



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CAFETERÍA ESTILO RETRO EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

MARÍA CRISTINA DIAZ ERAZO

DIRECTORA:

MSC. LIGIA ISABEL BELTRÁN URVINA

IBARRA - 2021

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. El procedimiento metodológico que se aplicó para el desarrollo del estudio de factibilidad fue mediante la aplicación de la investigación descriptiva, los métodos inductivo, deductivo, analítico – sintético.

Los resultados del diagnóstico y el desarrollo de las variables e indicadores muestran que existe una oportunidad para la creación de la cafetería estilo retro porque según la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación tiene como objetivos desarrollar programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores, orientado al desarrollo productivo y promover el acceso al financiamiento público y privado.

Los resultados de la propuesta en relación al estudio de mercado presentan una demanda proyectada de 767.756 productos de cafetería, la oferta es de 589.006 productos, generándose una demanda insatisfecha de 178.750 productos de cafetería.

Del estudio técnico se determina que la cafetería se ubicará en la Av. Atahualpa y Miguel Leoro, la capacidad instalada será de 20.592 productos de cafetería en el año, se estructuró los procesos del servicio de cafetería.

La inversión del proyecto es de \$27.369.03, de los cuales el 80% será por medio de un crédito en el Banco Pacifico y el 20% por aportes propios. Del estudio financiero se determina un VAN de \$11.820.39, una TIR del 19.01%, PRI de 4 años, 1 mes y 11 días, Beneficio / Costo de \$1.43.

Del estudio organizacional se estableció el direccionamiento estratégico, organigrama estructural, manual de funciones, mapa de procesos y la constitución jurídica de la cafetería. En la validación se consideró los criterios cualitativos de factibilidad del proyecto de los docentes técnicos y tutora del proyecto, para medir la consistencia de los capítulos del estudio de factibilidad.

ABSTRACT

The purpose of this project is to study the feasibility for the creation of a retro-style cafeteria in the city of Ibarra, province of Imbabura. The methodological procedure that was applied in this project was through the application of descriptive research as well as inductive, deductive, and analytical - synthetic methods.

The results obtained after the diagnosis and the development of the variables indicate that there is an opportunity for the creation of the retro-style cafeteria through the Organic Law of Entrepreneurship and Innovation. This is possible because of their objectives to develop technical, financial, and administrative support programs for entrepreneurs aimed at productive development and to promote access to public and private financing.

The results of the proposal in relation to the market study show a projected demand of 767,756 cafeteria products. The offer is 589,006 products which will generate an unsatisfied demand of 178,750 cafeteria products.

From the technical study it is determined that the cafeteria will be located at Av. Atahualpa and Miguel Leoro. The cafeteria service processes were structured to ensure the installed capacity for the year will be 20,592 cafeteria products.

The project investment is \$27,369.03, of which 80% will be through a loan from Banco Pacífico, and 20% through our own contributions. The financial study determines a NPV of \$11,820.39, an IRR of 19.01%, PRI of 4 years, 1 month and 11 days and Benefit / Cost of \$1.43.

From the organizational study the strategic direction, structural organization chart, function manual, process map, and the legal constitution of the cafeteria were established. For the validation of this project, the qualitative criteria of feasibility from the technical teachers and project manager were considered to measure the consistency of the chapters of the feasibility study.

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la estudiante María Cristina Díaz Erazo egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica del Norte, previo la obtención del título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA ESTILO RETRO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA” considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se asigne.

Ibarra, 20 de mayo de 2021



MSc. Ligia Beltrán
DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR
DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte, para que sea publicada en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100402209-9
APELLIDOS Y NOMBRES:	María Cristina Diaz Erazo
DIRECCIÓN:	Av. 17 de julio 9-43
EMAIL:	mcdiaze@utn.edu.ec
TELÉFONO FIJO:	062 616199
TELÉFONO MÓVIL:	0998226043
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”
AUTOR:	Diaz Erazo María Cristina
FECHA:	03/06/2021
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO A OBTENER:	Ingeniera Comercial
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Ligia Beltrán

2. CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 18 de junio de 2021

LA AUTORA



María Cristina Díaz Erazo

C.I. 100402209-9

DEDICATORIA

Esta dedicado a mi madre que me ha enseñado a seguir adelante a pesar de cualquier dificultad que se presente en mi vida, gracias a su amor, trabajo y sacrificio me ha permitido culminar mi carrera universitaria.

A mi familia quienes son un pilar fundamental para seguir adelante.

Cristina D.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme y darme la fuerza para alcanzar mis objetivos a pesar de los obstáculos que se han presentado en el transcurso de mi vida.

Gracias a cada maestro de la Universidad Técnica del Norte, que hizo parte de este proceso de formación.

Por último, quiero agradecer a toda mi familia por su cariño, comprensión y apoyo incondicional.

Cristina D.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
ABSTRACT.....	III
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	IV
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	V
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
LISTA DE TABLAS.....	XIV
LISTA DE FIGURAS	XIX
PRESENTACIÓN.....	XXI
INTRODUCCIÓN	XXIII
OBJETIVO GENERAL.....	XXIV
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	XXIV
CAPITULO I.....	1
1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1 Cafetería.....	1
1.1.1 Café	2
1.1.2 Tipos de café	2
1.1.3 Cafetería temática.....	2
1.1.4 Estilo retro.....	3
1.2 Microempresa	3
1.2.1 Características de microempresa.....	3

1.3	Estudio de mercado	4
1.3.1	Mercado meta.....	5
1.3.2	Competidores	5
1.4	Estudio técnico	6
1.4.1	Tamaño del proyecto.....	6
1.4.2	Ingeniería del proyecto.....	6
1.4.3	Inversión.....	7
1.5	Estudio financiero.....	7
1.5.1	Estados Financieros.....	7
1.5.2	Análisis de sensibilidad.....	8
1.6	Estructura organizacional	9
1.6.1	Componentes de la estructura organizacional.....	9
CAPÍTULO II		10
2	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10
2.1	Tipo de Investigación	10
2.2	Métodos	11
2.2.1	Método Inductivo y deductivo	11
2.2.2	Método analítico-Sintético	11
2.3	Tipo de muestreo	12
2.3.1	Población.....	12

2.3.2	Muestra.....	12
2.4	Técnicas e Instrumentos	12
2.4.1	Encuesta	13
2.4.2	Observación.....	13
2.4.3	Investigación documental.....	13
2.5	Identificación de variables diagnósticas	13
CAPÍTULO III.....		16
3	DIAGNÓSTICO	16
3.1	Desarrollo de Variables	17
3.1.1	Factores demográficos.....	17
3.1.2	Aspecto Socio Económico	19
3.1.3	Factores Tecnológicos.....	23
3.1.4	Aspectos Político- Legales	24
3.2	Análisis de la Información.....	26
3.3	Conclusión diagnóstica.....	27
CAPÍTULO IV.....		28
4	PROPUESTA.....	28
4.1	Estudio de Mercado	29
4.1.1	Segmentación del mercado.....	33
4.1.2	Mercado Meta	34
4.1.3	Cálculo de la muestra	35

4.1.4	Instrumento de investigación	36
4.1.5	Determinación de la demanda	51
4.1.6	Identificación de la oferta.....	54
4.1.7	Demanda insatisfecha.....	58
4.1.8	Análisis de precios	59
4.1.9	Estrategias de comercialización	60
4.1.10	Conclusiones del estudio de mercado.....	62
4.2	Estudio técnico	63
4.2.1	Localización del proyecto	63
4.2.2	Tamaño del proyecto.....	67
4.2.3	Ingeniería del proyecto.....	69
4.2.4	Conclusiones del estudio técnico	92
4.3	Estudio Financiero.....	93
4.3.1	Presupuesto de la inversión.....	93
4.3.2	Costos y gastos proyectados.....	96
4.3.3	Estados Financieros Presupuestados	102
4.3.4	Evaluación Financiera.....	106
4.3.5	Análisis de Sensibilidad	111
4.3.6	Conclusiones de la evaluación financiera	112
4.4	Estudio Organizacional.....	113

4.4.1	La empresa	113
4.4.2	Constitución Jurídica.....	135
4.4.3	Requisitos legales y tributarios para el funcionamiento.....	135
CAPÍTULO V		139
5	VALIDACIÓN	139
5.1	Equipo de trabajo.....	139
5.2	Metodología de verificación.....	140
5.2.1	Factores a validar	140
5.2.2	Método de calificación.....	142
5.2.3	Rango de interpretación	142
5.3	Resultados.....	143
5.3.1	Calificación e interpretación	148
CONCLUSIONES		149
RECOMENDACIONES		151
BIBLIOGRAFÍA.....		152
ANEXOS.....		155

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstica -----	15
Tabla 2 Distribución de la población por edad y género -----	18
Tabla 3 Actividades económicas de Ibarra -----	20
Tabla 4 PEA cantón Ibarra por sectores -----	21
Tabla 5 Canasta familiar básica-----	22
Tabla 6 Matriz AOOD-----	26
Tabla 7 Matriz Diagnóstica-----	32
Tabla 8 Segmentación geográfica (PEA por parroquias urbanas de Ibarra)-----	33
Tabla 9 Población -----	35
Tabla 10 Aceptación del proyecto-----	51
Tabla 11 Demanda actual de sándwiches -----	51
Tabla 12 Demanda actual de cafés en general -----	52
Tabla 13 Demanda actual de picaditas-----	52
Tabla 14 Demanda actual de postres -----	52
Tabla 15 Demanda actual total de productos de cafetería -----	53
Tabla 16 Proyección de la demanda-----	54
Tabla 17 Oferta actual de sándwiches -----	54
Tabla 18 Oferta actual de cafés -----	55
Tabla 19 Oferta actual de picaditas -----	56
Tabla 20 Oferta actual de postres-----	56
Tabla 21 Oferta actual total de productos de cafetería -----	57
Tabla 22 Proyección de la oferta-----	58
Tabla 23 Demanda insatisfecha-----	58

Tabla 24 Precio de los productos de cafetería -----	59
Tabla 25 Matriz de evaluación de factores para la microlocalización del proyecto-----	66
Tabla 26 Capacidad Instalada -----	69
Tabla 27 Descripción técnica de los productos -----	69
Tabla 28 Simbología ANSI para diagramas de flujo -----	72
Tabla 29 Distribución de áreas-----	79
Tabla 30 Mobiliario de acuerdo a la capacidad de carga-----	79
Tabla 31 Maquinaria y Equipo de cafetería-----	80
Tabla 32 Muebles y enseres de cafetería -----	81
Tabla 33 Muebles y enseres administrativos -----	81
Tabla 34 Equipo de informática de administración -----	82
Tabla 35 Inversión Fija -----	82
Tabla 36 Activos pre operativos-----	83
Tabla 37 Materia prima directa para sándwiches mixtos -----	83
Tabla 38 Materia prima directa para cafés en general-----	84
Tabla 39 Materia prima directa para picaditas-----	84
Tabla 40 Materia prima directa para pastel de chocolate (postre) -----	84
Tabla 41 Resumen de costos de materia prima directa-----	85
Tabla 42 Salario personal de mano de obra directa-----	85
Tabla 43 Materiales indirectos-----	86
Tabla 44 Servicios básicos -----	86
Tabla 45 Salario de personal de mano de obra indirecta -----	86
Tabla 46 Costos indirectos de producción consolidados-----	87

