.623,42
Detalle	Cantidad	P. Unitario	Total	
Equipo y Maquinaria				
Microondas Indurama	1	129,89	\$ 129,89	
Cocina a Gas Innova Anturio	1	458,64	\$ 458,64	
Tanque de gas	1	50,00	50	
Máquina café Cappuccino, Americano-Expreso	1	1.500,00	\$ 1.500,00	
Refrigeradora Samsung 15p	1	400,00	\$ 400,00	
Extractor de jugos Oster	1	25,40	\$ 25,40	
Batidora	1	35,00	\$ 35,00	
Sanduchera	1	25,00	\$ 25,00	
Licuada Oster	1	121,09	\$ 121,09	
Extractor de jugos Oster	1	25,40	\$ 25,40	
				2.770,42
Muebles y Enseres				
Mesón Inoxidable	1	120,00	120,00	
Mesa Redonda de madera con Sillas (juego de 4)	10	110,00	1.100,00	
Mueble para caja registradora	1	100,00	100,00	
Archivador	1	60,00	60,00	
Vitrina	1	125,00	125,00	
Estanterías	2	150,00	300,00	
				1.805,00
Herramientas				

Utensilios de cocina	20	1,50	30,00
Cuchillos	3	6,00	18,00
			48,00

Tabla 27: Área administrativa

Área administrativa			1.413,00
Detalle	Cantidad	P. Unitario	Total
EQUIPO DE COMPUTO			
Computadora	1	550,00	550,00
Impresora	1	200,00	200,00
			750,00
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	1	70,00	70,00
Grapadora	1	5,00	5,00
Perforadora	1	3,00	3,00
Resma de papel	1	5,00	5,00
Archivador	1	80,00	80,00
TOTAL			163,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	180,00	180,00
Silla Confort	1	120,00	120,00
Sillas	2	50,00	100,00
Estantería	1	100,00	100,00
Total			500,00

Tabla 28: Área de ventas

Área de ventas			1.413,00
Detalle	Cantidad	P. Unitario	Total
EQUIPO DE COMPUTO			
Computadora	1	550,00	550,00
Impresora	1	200,00	200,00
			750,00
EQUIPO DE OFICINA			
Perforadora	1	3,00	3,00
Grapadora	1	5,00	5,00
Teléfono	1	70,00	70,00
Resma de papel	1	5,00	5,00

			83,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	150,00	150,00
Silla giratoria	1	80,00	80,00
Mini counter	1	250,00	250,00
Sillas	2	50,00	100,00
			580,00

Tabla 29: Total activos

Totales	
EQUIPO Y MAQUINARIA	2.770,42
MUEBLES Y ENSERES	2.885,00
HERRAMIENTAS	48,00
EQUIPO DE COMPUTO	1.500,00
EQUIPO DE OFICINA	246,00
Total	7.449,42

Fuente: Salcedo Julia

Tabla 30: Activos diferidos

Inversión diferida			
Detalle	Cantidad	Valor	Valor
Gastos para constitución	1	500,00	500,00
Permiso	1	100,00	100,00
Patente Municipal	1	100,00	100,00
Programas informáticos	1	80,00	80,00
Adecuaciones del local	1	500,00	500,00
Total activos intangibles			1.280,00