Tabla 47 Costos de producción consolidados -----	87
Tabla 48 Salario personal administrativo -----	88
Tabla 49 Servicios básicos -----	88
Tabla 50 Insumos de oficina -----	88
Tabla 51 Arriendo de local -----	88
Tabla 52 Gastos administrativos consolidados -----	89
Tabla 53 Gastos de ventas -----	89
Tabla 54 Capital de trabajo-----	90
Tabla 55 Inversiones totales-----	91
Tabla 56 Fuentes de financiación-----	91
Tabla 57 Tasa de inflación -----	94
Tabla 58 Proyección de ingresos -----	95
Tabla 59 Proyección de materiales directos -----	96
Tabla 60 Salario proyectado chef-----	97
Tabla 61 Costos indirectos de producción -----	97
Tabla 62 Salario proyectado mesero -----	98
Tabla 63 Costos de producción consolidados -----	98
Tabla 64 Gastos administrativos-----	99
Tabla 65 Salario proyectado gerente-----	99
Tabla 66 Salario proyectado cajera-----	100
Tabla 67 Gastos de ventas -----	100
Tabla 68 Tabla de amortización -----	101
Tabla 69 Depreciación anual-----	101

Tabla 70 Costos de operación y de financiación -----	102
Tabla 71 Estado de resultados proyectado -----	102
Tabla 72 Flujo neto de efectivo proyectado-----	103
Tabla 73 Estado de situación financiera proyectado-----	105
Tabla 74 Costo Capital -----	106
Tabla 75 Costo Beneficio-----	109
Tabla 76 Periodo de recuperación de la inversión -----	109
Tabla 77 Punto de equilibrio -----	110
Tabla 78 Escenarios -----	111
Tabla 79 Puesto: Gerente -----	121
Tabla 80 Puesto: Chef-----	122
Tabla 81 Puesto: Cajera-----	123
Tabla 82 Puesto: Mesero-----	124
Tabla 83 Proceso de recepción de clientes -----	126
Tabla 84 Proceso de preparación de productos -----	129
Tabla 85 Proceso de entrega de productos al cliente -----	131
Tabla 86 Proceso de servicios de caja -----	133
Tabla 87 Equipo de Trabajo -----	140
Tabla 88 Factores a validar -----	141
Tabla 89 Rangos de interpretación -----	142
Tabla 90 Porcentaje de validación-----	143
Tabla 91 Matriz de validación: directora de tesis -----	144
Tabla 92 Matriz de validación: Oponente 1-----	145

Tabla 93 Matriz de validación: Oponente 2-----	146
Tabla 94 Resultados -----	147

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Segmentación por género -----	34
Figura 2. Sexo -----	36
Figura 3. Edad -----	37
Figura 4. Frecuencia de visita -----	38
Figura 5. Tipo de café -----	39
Figura 6. Consumo -----	40
Figura 7. Frecuencia de consumo -----	41
Figura 8. Características de una cafetería -----	42
Figura 9. Acompañante -----	43
Figura 10. Cafeterías -----	44
Figura 11. Percepción del servicio -----	45
Figura 12. Gasto -----	46
Figura 13. Disponibilidad -----	47
Figura 14. Celebración -----	48
Figura 15. Servicio complementario -----	49
Figura 16. Medio publicitario -----	50
Figura 17. Macrolocalización de la cafetería estilo retro -----	64
Figura 18. Ubicación de la cafetería estilo retro. -----	67
Figura 19. Proceso de preparación de sándwich mixto -----	74
Figura 20. Proceso de preparación de café capuchino -----	75
Figura 21. Proceso de adquisición de materias primas -----	76
Figura 22. Plano de la cafetería estilo retro -----	78
Figura 23. Logotipo de la cafetería retro -----	115

Figura 24. Organigrama estructural -----	119
Figura 25. Mapa de procesos-----	125
Figura 26. Proceso recepción de clientes-----	128
Figura 27. Proceso de preparación de productos -----	130
Figura 28. Proceso de entrega de productos al cliente-----	132
Figura 29. Proceso servicios de caja -----	134

PRESENTACIÓN

El presente “**Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura**”, se enfoca en ofertar productos y servicios de cafetería de calidad, con los mejores ambientes y condiciones de confort dirigido a la población que tiene preferencia por este tipo servicio.

Capítulo I: Se estructura la fundamentación teórica, desarrollando conceptos, proposiciones, definiciones de investigaciones realizadas, de textos, manuales, artículos científicos y otros documentos técnicos, que sustentan los aspectos científicos técnicos del objeto de estudio.

Capítulo II: Se definieron los procedimientos metodológicos, el tipo de investigación, los métodos, las técnicas e instrumentos de recolección de información, que se aplicaron para obtener los objetivos propuestos en esta investigación.

Capítulo III: Se desarrolló el diagnóstico, a través de investigación documental de las variables demográficas, socio económico, tecnológico, político legal, para identificar el macro entorno en el que operará el proyecto y establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para definir la oportunidad diagnóstica.

Capítulo IV: Se realizó la formulación de la propuesta, en primera instancia se establece el estudio de mercado, las variables de segmentación, el mercado potencial, el cálculo de la muestra, la determinación de la demanda, la identificación de la oferta, sus proyecciones, el balance oferta – demanda (demanda insatisfecha), análisis de precios y estrategias de comercialización.

- En el estudio técnico se establece la macro y microlocalización, con la finalidad de encontrar el sitio más viable para la operatividad del proyecto, se determina el tamaño del proyecto en cuanto a su capacidad instalada, la ingeniería en lo pertinente a la descripción técnica de los productos, la definición de los procesos, la inversión tangible e intangible,

los gastos de operación, gastos de ventas, inversión en capital de trabajo, inversión total y el financiamiento del proyecto.

- En el estudio financiero, se establece el presupuesto de ingresos proyectados, costos y gastos, estados financieros, la evaluación financiera a través de indicadores económicos: TMR, TIR, VAN, B/C, PRI, PE, para establecer la factibilidad económica y financiera del proyecto.
- En el estudio organizacional, se define los aspectos administrativos, legales, el direccionamiento estratégico de la microempresa, objetivos estratégicos, valores corporativos, políticas, manual de funciones, mapa de procesos y la constitución jurídica y requisitos legales que requiere el proyecto para su operatividad.

Capítulo V: Se determina la validación de los componentes de la propuesta, utilizando matrices de validación con la finalidad de encontrar la calificación cualitativa y cuantitativa de cada uno de los capítulos que integran el proyecto de factibilidad.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Ibarra, existen pocas cafeterías con estilos temáticos y atractivos, como las de estilo retro, considerando que este tipo de locales tienen una alta tendencia en Europa, Latinoamérica y en el país, porque son establecimientos que tienen ambientes cómodos, agradables, mobiliarios generalmente de madera, acompañados de sofás confortables y decoración de interiores, brindando espacios de confort a sus clientes, razón por la cual es pertinente que se formule un plan de negocios para la instalación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra. El plan de estudio gira en torno a la diferencia que tiene la cafetería estilo retro con algunas cafeterías que cuenta la ciudad de Ibarra, además de la variedad de cafés y postres, contará con un estilo inspirado en las décadas 70,80,90 para crear un ambiente exclusivo y personal combinando texturas, colores materiales desde lo más simple hasta lo más futurista, que junto con la decoración de un concepto innovador con un estilo que trascienda el tiempo dando una sensación de plenitud y de vida menos estresante y sobre todo diferente al de otro lugar con características similares, que ofrezca variedades de café en un ambiente agradable.

La idea nace de la necesidad de ofrecer un servicio creativo y diferente, para disfrutar entre amigos o familia, donde los consumidores salgan de la rutina y experimenten algo nuevo, mientras toman o comen algo.

El objetivo del presente trabajo es conocer si es factible o no la creación del negocio a través del diagnóstico situacional, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio organizacional.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería temática estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar la fundamentación teórica, mediante definiciones teóricas, técnicas, de los componentes del estudio de factibilidad, sustentado en revisión bibliográfica.
- Establecer los procedimientos metodológicos en cumplimiento de los objetivos propuestos en la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra.
- Realizar un diagnóstico situacional del macro entorno de la operatividad de la cafetería estilo retro, para establecer la oportunidad diagnóstica.
- Formular la propuesta, a través del estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y el estudio organizacional, para encontrar la viabilidad del proyecto.
- Realizar la validación del estudio de factibilidad para la creación de la cafetería retro, a través de criterios cualitativos y cuantitativos de los componentes del proyecto.

CAPITULO I

1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Introducción

En la fundamentación teórica se establecen un conjunto de definiciones, conceptualizaciones, sustentados en investigaciones realizadas, textos, artículos científicos, para la contextualización de los componentes del estudio de factibilidad.

La fundamentación teórica implica el desarrollo organizado del conjunto de ideas, conceptos, teorías, que sustentan la comprensión y perspectiva, para integrar la información y contextualizar el objeto de estudio.

Objetivo

Definir un marco teórico a través de un estudio bibliográfico, que sirva como referencia para el correcto desarrollo del proyecto y la facilitación de información de los conceptos y términos del contenido de la investigación.

1.1 Cafetería

El autor (Carrón, 2019) señala que “La cafetería es un punto de encuentro, esparcimiento y reunión, de todo tipo de clientela pues su diversidad gastronómica abastece las exigencias de un público etéreo”(p.15).

En concordancia con el autor, es claro que una cafetería es un establecimiento donde se sirven bebidas, aperitivos y comidas, por su variedad son comparables con los restaurantes y se asemejan a un bar y otras con las de un restaurante, donde se puede disfrutar entre amigos o familia. Y ciertamente son un emprendimiento que aporta re creatividad al público destinado.

1.1.1 Café

Es una bebida que se adquiere de las semillas del cafeto previamente tostadas y molidas. Es uno de los productos más comercializados y consumidos en la sociedad, la forma más común de consumirlo es negro o con leche, existen diferentes formas de prepararlo, posee efectos beneficiosos ayuda a quemar grasas, nos mantienen alertas, aumenta el rendimiento físico, previene enfermedades, es una fuente de antioxidantes natural, disminuye la sensación de hambre lo cual puede ser de ayuda en las dietas (Orac, 2016).

1.1.2 Tipos de café

De acuerdo con (Lorca & Chacón, 2016) existen diferentes presentaciones de café de los cuales se destacan:

Expresso: Café negro fuerte con la mezcla de agua y el grano de café.

Americano: la mezcla de un poco de expresso a una taza de agua caliente.

Capuchino: es la combinación de expresso, leche y espuma de leche.

Moka: café con leche al que se adiciona chocolate o cacao en polvo.

Café latte: se caracteriza por su espuma suave y sedosa.

Tradicional: Tiene la misma preparación del expresso, pero con más cantidad de agua.

1.1.3 Cafetería temática

Según (Martínez, 2018) menciona que la cafetería temática “es un ambiente, con los cuales se transporta al visitante a los orígenes del medio simulado, o creando contextos novedosos, según el ingenio del empresario que va incorporando diferentes estilos y modos de presentación”(p.25).

Si bien las cafeterías temáticas son lugares de ambientes agradables donde el arte y la música van de la mano, su decoración hace referencia al estilo que se desea plasmar, dándole un plus sobre la competencia.

1.1.4 Estilo retro

De acuerdo con el autor (Carrasco, 2015) menciona que “el estilo retro aporta gran variedad a los demás estilos, ya que es como una compilación de todo lo del pasado”. Pero, por otra parte, muchas personas usan el término para categorizar estilos que se han creado en el pasado, centrándose en los productos, modas y estilos artísticos.

Ciertamente el estilo retro se inspira en épocas pasadas o clásicas para crear un entorno exclusivo, con la combinación de una gama de colores, texturas y materiales que ayudaran a crear un ambiente retro.

1.2 Microempresa

Para el autor (Vázquez, 2015) “La microempresa es de tamaño pequeño donde el máximo de trabajadores no excede los 10 empleados, esta requiere de poca inversión, por lo general son administradas por sus propios dueños”

Las microempresas tienen un tamaño reducido tanto en inversión, como en personal, en algunos casos son llevadas por miembros familiares que desean consolidar un emprendimiento, son abundantes en algunas actividades para venta de productos o servicios que satisfacen deseos o necesidades de sus clientes.

1.2.1 Características de microempresa

Las características administrativas de la microempresa son varias las mismas que se sustentan en diferentes autores como se presenta a continuación:

Según (Cantos, 2015) dice que: “Las características que tiene una microempresa son:

- Actividades de autoempleo
- Máximo de 10 colaboradores
- El capital de inversión de es bajo

- Las actividades están registradas en una organización gremial micro empresarial.

Estas características permiten saber la estructura principal de la microempresa la misma que define a una mini organización, y la diferencia entre la pequeña o grande empresa. Como se puede observar estas son las características que distinguen y definen a una microempresa la misma que se la califica como una organización a pequeña escala en la que se llevan procesos y procedimientos igual a grandes empresas, pero de dificultad minúscula.

1.3 Estudio de mercado

El estudio de mercado es una investigación que nos ayuda a saber si el producto o servicio que lanzamos es viable o no, por medio de encuestas, entrevistas e investigaciones de campo.

Desde el punto de vista de (Moreno, 2016) La investigación para un estudio de mercados debe seguir las siguientes etapas:

Definición del producto: Consiste en especificar con veracidad el producto o servicio que suministrara el nuevo negocio con el objetivo de reducir el ámbito de la investigación.

Análisis de la demanda: La indagación de la información se centra en dos aspectos la función demanda y la cantidad demandada. La función demanda evidencia el comportamiento que tienen los clientes frente al precio de un servicio o producto.

Análisis de la oferta: El consumo histórico y los respectivos escenarios permiten efectuar pronósticos para estimar, en diferentes situaciones, la demanda potencial del producto o servicio.

Del conocimiento de competidores y clientes, nace en ocasiones el interés en restringir nuestra labor a un cierto grupo de personas u organizaciones, realizando la segmentación de mercado. El responsable debe escoger el modo de describir y diferenciar sus clientes potenciales del resto del

mercado, proporcionando ventajas al permitir adaptar mejor nuestra oferta de los clientes seleccionados (De toro & Villanueva, 2017).

Es el proceso que debe construir el emprendedor para llevar su producto o servicio al mercado, incluye las 5 P. (producto, precio, plaza, promoción, personal).

1.3.1 Mercado meta

Es posible tener uno o más mercados metas, es decir, a quién o quiénes finalmente se venderán los productos, que serán definidos por diferentes variables. Ese o esos mercados metas serán los que orientan todas las estrategias de marketing. (Schnarch, 2020)

El mercado meta ciertamente es el sector de la población donde vamos a destinar nuestro producto bien o servicio para ello hay que determinar variables como la edad, género, hábitos de consumo, ubicación demográfica, geográfica y nivel económico.

1.3.2 Competidores

Consiste en analizar y estudiar a posibles competidores, recopilar toda la información que sea relevante, para luego analizarla, por ejemplo, cuáles son los líderes o los principales consumidores, donde es su ubicación, cuáles son sus mercados, cuáles son sus estrategias, cuáles son sus precios, capacidad, medios publicitarios, fortalezas y debilidades (Pérez, 2017).

Es importante tener en cuenta y conocer que la actuación de la competencia frente a las variaciones de precios condiciona las decisiones sobre la fijación de precios, por eso es necesario conocer bien a nuestros competidores, para esto se requiere realizar un análisis que permita entender el entorno que rodea al negocio.

1.4 Estudio técnico

Para los autores (Pacheco & Pérez, 2018) sostienen que: el estudio técnico verifica la macro y microlocalización del proyecto, establece el tamaño óptimo en relación con el mercado, los suministros e insumos, la tecnología y los equipos y el financiamiento.

El estudio técnico contempla el análisis de la macrolocalización y microlocalización, para la ubicación óptima del proyecto, los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto y que tienen incidencia sobre la inversión y la operatividad de la empresa.

1.4.1 Tamaño del proyecto

Consiste en establecer el tamaño que debe tener el proyecto, así como la capacidad de equipos y maquinaria que se requiere, mediante información con base en el mercado a la competencia, localización, suministros, recursos financieros entre otros elementos que son relevantes dependiendo del proyecto; estos elementos ayudaran a llegar a la dimensión definitiva mediante un proceso de aproximaciones sucesivas (Puentes, 2019).

De acuerdo con la cita mencionada en el párrafo anterior el tamaño del proyecto es la capacidad de producción de bienes o prestación de servicios que va a tener la empresa o negocio con diferentes variables como la demanda, insumos, plan estratégico, localización.

1.4.2 Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyecto tiene como objetivo revisar de forma profunda la información para definir los recursos necesarios para asegurar la factibilidad del proyecto.

Los autores (González, Alba y Mere, 2014) establecen que se debe:

- Especificar materias primas, subproductos y productos finales, otro factor importante es la tecnología que será utilizada y el rendimiento técnico de cada uno de ellos.

- El proceso de producción y cada uno de sus pasos, teniendo en cuenta las características específicas del sector,
- La mano de obra, si es calificada para operar la tecnología que esté en existencia en la organización.

1.4.3 Inversión

Las inversiones en un proyecto son el capital, ya sea propio o de terceros, que se pone en juego, con el objeto de operar una empresa; se constituyen por la suma del valor de los bienes, servicios y efectivo existente y necesario para realizar las funciones de producción, distribución y venta de bienes y/o servicios (Pacheco & Pérez, 2018).

En este caso la inversión en palabras más sencillas es la cantidad de dinero que se coloca para la realización del proyecto, con el propósito de tener una ganancia futura, con el objetivo de incrementarlo.

1.5 Estudio financiero

En cuanto al estudio financiero Lavalle, (2017) indica que: Es uno de los aspectos más importantes en la evaluación de proyectos, ya que ayudara a conocer cada uno de los resultados de cómo se va a llevar la empresa a través de fuentes de financiación, costos laborales, demanda del servicio o producto.

Siendo el objetivo mostrar los recursos económicos para llevar a cabo el proyecto, generando un diagnóstico que ayudara a evaluar la factibilidad del negocio, buscando si la empresa es rentable a través de su resultado y su liquidez financiera.

1.5.1 Estados Financieros

Como plantea (Bernal, 2017) los componentes que se debe examinar son:

El balance o estado de situación inicial: Está representada gráficamente, se utiliza al iniciar las actividades económicas, indicando en forma precisa y ordenada el patrimonio de una empresa.

El estado de resultados: En un periodo determinado muestra lo que ha sucedido en una empresa, como los ingresos o gastos que se producen y con ellos se puede ver si la empresa tiene perdida o ganancia.

El estado de flujos de efectivo: Indica como los recursos y obligaciones de la empresa se transforman en periodo, por tanto, sirve como un indicador de la liquidez de la organización.

El estado de cambios en el capital contable: Exhibe las variaciones en la inversión de los propietarios durante un periodo de tiempo, indicando una conciliación entre los saldos iniciales y finales de cada uno de los periodos.

El informe de cada uno tiene la finalidad de proporcionar información sobre los resultados operacionales que tiene la empresa cada año, para una correcta toma de decisiones y el alcance de sus objetivos.

1.5.2 Análisis de sensibilidad

De acuerdo con el autor (Rojas, 2016) menciona que:

El análisis se ejecuta a través de pronósticos financieros, estos parten del estudio de mercado, que establecen la cantidad demanda del producto o servicio en el futuro, los resultados se logran con métodos de evaluación financiera VAN Y TIR, que calculan escenarios futuros.

Esto supone que el análisis de sensibilidad es un método que nos permite tomar decisiones de inversión, ya que por medio de estas variables podemos encontrar áreas débiles o fuertes del proyecto.

1.6 Estructura organizacional

Según Gilli (2017) expresa que: “La estructura es la forma en que se dividen las tareas entre el personal y en que dichas áreas serán coordinadas”

Esto supone, además de la división de tareas, determinar cómo estas se agrupan en áreas o departamentos, qué niveles de supervisión se establecen y el grado de descentralización de las decisiones que se asigna a cada puesto. Por lo que la estructura organizacional se basa en la autoridad y jerarquía, junto a los grados de responsabilidad de cada miembro de la empresa.

1.6.1 Componentes de la estructura organizacional

Son una parte importante para la empresa, entorno a estos se planificara actividades y acciones a seguir. Teniendo en cuenta al autor Rodríguez (2018) quien da a conocer los siguientes:

El nombre de la empresa debe proyectar la imagen y concepto que se quiere plasmar en el cliente, para ello se debe realizar un logotipo con la misma idea, se debe revisar que el nombre no esté en uso, la misión es un componente básico de identidad para la empresa, ya que evidencia la razón de ser de la organización y los valores que son la definición de las cualidades que tienen las organizaciones, que serán parte importante en diferentes situaciones que se presenten en la empresa.

Estos componentes son parte importante de las organizaciones, ya que con ellos dan a conocer la razón de ser de las empresas, justificando su existencia y creando una idea clara, alineada a los objetivos, proyectando confianza en la mente de los clientes, dentro de estos también están las políticas, visión, slogan, objetivos estratégicos.

CAPÍTULO II

2 PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Introducción

En este capítulo se determina el tipo de investigación descriptiva, los métodos inductivo – deductivo, analítico – sintético, para determinar la validez y confiabilidad de la información primaria obtenida de las encuestas y la información secundaria de fuentes documentales, en relación a las categorías, variables, sujetas a investigación para facilitar la comprensión, la distribución por categorías de la población sujeta a estudio y otros factores asociados específicamente al diagnóstico situacional y estudio de mercado.

Las técnicas de recolección de información fue la encuesta, utilizando instrumentos de recolección de información (formato de encuesta) a los propietarios de las cafeterías y la PEA de la ciudad de Ibarra. Se determina el tipo de muestreo, tamaño de la muestra con la finalidad de recolectar información para el desarrollo del proyecto.

Objetivo

Determinar los procedimientos metodológicos que se utilizará en el estudio del proyecto, que ayudará a la recolección de datos, donde se justifica los métodos, técnicas e instrumentos y variables diagnósticas que necesita el estudio.