Fuente: Salcedo Julia

Tabla 31: Materia Prima

Materia Prima - Productos Elaborados			(Semanal)	Mensual	Anual
Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total		
1	Azúcar q	45,00	11,25	45	540
15	Leche (funda)	0,85	12,75	51	612
10	crema de leche polvo	1,75	17,5	70	840
10	chocolate en polvo (funda)	1,25	12,5	50	600
5	Café de tarro (500g)	5,25	26,25	105	1260
15	chocolate en barra	1,50	22,5	90	1080
JUGOS NATURALES					
10	Mora (semanal) libra	1,50	15	60	720
30	Naranja	0,50	15	60	720
5	Frutilla (cajas)	15,00	75	300	3600
8	Guanábana	2,50	20	80	960
8	Piña	1,25	10	40	480
50	Tomate de árbol	0,30	15	60	720
50	Naranjilla	0,30	15	60	720
SANDUCHES					
280	Pan baguette tipo san duché	0,40	112	448	5376
12	Queso	2,00	24	96	1152
2	Lechuga (caja)	0,75	1,5	6	72
1	tomate riño (caja)	12,00	12	48	576
12	Jamón Kilos	4,80	57,6	230,4	2764,8
12	Mortadela (kilos)	3,50	42	168	2016
20	Tocino (kilos)	4,00	80	320	3840
5	Mostaza	1,75	8,75	35	420
5	Mayonesa	1,75	8,75	35	420
ADEREZOS					
5	Orégano (caja)	1,25	6,25	25	300
5	Manzanilla	1,25	6,25	25	300
5	Limón	1,25	6,25	25	300

5	Vinagre	1,80	9,00	36	432
	OTROS				
5	Aguas aromáticas (cajas)	1,25	18,75	75	900
5	Té (cajas)	1,25	18,75	75	900
Total			568	2718,4	32620,8

Fuente: Salcedo Julia

Tabla 32: Depreciaciones

Detalle	Valor activo	Vida útil	Año 1	Año 2	Valor reposición	Año 3	Valor reposición	Año 4	Valor reposición	Año 5	Valor residual
Área de Producción											
Equipo y Maquinaria	2.770,42	10	277,04	277,04		277,04		277,04		277,04	1.385,21
Muebles y Enseres	1.805,00	10	180,50	180,50		180,50		180,50		180,50	902,50
Herramientas	48,00	2	24,00	24,00	48,00	24,00		24,00	48,01	24,00	24,00
Subtotal	4.623,42		481,54	481,54		481,54		481,54		481,54	2.311,71
Área Administrativa											
Equipo de Computación	750,00	3	250,00	250,00		250,00	750,06	250,02		250,02	250,02
Equipos de Oficina	163,00	10	16,30	16,30		16,30		16,30		16,30	81,50
Muebles y Enseres	500,00	10	50,00	50,00		50,00		50,00		50,00	250,00
Subtotal	1.413,00		316,30	316,30		316,30		316,32		316,32	581,52
Área de Ventas											
Equipo de Computación	750,00	3	250,00	250,00		250,00	750,06	250,02		250,02	250,02
Equipos de Oficina	83,00	10	8,30	8,30		8,30		8,30		8,30	41,50
Muebles y Enseres	580,00	10	58,00	58,00		58,00		58,00		58,00	290,00
Subtotal	1.413,00		316,30	316,30		316,30		316,32		316,32	581,52
Total	7.449,42		1.114,14	1.114,14	48,00	1.114,14	1.500,12	1.114,18	48,01	1.114,19	3.474,75

Tasa de Inflación 0,27% 0,000027

Reposición herramientas año 2 = M(1+T.Inflacion)

Reposición herramientas año 2 = 48,00

Reposición herramientas año 4 = M(1+T.Inflacion)

Reposición herramientas =

48,01

Reposición equipo de comp. Adm. = M(1+T.Inflacion)

Reposición equipo de comp. Adm. =

750,06

Reposición equipo de comp. Ventas = M(1+T.Inflacion)

Reposición equipo de comp. Ventas =

750,06

Depreciaciones

Producción	481,54
Administración	316,30
Ventas	316,30
Total	1.114,14

Tabla 33: Financiamiento del proyecto

Detalle	Recursos propios	Crédito	Total
Inversión Fija	2.449,42	5.000,00	7.449,42
Inversión Diferida	1.280,00		1.280,00
Capital de Trabajo	9.397,82		9.397,82
TOTAL	13.127,24	5.000,00	18.127,24
	72%	28%	100%
\$ 6.563,62			

Tabla 34: Endeudamiento Bancario

Años	Cuota fija	Interés	Amortización	Total
0				5.000,00
1	1.456,42	700,00	756,42	4.243,58
2	1.456,42	763,84	692,57	3.551,01
3	1.456,42	639,18	817,24	2.733,77
4	1.456,42	492,08	964,34	1.769,43
5	1.456,42	318,50	1.137,92	0