2.1 Tipo de Investigación

La metodología que se aplicará en el proyecto es la investigación descriptiva. Según el autor Arenal (2019) explica que es la que se utiliza, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén desarrollando y que se pretenda analizar. Lo cual ayudará a conocer características, necesidades, exigencias y expectativas del mercado.

2.2 Métodos

Como expresa García (2016), son la vía para obtener nuevos conocimientos. Responden a interrogantes de los problemas planteados y permiten rechazar o probar determinadas hipótesis” En el presente proyecto se empleará los métodos: Inductivo – deductivo y análisis para establecer argumentaciones sobre los elementos a analizar y probar su factibilidad.

2.2.1 Método Inductivo y deductivo

El método inductivo consiste en una forma de razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a un conocimiento general para todos los fenómenos del mismo género. La deducción empieza por un conocimiento general y pasa a los casos particulares y por lo tanto no plantea un problema (Baena, 2017).

El Método utilizado para la investigación es el inductivo, cuando se emplea como instrumento de trabajo, es un procedimiento en el que, comienzan por los datos, y termina llegando a la teoría. La secuencia metodológica que se desarrolla es la observación, registro de los hechos y análisis de lo observado, el método deductivo, tiene dos objetivos fundamentales, dar respuestas válidas a preguntas significativas, así como llevar a cabo predicciones. Con lo cual se determina el estudio de mercado del proyecto.

2.2.2 Método analítico-Sintético

Bernal (2016) indica que el método “Permite descomponer el objeto en cada una de sus partes para estudiarlas de forma individual (análisis). Luego se integran esas partes para estudiarlas de manera integral (Síntesis)”. Por medio del método se logra realizar un análisis de cada parte de los capítulos, para luego integrarlos en uno solo en este caso el tema de investigación.

2.3 Tipo de muestreo

Mías (2018) refiere que "Las muestras deben ser representativas de la población en función de cómo se la define" son importantes para poder determinar la parte de la población que examinaremos por medio del cálculo de la muestra.

2.3.1 Población

Bologna (2018) menciona que: "Utilizaremos la palabra población o, indistintamente, universo, para designar de manera genérica, a un conjunto de unidades de análisis que son objeto de un estudio particular".

Para determinar la población se utilizará información del Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC). La encuesta está dirigida a la población económicamente activa urbana de la ciudad de Ibarra.

2.3.2 Muestra

La muestra es un subconjunto de la población a estudiar se debe tener en cuenta que para que la muestra arroje un buen resultado debe ser representativo y abarcar la mayoría de generalidades de la población (Lerma, 2016).

Es una parte representativa de la población que se investigara, mediante técnicas de muestreo y parte de datos estadísticos. Se determina según la población económicamente activa del sector urbano, de hombres y mujeres del cantón Ibarra. Se considera un nivel de confianza de 95 % y un margen de error 5%.

2.4 Técnicas e Instrumentos

Las técnicas e instrumentos que se utilizara para acercarse a los hechos, obtener datos y analizarlos a través de fuentes primarias son la encuesta, investigación documental y observación.

2.4.1 Encuesta

La encuesta es un instrumento que se emplea por medio de un cuestionario a una muestra de personas que permiten explorar e interpretar una serie de factores (Gutiérrez, 2016). Las encuestas se aplicarán en el estudio de mercado a la Población económicamente activa y a los propietarios de las cafeterías de la ciudad de Ibarra.

2.4.2 Observación

De acuerdo con Malhotra (2006) citado en Dos Santos (2017) “La observación consiste en registrar los patrones de comportamiento de personas, objetos y eventos de una manera sistemática para obtener información sobre el tema de interés”(p.48). Se utilizará el método de la observación con el objetivo de conocer información de la competencia sobre productos y precios.

2.4.3 Investigación documental

Son registros basados en la investigación, donde se recaba, analiza, organiza, interpreta datos secundarios, adquiridos y registrados por otros investigadores a través de libros, documentos, periódicos, revistas, con el fin de aportar nuevos conocimientos (Zárate, Meza & Batista, 2019). Esta técnica se empleó para realizar la fundamentación teórica, procedimientos metodológicos y diagnóstico.

2.5 Identificación de variables diagnósticas

Las variables son diferentes aspectos o elementos que pueden influir en un objeto o proceso que se investiga y son susceptibles de ser medidas de manera: cualitativa o cuantitativa, a través de los llamados indicadores (García, 2016). Para estructurar las variables se utilizó el enfoque PEST en el diagnóstico del macro entorno del proyecto.

Variables e indicadores

Factores demográficos

Aspecto socio económico

Factores tecnológicos

Aspecto político – legal

Factores demográficos

- Cifras de la población
- Población por género y edad
- Tasa de crecimiento poblacional

Aspecto socio económico

- Actividades económicas de la ciudad
- Población económicamente activa por sectores
- Crisis económica
- Canasta básica
- Hábitos de consumo

Aspectos Tecnológicos

- Innovación tecnológica
- Tecnología de la Información

Aspectos Político - Legales

- Ley orgánica de emprendimiento e Innovación
- Ley de fomento productivo

Tabla 1
Matriz de Relación Diagnóstica

VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	REFERENCIAS
Factores demográficos	Cifras de la población Población por género y edad Tasa de crecimiento poblacional	Secundaria	Páginas web INEC
Aspecto socio económico	Actividades económicas de la ciudad Población económicamente activa por sectores Crisis económica Canasta básica Hábitos de consumo	Secundaria	Páginas web PD y OT - Cantón Ibarra
Factores Tecnológicos	Innovación Tecnológica Tecnología de la Información	Secundaria	PD y OT - Cantón Ibarra INEC
Aspectos Político- Legales	Ley orgánica de emprendimiento e Innovación Ley de fomento productivo	Secundaria	Páginas web

Fuente: Variables diagnósticas

CAPÍTULO III

3 DIAGNÓSTICO

Introducción

Se analiza el macro entorno a través de una investigación documentada, que permitirá identificar las oportunidades y riesgos que puedan beneficiar o afectar a la realización del proyecto. Las variables que se consideró para el diagnóstico son las siguientes: factores demográficos con los indicadores: cifras de la población, por género y edad, tasa de crecimiento poblacional. La variable aspecto socioeconómico y los indicadores: actividades económicas de la ciudad, población económicamente activa por sectores, crisis económica, canasta básica, hábitos de consumo. La variable factores tecnológicos con sus indicadores: innovación tecnológica, tecnología de la información. La variable aspectos políticos – legales y sus indicadores: Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y Ley de Fomento Productivo.

Objetivo

Realizar el diagnóstico de las variables del macroentorno, a través de una investigación documental que permita identificar aspectos demográficos, socioeconómicos, tecnológicos, políticos – legales para identificar las oportunidades y riesgos.

Objetivos Específicos

- Indagar los factores demográficos de la ciudad de Ibarra.
- Definir los aspectos socio económico de la zona de estudio.
- Conocer los aspectos tecnológicos necesarios para la creación de la cafetería.
- Establecer los aspectos políticos y legales, que contribuyen a la propuesta de negocio.

3.1 Desarrollo de Variables

3.1.1 Factores demográficos

Para el desarrollo de la variable demográfico, se toma en cuenta los siguientes indicadores que permiten conocer el estado de la población del cantón Ibarra: población por género y edad, tasa de crecimiento poblacional.

- **Cifras de la población**

Según proyecciones la provincia de Imbabura en el 2020 estima una población de 476.257 habitantes, de los cuales 244.051 son mujeres y 232.206 son hombres. Su población está dividida en dos secciones el área urbana y rural. El área urbana contara con una población de 263.907 de los cuales 127.474 habitantes serán hombres y 136.433 serán mujeres mientras que el área rural estará constituida por 212.350 habitantes de los cuales 104.732 son hombres y 107.618 son mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018). mientras que el cantón Ibarra, según proyecciones del INEC 2010-2020 mencionan que para el año 2020 la población de Ibarra estaría compuesta por 221.149 habitantes de los cuales 107.438 serían hombres y 113.711 serían mujeres.

- **Población por género y edad**

Según el GAD Municipal de San Miguel de Ibarra (2015) afirma que el 48.20% de la población está comprendida entre 0 y 24 años y de adultos el 43.9% está entre los 25 a 64 años. La población según género y edad del cantón Ibarra, provincia de Imbabura, está conformada de la siguiente manera:

Tabla 2
Distribución de la población por edad y género

GRUPOS DE EDAD	HOMBRES	MUJERES	SUBTOTAL	CICLO DE VIDA	%
Menor de 1 año	1479	1344			
1 a 4 años	7021	6746			
5 a 9 años	9176	9044			
10 a 14 años	9652	9285	53747	Menores de 15	26.2
15 a 19 años	8980	8663			
20 a 24 años	7758	8251			
	44066	43333	87399	Niños, adolescentes y jóvenes	48.2
25 a 29 años	6922	7728			
30 a 34 años	6073	6842			
35 a 39 años	5507	6463			
40 a 44 años	5037	5767			43.9
45 a 49 años	4477	5294			
50 a 54 años	3648	3951			
55 a 59 años	3022	3486			
60 a 64 años	2583	2853			
	37269	42384	79653	Adultos	
65 a 69 años	2084	2471			
70 a 74 años	1650	1932			
75 a 79 años	1248	1427			
80 a 84 años	812	969			
85 a 89 años	442	537			
90 a 94 años	160	245			
95 a 99 años	48	81			
100 años o mas	7	10			
	6.451	7.672	14.123	Tercera Edad	7.80
Total	87.786	93.389	181.175		

Fuente: PD Y OT Cantón Ibarra 2015-2023

- **Tasa de crecimiento poblacional**

provincia de Imbabura, en el censo 2010 la población de Ibarra era de 139.721 habitantes, con un porcentaje de crecimiento del 2.19%, la tasa de crecimiento ha incrementado según proyecciones para el año 2020 la población total de Ibarra es de 221.149 habitantes. (INEC, 2010). Se puede evidenciar una constante evolución y crecimiento en relación con años anteriores, una de las causas se debe a la migración extranjera y de personas de otros cantones en busca de oportunidades laborales.

3.1.2 Aspecto Socio Económico

Permitirá conocer la capacidad económica y social de la población Ibarreña, que ayudará al desarrollo del proyecto.

- **Actividades económicas de la ciudad**

Según Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra (2015) menciona que el 16.01% se clasifican como actividades “H” Hoteles y Restaurantes representan 995 casos que generan el 2.22% de los ingresos registrados en el cantón, siendo la quinta en generar mayores ingresos al país. En la siguiente tabla se establecen las actividades económicas desglosadas por tipo de actividad económica:

Tabla 3
Actividades económicas de Ibarra

Tipo	Clasificación	# de Act	%	2010 Ingresos Totales	%
A	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	17	0,27	10.127,969	1,51
B	Pesca				
C	Explotación de minas y canteras	7	0,11	1.677,181	0,25
D	Industrias manufactureras	580	9,33	40.550,546	6,06
E	Suministros de electricidad, gas y agua	1	0,02	574,825	0,09
F	Construcción	6	0,10	5.157,660	0,77
G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos.	3.415	54,95	490.281,277	73,33
H	Hoteles y restaurantes	995	16,01	14.821,859	2,22
I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	142	2,28	28.927,833	4,33
J	Intermediación financiera	52	0,84	48.840,350	7,30
K	Actividades inmobiliarias empresariales y de alquiler	296	4,76	11.858,002	1,77
L	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	2	0,03	687,701	0,10
M	Enseñanza	36	0,58	839,225	0,13
N	Actividades de servicios sociales y de salud	266	4,28	9.445,620	1,41
O	Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios	400	6,44	4.830,627	0,72
TOTAL		6.215	100	668.620,676	100

Fuente: PD Y OT Cantón Ibarra 2015-2023

- **Población económicamente activa por sectores**

La población económicamente activa de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura es 80.669 personas. El sector servicios y comercio tiene el 58.02% que representa a 46.855 personas, se puede notar un incremento en relación con otros años (GAD Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015).

Tabla 4
PEA cantón Ibarra por sectores

ACTIVIDAD	PEA	PORCENTAJE
Sector agropecuario	9.367	11,61%
Sector industrias	15.630	19,38%
Sector servicios	46.855	58,02%
Otros	8.817	10,93%
PEA TOTAL	80.669	99,9%

Fuente: PD Y OT Cantón Ibarra 2015-2023

- **Crisis económica**

La crisis económica en Ecuador se vio afectada por varios acontecimientos, uno de ellos es el que ocurrió en los primeros meses del año cuando se declaró en estado de excepción por calamidad pública, lo que provocó la suspensión de todas las actividades económicas a excepción del sector de la salud. El gasto del gobierno decreció un 5.6% en el 2020 frente al 2019, esta reducción se explica por el recorte en los rubros de sueldos y salarios, y compra de bienes y servicios, se dispuso la reducción de dos horas de la jornada laboral para las instituciones públicas del sector ejecutivo, esto implica una disminución de 16.66% del salario y para la educación el 8.33%, con excepción de servidores de salud y fuerza pública (Banco Central del Ecuador, 2020).

- **Canasta básica**

Según la información que público el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2020) indica que las canastas están constituidas por alrededor de 75 productos, para satisfacer las necesidades básicas del hogar considerando alimentos y bebidas, indumentaria y misceláneos. se refieren a un hogar de 4 miembros, que ganan la remuneración básica unificada.

La canasta familiar en enero del año 2020 costo 716.14 \$. Lo cual implico que el ingreso familiar promedio cubre el 104.26% del costo total de la canasta familiar básica. El costo aumento un 0.15% en relación al año anterior.

Tabla 5
Canasta familiar básica

MESES	AÑOS	COSTO CANASTA BÁSICA	INGRESO FAMILIAR MENSUAL	RESTRICCIÓN/ EXCEDENTE EN CONSUMO (costo-ingreso)	RESTRICCIÓN / EXCEDENTE (porcentual)
Enero	2020	716.14	746.67	-30.53	-4.26%
Febrero	2020	713.00	746.67	-33.68	-4.72%
Marzo	2020	713.89	746.67	-32.78	-4.59%
Abril	2020	728.38	746.67	-18.29	-2.51%
Mayo	2020	724.41	746.67	-22.26	-3.07%
Junio	2020	719.03	746.67	-27.64	-3.84%
Julio	2020	713.72	746.67	-32.95	-4.62%

Fuente: INEC 2020

- **Hábitos del consumo**

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012) existe más consumo de alimentos procesados (gaseosas, comida rápida y snacks), en jóvenes de 10 a 19 años.

El desarrollo económico, junto con las innovaciones tecnológicas y las modernas técnicas de marketing, han modificado las preferencias de consumo alimentario. Las calorías provenientes de grasas saturadas y azúcares se han incrementado, mientras que el consumo de verduras, frutas y tubérculos ha disminuido. El suministro de alimentos en áreas urbanas se produce a través de la compra, ofreciendo varias opciones para el consumidor, incrementando el consumo de alimentos. Es importante satisfacer los gustos de todos los posibles clientes, para ello se debe dedicar esfuerzos, generando un buen servicio y un estudio de mercado para determinar el grado de fracaso o éxito para fortalecer la comunicación entre la empresa y el consumidor.

3.1.3 Factores Tecnológicos

Se define las herramientas de apoyo que requiere el negocio, para efectuar un análisis de la tecnología, maquinaria y equipo que se utilizará lo cual es importante para el crecimiento del negocio.

- **Innovación tecnológica**

En el funcionamiento de las cafeterías se han desarrollado tecnologías orientadas a la obtención de productos para satisfacer a los clientes, reducir los costos laborales y aumentar la eficacia, existe una gran variedad de equipos entre los más importantes están las máquinas de café automáticas que permiten preparar con un solo botón café gourmet de excelente calidad y tienen múltiples funciones, entre otros tenemos las máquinas de snack, wafieras, molinos, heladeras, creperas, sandwicheras (Saltos et al., 2017).

Son los bienes que necesita el negocio para entrar en funcionamiento, es importante seleccionar el equipo y maquinaria correcto para garantizar la calidad del servicio y la entrega del producto final. Existen diferentes empresas donde podemos encontrar lo mejor en equipos importados para

satisfacer los requerimientos y simplificar las operaciones del negocio, con asesorías, instalaciones y abastecimiento de insumos.

- **Tecnología de la Información**

El Gobierno a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, impulsa el desarrollo de la sociedad con servicios tecnológicos de primera, por medio del acceso al internet, dotación de equipamiento y capacitación. Ecuador ha invertido en tecnología y telecomunicaciones, como prioridad para reestructurar el país. Se destaca que Ecuador tiene oportunidades de crecer en el despliegue de infraestructura de última milla, penetración de los servicios avanzados como son la banda ancha fija y telefonía 4G, establecer sólidamente los habilitadores esenciales para desarrollar el sector de la tecnología e información, como son potenciar el talento humano calificado, mejorar el ambiente de negocios, establecer regulación acorde al avance tecnológico y promover el acceso al financiamiento para crear más emprendimientos en el sector (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2016).

3.1.4 Aspectos Político- Legales

Para llevar a cabo el proyecto es importante conocer los requisitos que la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y la Ley de Fomento Productivo exige, para garantizar su funcionamiento y desempeño.

- **Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación**

Según el Proyecto de Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2019) esta ley es necesaria para fomentar el emprendimiento y la innovación a nivel nacional como base del desarrollo productivo en Ecuador, con la finalidad de que los sectores públicos y privados puedan

discutir, trabajar y crear espacios que ayuden a mejorar el clima de los negocios de los emprendedores, identificando sus problemáticas en busca de soluciones para superarlas.

Se determinó que los objetivos más notables de la ley orgánica de emprendimiento e innovación son: 1.) Desarrollar programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores que acompañen en el desarrollo y sostenibilidad de los emprendimientos, creando un ambiente innovador, controlado y seguro. 2.) Propender por el desarrollo productivo de las empresas hacia la innovación, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de calidad, y aporte al sostenimiento de fuentes productivas y al desarrollo territorial equitativo y autónomo. 3.) Crear el consejo de emprendimiento e innovación, el cual deberá elaborar políticas a largo plazo para fomentar la productividad, innovación y competitividad nacional e internacional de los emprendedores. 4.) Promover el acceso al financiamiento público y privado para los emprendedores.

- **Ley de fomento productivo**

La ley de fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo y estabilidad fiscal presenta un plan de estabilidad económica a largo plazo, también plantea incentivos para atraer nuevas inversiones internas como externas al país, fomentando el empleo y dinamizando la economía y la producción, a fin de garantizar la certidumbre y seguridad jurídica, como mecanismo para propiciar la generación de inversiones, empleo e incremento de la competitividad del sector productivo del Ecuador.

Se amplía el límite de 100% adicional de gastos por concepto de capacitación técnica y mejora en la productividad de 1% al 5% de aquellos efectuados por concepto de sueldos y salarios, establece que las nuevas inversiones productivas que se inicien desde la vigencia de la nueva normativa, en sectores como industrias básicas, tendrán derecho a la exoneración del impuesto a

la renta y su anticipo por 15 años. El plazo de exoneración será desde el primer año en que se originen ingresos a la inversión nueva. Los plazos de exoneración se ampliarán por cinco años, en el caso que dichas inversiones se realicen en cantones fronterizos del país. La Ley no sube ni crea impuestos y más bien abre el camino para la eliminación del anticipo del impuesto a la renta y la reducción gradual del impuesto a la salida de capitales. (Ley de fomento productivo, 2018).

3.2 Análisis de la Información

Con la información y desarrollo de las variables a través de los indicadores se realiza la matriz AOOD, que ayuda determinar los aliados, oponentes, oportunidades, riesgos que contara el proyecto.

Tabla 6
Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Contar con proveedores de materia prima e insumos. • Libre acceso a internet • La ciudad de Ibarra tiene un alto crecimiento comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad a comida chatarra por sus bajos precios. • Altos costos de tecnología y maquinaria
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la población • Leyes que apoyan emprendimientos • Tendencias de consumo • Máquinas y equipos de alta tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis económica que afecta en forma directa a actividades económicas como las cafeterías • Ingresos familiares bajos • Cambios en las políticas de funcionamiento de esta actividad económica

Fuente: Diagnóstico

3.3 Conclusión diagnóstica

Del diagnóstico situacional y el desarrollo de las variables a través de indicadores se concluye que el cantón Ibarra es la ciudad más poblada de la provincia de Imbabura, comprendida entre la edad de 0 y 24 años y se evidencia una tasa de crecimiento en relación con años anteriores.

Se evidencia las actividades económicas que se encuentran en crecimiento, como la actividad del comercio al por mayor y menor de productos diversos que generan el 73.33% de los ingresos, con una PEA del 54.95 %, esto beneficiará al proyecto ya que existe mayor facilidad al acceso de materias primas e insumos, siendo una oportunidad ya que no existe barreras de ningún tipo.

Las tendencias de consumo son una oportunidad, ya que el consumidor tiene menos tiempo para dedicarse a la cocina, estos nuevos hábitos nos llevan a la tendencia de disponibilidad de comida a todas horas del día, y esto trasciende a que restaurantes, cafeterías se mantengan abiertos por más horas, aunque muchos de estos negocios han tenido que adaptarse debido a la pandemia adecuando sus instalaciones para su funcionamiento.

Según la ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2019), genera oportunidades para los emprendimientos de acuerdo a sus objetivos como: desarrollar programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores, orientado al desarrollo productivo de las empresas y promover el acceso al financiamiento público y privado para los emprendedores.

CAPÍTULO IV

4 PROPUESTA

Introducción

Para la elaboración de la propuesta se desarrolla un estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio organizacional, que permita conocer la factibilidad de la creación de una cafetería temática estilo retro en la ciudad de Ibarra.

El estudio de mercado tiene como finalidad obtener información sobre las necesidades actuales del mercado, demanda para identificar gustos y preferencias de posibles clientes, la oferta existente de este tipo de cafeterías en la ciudad de Ibarra y sus proyecciones respectivas.

El estudio técnico permitió identificar y analizar las variables locacionales con la finalidad de establecer la macro y microlocalización. Para determinar el tamaño del proyecto se consideró los factores de mercado, tecnología, disponibilidad de materia prima e insumos, financiamiento y capacidad instalada. En la ingeniería del proyecto se determinó el diseño y descripción de los productos que elaborará la cafetería retro, se definieron los procesos del servicio, la descripción de la infraestructura física mediante la planta arquitectónica, el mobiliario necesario y la inversión del proyecto.