Tabla 35: Inversión del proyecto

Monto	5.000,00
Tasa de Interés Anual	14%
Plazo	5 AÑOS
Forma de pago	anual
CFN	
CUOTA FIJA =	C
	$\frac{(1-(1+i)^{-n})}{i}$
Cuota fija=	$\frac{5.000}{(1-(1+0,12)^{-5})}$
	0,14
Cuota fija=	5.000
	0,481
	0,140
Cuota fija=	1.456,42

Capital de trabajo

ct: costo de producción +gastos operacionales- (depreciaciones amortizaciones)

/ 365 días

*	DESFACE							
52.981,9	+	24.615,05	-	1.114,14	-	256,0	*	45
<hr/>								
365								
CT =		77.596,94	-	1.370,14	*			45
		<hr/>						
		365						
CT =		\$ 9.397,82		CT				
				MENSUAL=		783,15		

DEPRECIACIÓN AÑO 1

Área de Producción	481,54
Área de Administración	316,30
Área de Ventas	316,30
	1.114,14

Tabla 36: Estado de pérdidas y ganancias

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas	90.041,48	96.350,54	103.785,75	111.663,79	118.422,14
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN:	52.981,90	54.043,43	54.514,41	55.135,46	55.623,14
Materia Prima	32.620,80	32.708,88	32.797,19	32.885,74	32.974,53
Mano de Obra	13.113,33	13.550,08	13.805,73	14.188,72	14.444,05
Gastos de Fabricación	7.247,77	7.784,47	7.911,49	8.060,99	8.204,56
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	37.059,59	42.307,12	49.271,34	56.528,33	62.799,00
(-) GASTOS OPERACIONALES:	24.615,05	28.607,95	28.682,71	28.811,09	28.888,21
Gastos de Administración	14.210,10	15.159,72	15.159,72	15.159,72	15.159,72
Gastos de Ventas	10.404,95	13.448,23	13.522,99	13.651,37	13.728,49
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	12.444,54	13.699,17	20.588,63	27.717,24	33.910,80
(-) Gastos Financieros	700,00	763,84	639,18	492,08	318,50
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	11.744,54	12.935,32	19.949,45	27.225,16	33.592,30
(-) 15% Utilidad empleados y trabajadores	1.761,68	1.940,30	2.992,42	4.083,77	5.038,84
(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA	9.982,86	10.995,03	16.957,03	23.141,39	28.553,45
(-) 25% Impuesto a la Renta	2.495,72	2.748,76	4.239,26	5.785,35	7.138,36
(=) Utilidad neta	<u>7.487,15</u>	<u>8.246,27</u>	<u>12.717,78</u>	<u>17.356,04</u>	<u>21.415,09</u>

**Costo Unitario = (Costos de Producción + Gtos Operacionales
(administrativos y ventas) + Gtos Financieros (interés))**

**# de unidades
producidas anualmente**

Tabla 37: Costo Unitario

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Unitario =	<u>78.296,94</u>	<u>83.415,22</u>	<u>83.836,30</u>	<u>84.438,63</u>	<u>84.829,85</u>
	60.000	60.162	60.324	60.487	60.651
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Unitario =	1,30	1,34	1,38	1,41	1,45
Utilidad	0,20	0,26	0,34	0,43	0,50
Precio de Venta	1,50	1,60	1,72	1,85	1,95
Ingreso por ventas =	Precio de venta * # de unidades producidas anualmente				
Ingreso por ventas =	90.041,48	96.350,54	103.785,75	111.663,79	118.422,14
% Utilidad esperada	15%	20%	25%	31%	35%