En el estudio financiero se determinó el presupuesto de la inversión, costos y gastos proyectados, estados financieros presupuestados y la evaluación financiera, para establecer la viabilidad que tiene el proyecto desde el punto de vista económico y financiero.

En el estudio organizacional se estableció el nombre de la empresa y su definición, y elementos como son: logotipo, slogan, misión, visión, valores corporativos, objetivos estratégicos, políticas empresariales, organigrama estructural, manual de funciones, mapa de procesos, manual de cada

proceso operativo con diagrama de flujo, constitución jurídica y los requisitos legales y tributarios para el funcionamiento de la cafetería retro.

Objetivo

Determinar la factibilidad del proyecto por medio de un estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional.

4.1 Estudio de Mercado

Introducción

El estudio de mercado es una parte importante en proyectos de inversión, porque ayuda a determinar el mercado, la demanda de los productos de cafetería existente en la ciudad de Ibarra, la oferta y sus proyecciones respectivas.

La mecánica operativa del estudio de mercado se sustentó en fuentes de información primaria aplicando la técnica de la encuesta a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, a través de un marco muestral establecido, con preguntas de relación múltiple que permitieron recabar información relevante del estudio de mercado, se aplicó la encuesta a propietarios de las cafeterías de la ciudad de Ibarra, con el objetivo de conocer las características de la oferta.

Se procedió a determinar la demanda insatisfecha, el análisis de precios de los productos que actualmente comercializan las cafeterías más relevantes de la ciudad de Ibarra y la formulación de estrategias de marketing mix serán acciones que permitan alcanzar los objetivos de ventas de la cafetería estilo retro basadas en cuatro aspectos: producto, precio, plaza y promoción.

Objetivo del estudio de mercado

Realizar un estudio de mercado para cuantificar la demanda, oferta y determinar las estrategias de marketing mix para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra.

VARIABLES DE MERCADO

- Demanda
- Oferta
- Marketing mix

Indicadores

Demanda

- Frecuencia de visita a cafeterías
- Tipo de café
- Frecuencia de consumo
- Características de la cafetería
- Acompañamiento
- Tipo de cafeterías
- Percepción del servicio
- Aceptación por la cafetería estilo retro
- Servicios complementarios

Oferta

- Número de productos de cafetería semanal
- Precio de los productos que ofrece
- Cafeterías en circulación

Marketing mix

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Tabla 7
Matriz Diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN
Definir la demanda actual de productos de cafetería que tiene la PEA de la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de visita a cafeterías • Tipo de café • Frecuencia de consumo • Características de la cafetería • Acompañamiento • Tipo de cafeterías • Percepción del servicio • Aceptación por la cafetería estilo retro • Servicios complementarios 	Primaria	Encuesta	Población económicamente activa de la ciudad de Ibarra
Identificar la oferta de productos de cafetería que tiene dispone la ciudad de Ibarra.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Número de productos de cafetería semanal • Precio de los productos que ofrece • Cafeterías en circulación 	Primaria	Entrevista	Propietarios de las cafeterías más representativas de la ciudad de Ibarra
Fijar estrategias de marketing mix que debe aplicar la cafetería para posicionarse en la ciudad de Ibarra.	Marketing mix	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Plaza • Promoción 	Primaria	Encuesta	PEA de la ciudad de Ibarra Propietarios de las cafeterías de la ciudad

Fuente: Estudio de mercado

4.1.1 Segmentación del mercado

La cafetería estilo retro operará en la ciudad de Ibarra, para lo cual se realizó la siguiente segmentación, considerando como base las siguientes características:

- **Segmentación geográfica**

Para determinar la segmentación geográfica se estableció la población económicamente activa localizada en la ciudad de Ibarra en el año 2020 que es de 75.263 habitantes, distribuida en las parroquias (segmentación geográfica) de la siguiente manera:

Tabla 8
Segmentación geográfica (PEA por parroquias urbanas de Ibarra)

PARROQUIAS URBANAS	2020
Alpachaca	8.407
Priorato	4.290
Sagrario	24.543
San Francisco	28.660
Caranqui	9.363
Total	75.263

Fuente: Plan de desarrollo y Ordenamiento territorial 2015-2023

La parroquia de Alpachaca corresponde al 11.17% de la PEA total de la ciudad de Ibarra, la parroquia de Priorato el 5.70%, la parroquia del Sagrario el 32.61%, la parroquia San Francisco el 38.08% y Caranqui el 12.44%.

- **Segmentación según el género**

La segmentación del mercado conforme al género corresponde al 48.45% hombres y el 51.55% mujeres de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra 2015-2023.

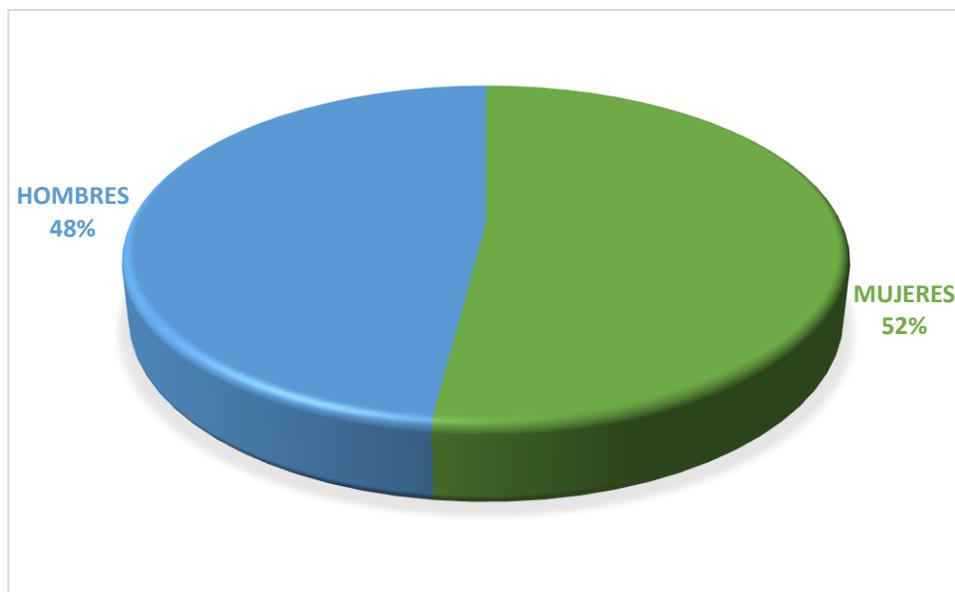


Figura 1. Segmentación por género

Fuente: PD y OT cantón Ibarra 2015-2023

4.1.2 Mercado Meta

Para determinar el mercado meta, se tomó en cuenta la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra que es de 75.263 personas según el PDOT 2015-2023, de la cual la población empleada es del 37.9% lo que significa 28.524 personas, específicamente al nivel socioeconómico medio y alto que corresponde al 52% lo que indica que las **14.832** personas, son el mercado meta.

Tabla 9
Población

PEA DE LA CIUDAD DE IBARRA	POBLACIÓN EMPLEADA (37.9%)	NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO Y ALTO (52%)
75.263	28.524	14.832

Fuente: Plan de desarrollo y Ordenamiento territorial 2015-2023

4.1.3 Cálculo de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra del mercado meta que es de 14.832 personas, se utilizó una varianza del 0,5, un nivel de confianza del 95%, y un margen de error del 5%, usando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{(N - 1) * (e)^2 + (\sigma)^2(1,96)^2}$$

Donde:

- Tamaño de la muestra (**n**)
- Población (**N**)
- Varianza (**σ**)
- Nivel de confianza (**Z**)
- Precisión o error (**E**)

$$n = \frac{N * Z^2 * \sigma^2}{(N - 1) * (e)^2 + (\sigma)^2(1.96)^2}$$

$$n = \frac{14.832 * (1.96)^2 * (0.5)^2}{(14.832 - 1)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = \frac{14.244,65}{38,04}$$

n = 374 personas

El tamaño de la muestra obtenido es de 374 personas, es decir el número de encuestados del estudio de mercado. Se empleo un muestreo aleatorio simplemente al azar.

4.1.4 Instrumento de investigación

Como instrumento de investigación se utilizó la encuesta que fue empleada a la muestra de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra, para recabar datos cuantitativos. El formato de encuesta consta de 15 preguntas de relación múltiple, para su aplicación se utilizó la modalidad Google forms, en vista que existe las restricciones de distanciamiento social por la pandemia del COVID-19.

4.1.4.1 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

Datos:

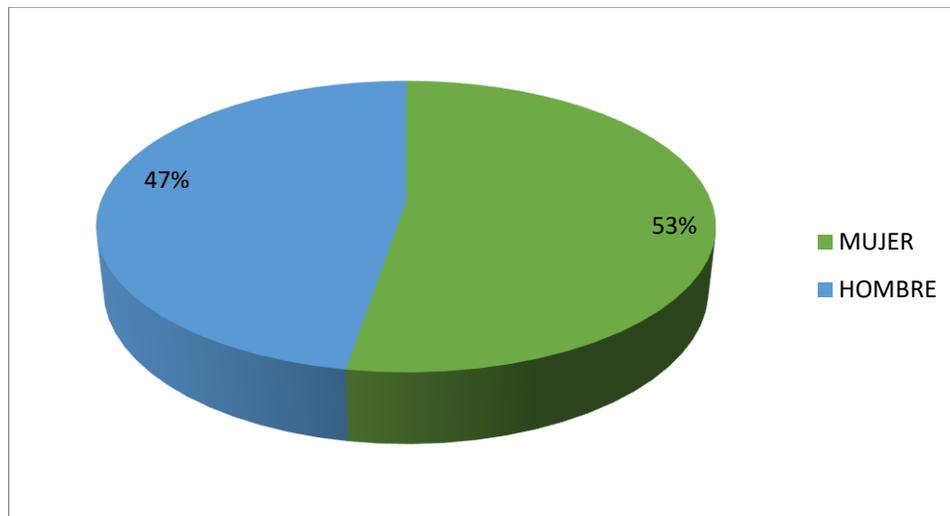


Figura 2. Sexo

Análisis

Gran parte de los encuestados son de género femenino y otros de género masculino; este tipo de segmentación del mercado determina que los potenciales clientes de los productos de cafetería tradicionalmente son adquiridos por hombres y mujeres. Se determina que el consumo habitual de productos de cafetería tiene niveles de preferencia similares entre hombres y mujeres y no existen variaciones significativas.

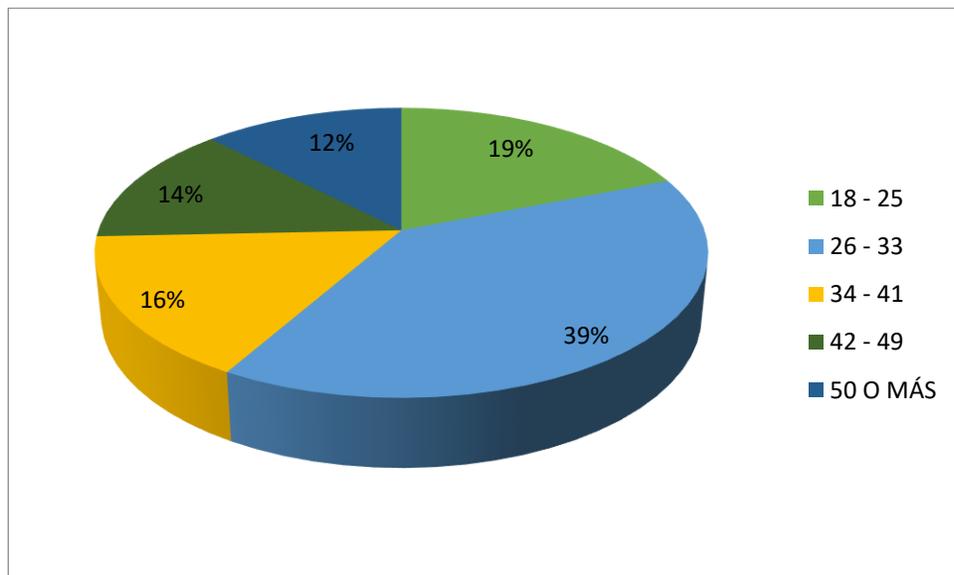


Figura 3. Edad

Análisis

Los encuestados en su mayoría son de la edad de 26 a 33 años que representa el 39%, las edades de 18 a 25 años equivalen al 19%, las personas de 34 a 41 años corresponden al 16%, siendo los grupos más relevantes en cuanto del marco muestral. Se evidencia que los rangos de edad que más.

1) ¿Con qué frecuencia visita usted una cafetería?

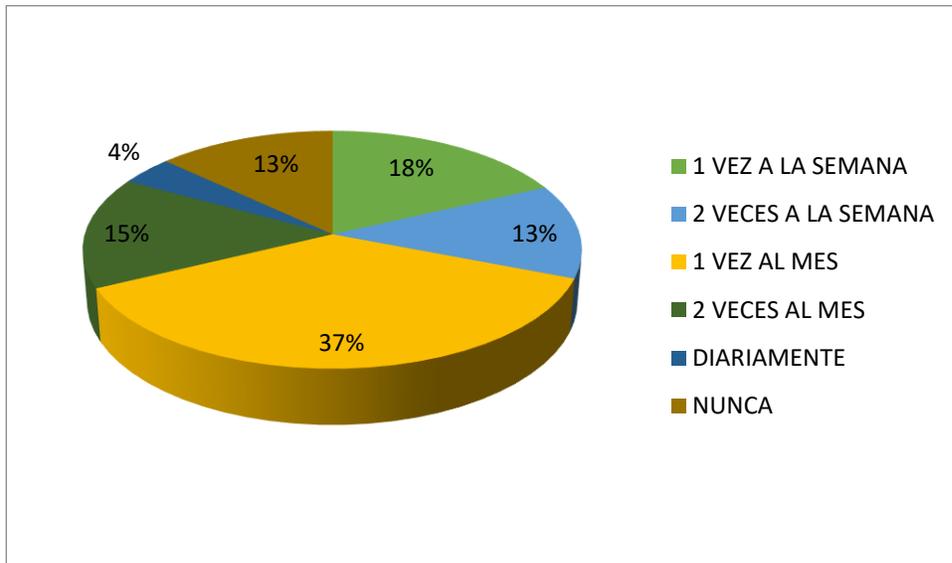


Figura 4. Frecuencia de visita

Análisis

En relación a la frecuencia de visita a una cafetería, los resultados de la encuesta fueron los siguientes: la mayoría visitan una vez al mes, otros una vez a la semana, dos veces al mes, dos veces a la semana y pocos prefieren visitar diariamente.

2) ¿Qué clase de café prefiere o le gustaría consumir?

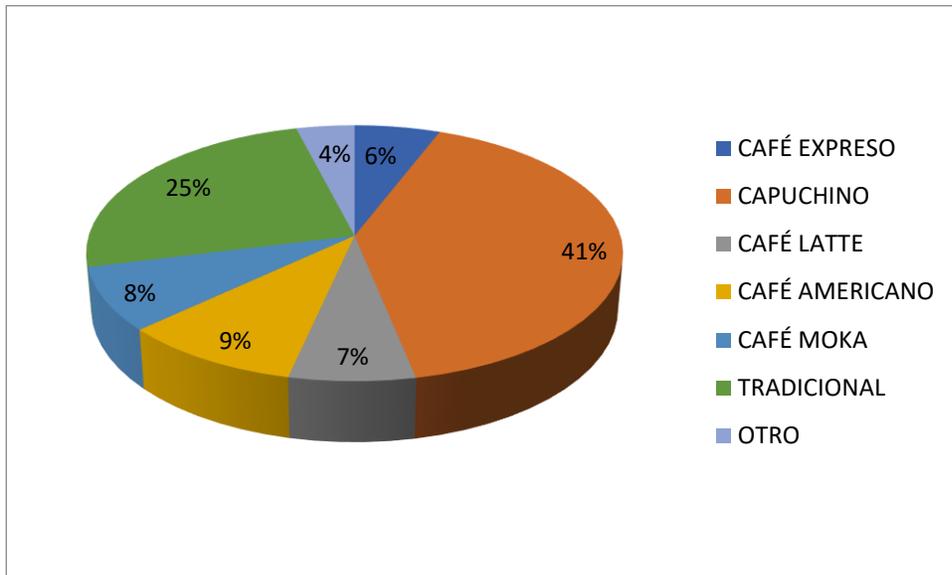


Figura 5. Tipo de café

Análisis

Del reporte estadístico de los datos obtenidos de la encuesta aplicada, se determina que los encuestados prefieren el capuchino, el café tradicional y el café americano, siendo estos los de mayor preferencia por este mercado meta, escenario que resulta favorable y de oportunidad para el funcionamiento de la cafetería estilo retro y definir los productos generando criterios de valor diferenciados de la competencia.

3) ¿Cuándo usted acude a una cafetería que es lo que generalmente consume a más del café? (Elegir 2 opciones)

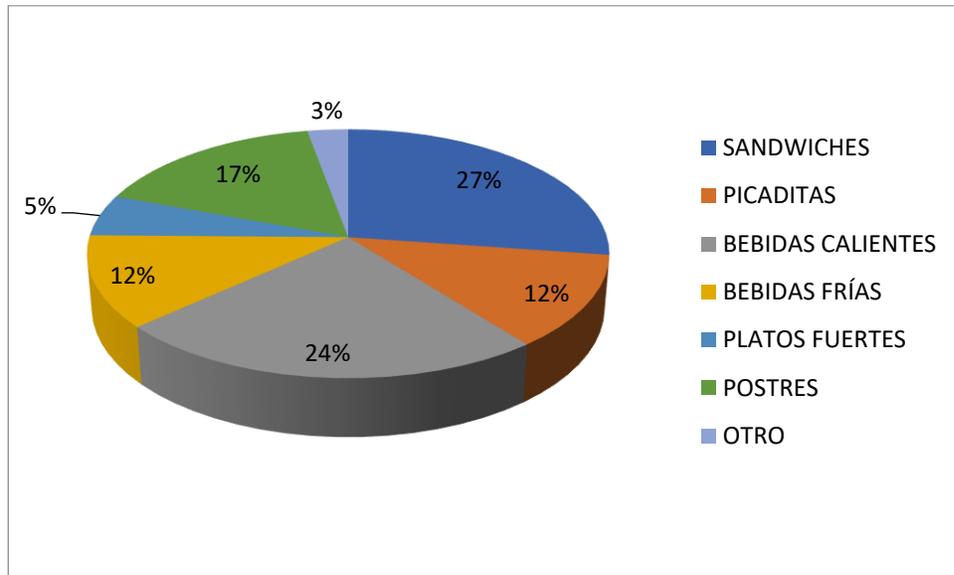


Figura 6. Consumo

Análisis

Los resultados de la encuesta aplicada determinan que los encuestados consumen bebidas calientes, sándwiches, postres, picaditas y bebidas frías y pocos platos fuertes. Esta información debe ser considerada con la finalidad de programar su capacidad operativa, los equipos y ambientes físicos necesarios para la elaboración de los mismos, para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado meta.

4) ¿Con qué frecuencia consume los siguientes alimentos?

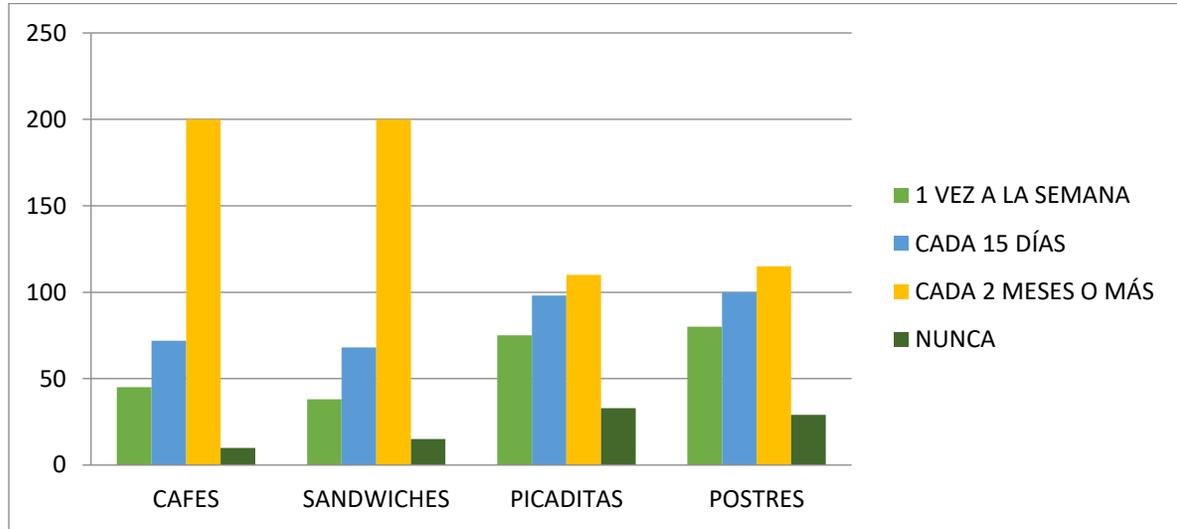


Figura 7. Frecuencia de consumo

Análisis

Los resultados de la encuesta refleja que los encuestados consumen cafés, sándwiches, picaditas y postres cada 2 meses en su mayoría. Estos resultados de segmentación por las preferencias en el producto de los potenciales clientes es un método directo y básico que apoya en las preferencias que buscan en la tipología de los productos que brindan las cafeterías.

5) ¿Determine dos características importantes que cree que debe contar la cafetería?