Tabla 38: Flujo de efectivo

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A) FLUJO DE BENEFICIOS:						
Ingreso por Ventas		90.041,48	96.350,54	103.785,75	111.663,79	118.422,14
Valor residual de activos fijos						3.474,75
Recuperación Capital Trabajo						9.397,82
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		90.041,48	96.350,54	103.785,75	111.663,79	131.294,72
B) FLUJO DE COSTOS						
Inversión Fija	7.449,42			48,00	1.500,12	48,01
Inversión Diferida	1.280,00					
Capital de Trabajo	9.397,82					
Costo de Producción		52.500,35	53.561,88	54.032,87	54.653,91	55.141,60
Gastos Administrativos*		13.637,80	14.587,42	14.587,42	14.587,40	14.587,40
Gastos de Ventas*		10.088,65	10.088,65	13.206,69	13.335,05	14.843,40
Gastos Financieros		700,00	763,84	639,18	492,08	318,50
TOTAL FLUJOS DE COSTOS	18.127,24	76.926,80	79.001,80	82.514,16	84.568,56	84.938,90
(A-B) FLUJO ECONÓMICO	- 18.127,24	13.114,68	17.348,75	21.271,59	27.095,22	46.355,82
+ Préstamo	5.000,00					
- Amortización de la deuda	-	756,42	692,57	817,24	964,34	1.137,92
- 15% Utilidad trabajadores	-	1.761,68	1.940,30	2.992,42	4.083,77	5.038,84
- 25% Impuesto a la Renta	-	2.495,72	2.748,76	4.239,26	5.785,35	7.138,36
FLUJO DE EFECTIVO	- 13.127,24	8.100,87	11.967,12	13.222,68	16.261,76	33.040,69

Tabla 39: Tasa de inflación

Detalle	Recursos propios	Crédito
Inversión Fija	2.449,42	5.000,00
Inversión Diferida	1.280,00	-
Capital de Trabajo	9.397,82	
TOTAL	13.127,24	5.000,00
	72%	28%

Detalle	Valor	Financiamiento	Tasas de Interés
Recursos Propios	13.127,24	72%	7,85%
Crédito	5.000,00	28%	14%
TOTAL			
	18.127,24		

TD=	CPPC	+	Tasa Inflación
TD=	9,55%	+	3,48%
TD=	27,00%		

VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA

TD= 27,00%

Tabla 40: Tabla resultados del VAN y del TIR

Año	Flujo del efectivo	Factor actualizado $(1+i)^n$	Flujo actualizado van
0	\$ -13.127,24		\$ -13.127,24
1	\$ 8.100,87	1,27	\$ 6.378,82
2	\$ 11.967,12	1,61	\$ 7.420,06
3	\$ 13.222,68	2,05	\$ 6.455,74
4	\$ 16.261,76	2,60	\$ 6.251,77
5	\$ 33.040,69	3,30	\$ 10.002,14
	TOTAL		\$ 23.381,28
	VAN > 0 Se acepta el proyecto	VAN =	23.381,28
	VAN < 0 Se rechaza el proyecto		

TASA INTERNA DE RETORNO INVERSIONISTA

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

Tabla 41: TIR

Tasa interna de retorno	
TIR =	78,30%
Tdi =	27,00%
TDs =	62,4%
Vai	\$ 23.381,28
Vas	\$ 4.758,70

Tabla 42: Desglose del cálculo de la TIR

TIR =	0,2919+(0,624-0,2919) *	23.381,28
		59.098,27-(-0,72)
TIR =	0,624	1,25553
TIR =	78,30%	61,93%

TD = 62,37%

Tabla 43: Resultados del VAN y del TIR

Año	FLUJO DEL EFECTIVO	(1+i)^n
0	\$ -13.127,24	
1	\$ 8.100,87	1,62
2	\$ 11.967,12	2,64
3	\$ 13.222,68	4,28
4	\$ 16.261,76	6,95
5	\$ 33.040,69	11,28
TOTAL		
VAN =		4.758,70

VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO

Formula: **TD= 27,00%**

Tabla 44: VAN

Año	FLUJO DEL EFECTIVO	Factor actualizado (1+i)^n	FLUJO ACTUALIZADO VAN
0	\$ -18.127,24		\$ -18.127,24
1	\$ 9.557,29	1,27	\$ 7.525,42
2	\$ 13.423,54	1,61	\$ 8.322,61
3	\$ 14.679,10	2,05	\$ 7.166,19
4	\$ 17.718,18	2,60	\$ 6.810,90
5	\$ 34.497,11	3,30	\$ 10.441,53
TOTAL			\$ 22.139,40
VAN > 0 Se acepta el proyecto		VAN =	22.139,40
VAN < 0 Se rechaza el proyecto			

TASA INTERNA DE RETORNO DEL PROYECTO

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \frac{VAi}{VAi - VAs}$$

Tabla 45: Tasa Interna de Retorno

TIR =	70,08%
Tdi =	27,00%
TDs =	52,1%
Vai	\$ 22.139,40
Vas	\$ 5.683,00

Desglose del cálculo de la TIR

TIR =	0,2919+(0,521-0,2019) *	22.139,40	50.802,50-(-15,88)
TIR =	0,521	1,3453369	
TIR =	70,08%	TIR =	51,70%
Incremento	43,08%		

CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio, se logró cumplir los objetivos planteados del proyecto, designado como “creación de una cafetería en la parroquia del Quinche, cantón Quito, provincia de Pichincha la cual se estableció las siguientes conclusiones:

- De acuerdo a la fundamentación de diversos autores en cuanto a proyectos de emprendimientos relacionados a ideas de negocios de cafetería, se logró determinar de forma idónea el nivel de aceptación del mismo, y la rentabilidad que generaría si se implementa en sectores estratégicos, cubriendo necesidades de un segmento objetivo, considerando aspectos claves para ofrecer un buen servicio; información, que permitió tener una perspectiva o un modelo a seguir para un buen desarrollo del estudio presentado.
- Al haber realizado un diagnóstico de la situación actual de mercado, mediante un estudio de mercado, técnico, legal, y financiero, se ha establecido llevar a cabo el proyecto, por razón que hay un entorno idóneo, donde se puede desarrollar la operación del negocio, y una favorable rentabilidad, para su ejecución, recuperando la inversión inicial.
- Por último, se establece la creación de una cafetería en la Parroquia del Quinche a fin de contribuir en la satisfacción del cliente, generando así, formas de empleo, beneficiando en la comunidad , y el bienestar de los clientes .

RECOMENDACIONES

- Se recomienda seguir la metodología para la puesta en marcha de la empresa siguiendo el modelo de negocio de Canvas.
- Se debe considerar en la magnitud los proyectos de emprendimientos, para su implementación, por esta razón se recomienda que la gerencia analice la implementación de otra cafetería en la estación de buses inter parroquiales, debido a la afluencia de turistas.
- Se recomienda al área de ventas, aplicar las estrategias de marketing y publicidad con el fin de aprovechar las oportunidades del mercado, que mediante la comunicación estratégica y el uso adecuado de herramientas de marketing atraerán a los clientes, ofertando los productos, y servicio, logrando así el posicionamiento del negocio de cafetería, generando la rentabilidad del mismo, mejorando continuamente en base a los resultados obtenidos mes a mes.

BIBLIOGRAFÍA

- Amat, O. (2008). *Análisis Económico Financiero*. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000.
- Andrango, D., & Taibe, J. (Enero de 2014). Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de figuras y bisutería de tagua al mercado de Bélgica. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Aragundy, E., & Tubon, S. (marzo de 2017). Modelo de negocio: producción y comercialización de juguetes didácticos para niños de 0 a 5 años a base de tagua y su futura exportación hacia el mercado italiano. guayaquil, Ecuador.
- Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. (s.f.). *Plan Económico y Financiero*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de Servicio de creación de empresas: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>
- Cuevas Landero, J., & Martínez Ruiz, C. (18 de Noviembre de 2008). *Estudio técnico operativo*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de Formulación de proyectos en el área de Alimentos: <http://formulacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2008/11/estudio-tecnico-operativo.html>
- E-Técnico consultores. (s.f.). *Estudio técnico*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de E-Técnico consultores: <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Flores, J. (2014). *Derecho Ecuador*. Recuperado el 05 de 01 de 2019, de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura. (1981). *Notas sobre la presentación de proyectos de financiamiento externo*. San José, Costa Rica: IICA.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (1982). *Curso - Taller de la Elaboración y Gestión de Proyectos de Desarrollo Agrícola Integral*. (J. L. Bareiro, Ed.) Arquipa, Perú: IICA-Perú.

- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2001). *Guía para la presentación de proyectos*. México D.F., México: Siglo XXI editores.
- Luque, N. (2009). PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCIR Y COMERCIALIZAR CONFECCIONES CON UN EXCELENTE NIVEL DE DISEÑO Y CALIDAD, SIÑIENDONOS AL CUMPLIMIENTO CABAL QUE EXIGE EL MARCO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, CON ENFASIS EN EL CAPITAL HUMANO. Bogota, Colombia.
- Morales, J. A. (13 de julio de 2016). *7 causas por las que fallan los equipo de trabajo*. Obtenido de Entrepreneur - es edition: <https://www.entrepreneur.com/article/278995>
- OBS Business School. (s.f.). *Elementos claves en el estudio económico de un proyecto*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2018, de OBS Business School: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/etapas-de-un-proyecto/elementos-claves-en-el-estudio-economico-de-un-proyecto>
- Pintado Blanco , T., Sánchez Herrera, J., Grande Esteban, I., & Estévez Muñoz, M. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Reyes, W. (2017). *LA EDUCACION COMUNITARIA, UNA OPCION PARA PROMOVER LOS SABERES ANCESTRALES EN LOS ARTESANOS DE SANTA ELENA ECUADOR*. Santa Elena: Revista caribeña de Ciencias Sociales.
- Salazar, M., & Castillo, C. (2002). *TURISMO COMUNITARIO EN LAS ZONA DE DOS MANGAS Y*. Guayas.
- Sloan, E. (25 de 04 de 2013). *É Alimentación*. Obtenido de <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/66687-tendencias-alimentos>
- Vaca, J. (n de 2013). Análisis del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de artesanías en tagua “manos libres” en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura. *INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA*. noviembre, Ibarra, Ecuador.

Vinces Chuquimarca, S. M. (2018). *Creación de la corporación farmacéutica "WM", Sector Moran Valverde Quito*. Quito: Universidad Israel .

Zorita Lloreda, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid, España: ESIC Editorial.

ANEXOS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA



La presente encuesta se encuentra dirigida al Distrito Metropolitano de Quito Parroquia el Quinche, con la finalidad de obtener información que permita determinar la factibilidad para la creación y funcionamiento de la Cafetería en la Parroquia.

DATOS INFORMATIVOS

Nombre:

Residencia:

Teléfono:

Ubicación:

ANEXO A ENCUESTA

Su honestidad nos brindara un resultado importante para nuestra investigación.
Gracias por su colaboración.

Marque su género

Femenino

Masculino

1. ¿Usted es residente de la Parroquia de El Quinche?

Si

No

Otra.....

2. ¿Con que frecuencia usted consume café ?

Nunca

Diario

Semanal

Mensual

3. ¿Usted tiene conocimiento de alguna cafetería en el sector de El Quinche?

Si

No

4. ¿Le gustaría que en el sector de El Quinche exista una cafetería?

Si

No

5. ¿Qué tipo de café le gustaría que se prepare en esta cafetería?

Simple

Expreso

Americano

Capuchino

Mocaccino

6. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un café simple?

\$1.00

\$1.50

\$2.00

7. ¿Qué estilo de ambiente le gustaría para la cafetería?

Clásica

Contemporánea

Moderna

8. ¿Qué medios de comunicación elegiría usted para informarse de nuestros servicios?

Volantes

Radio

Redes sociales

9. ¿Le gustaría que exista el servicio a domicilio?

Si

No

10. ¿Aparte del café, sería de su agrado degustar de bocaditos y snacks ?

Si

No