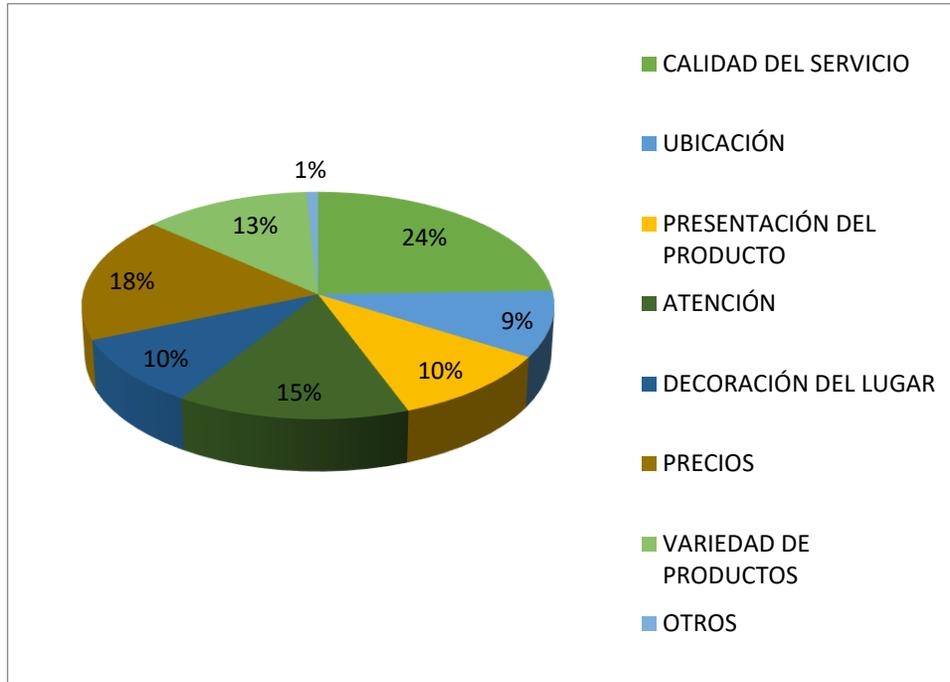


Figura 8. Características de una cafetería

Análisis

Las características o criterios de elección de una cafetería por parte de los encuestados es la calidad del servicio, decoración del lugar, la atención, variedad de productos, entre los más representativos. La identificación de estos criterios que tiene el mercado meta deben ser considerados en la fase de implementación de los espacios físicos de la cafetería estilo retro en cuanto a su decoración generando ambientes cómodos, agradables y confortables para sus clientes, así como una óptima atención y una oferta de diversidad de productos.

6) ¿Con quién suele ir acompañado a estas cafeterías?

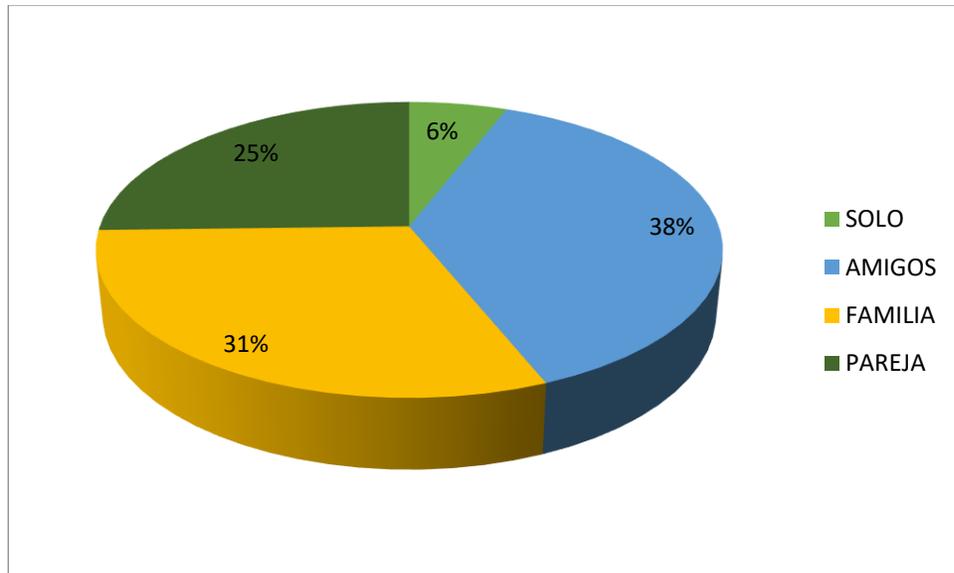


Figura 9. Acompañante

Análisis

La mayoría de los encuestados manifiestan que suelen ir entre amigos a las cafeterías, otros con la familia, en pareja y pocos asisten solos. Esta información de tipo sociocultural de comportamiento de asistencia a una cafetería debe estar articulada en torno a los niveles de atención y los espacios físicos que tiene este tipo de unidades económicas.

7) ¿De las siguientes cafeterías, a cuál acude usted frecuentemente?

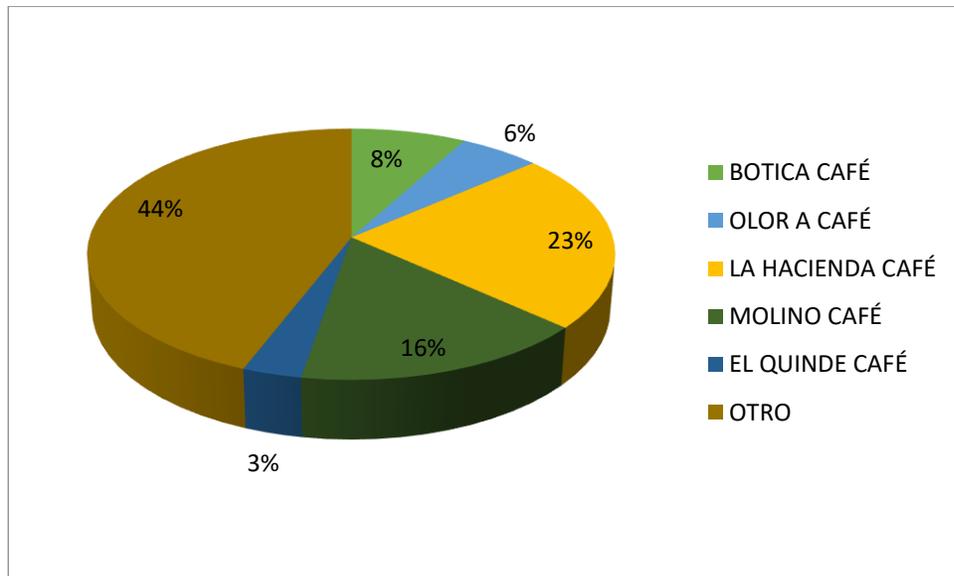


Figura 10. Cafeterías

Análisis

De las encuestas aplicadas se obtiene que la mayoría tienen preferencia por asistir a la cafetería Hacienda café, Molino café, Botica café, Olor a café, Casa Blanca café, mientras que otros tienen preferencia por otras cafeterías. Estos valores estadísticos determinan el nivel de preferencia que tiene la población por las cafeterías localizadas en la ciudad de Ibarra, y establecen un porcentaje significativo de preferencias por otras cafeterías, lo que determina una oportunidad significativa de posicionamiento y participación en el mercado.

8) ¿Cómo califica el servicio que ofrece las cafeterías que ha visitado?

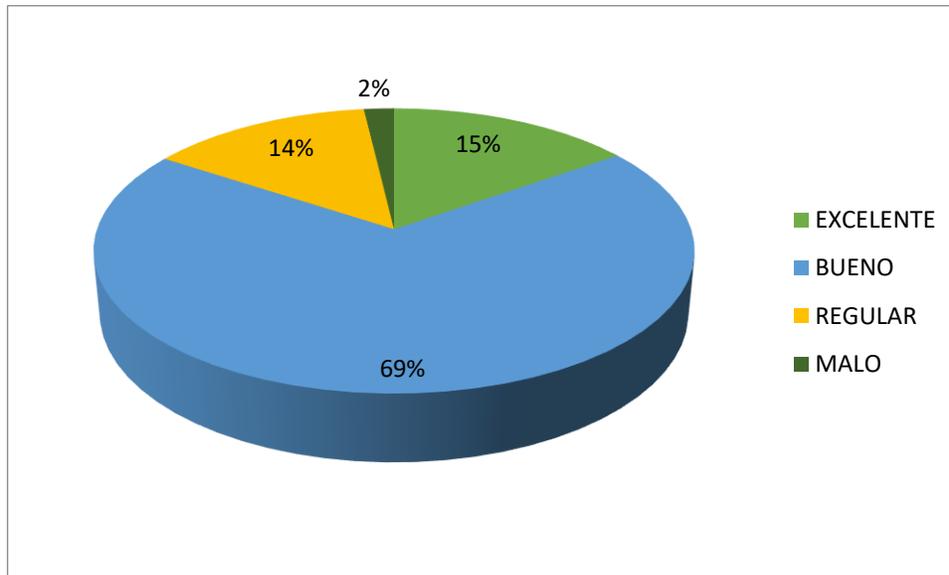


Figura 11. Percepción del servicio

Análisis

En relación a la percepción de los encuestados sobre el servicio que han recibido en las cafeterías que han visitado, se establece que en su mayoría califican como bueno. Estos factores psicológicos de percepción para buscar la satisfacción se pueden convertir en la sustentación de estrategias de atención y servicio al cliente, como factor fundamental de las cafeterías.

9) ¿Cuál es el promedio que suele gastar en una visita a una cafetería?

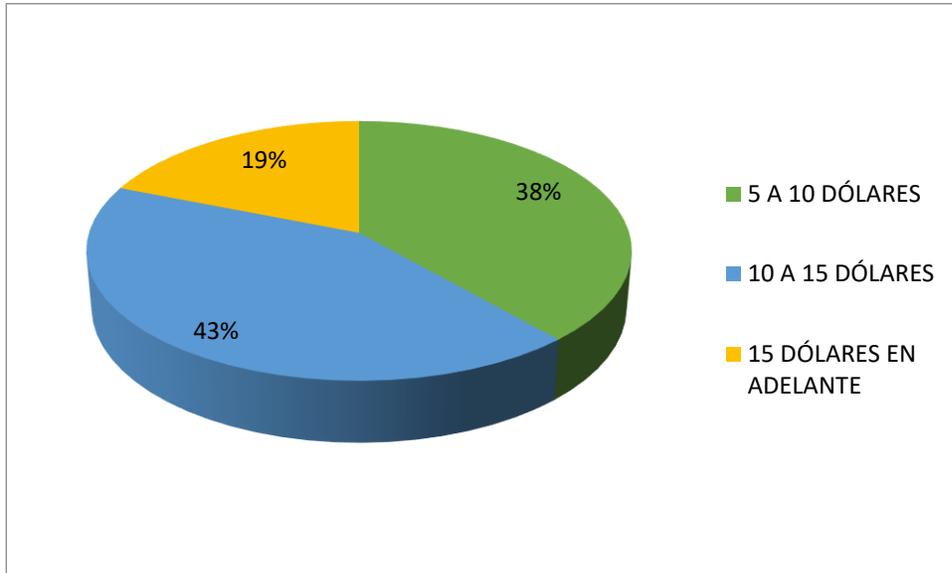


Figura 12. Gasto

Análisis

Los encuestados sostienen que cuando asisten a una cafetería gastan entre \$10.00 a \$15.00. De esta información obtenida respecto a los gastos efectuados en una cafetería, permitirá definir estrategias de precio, promoción, para comercializar en forma óptima los productos.

10) ¿Le gustaría ir a una cafetería temática estilo retro, que ofrezca una decoración y ambiente diferente?

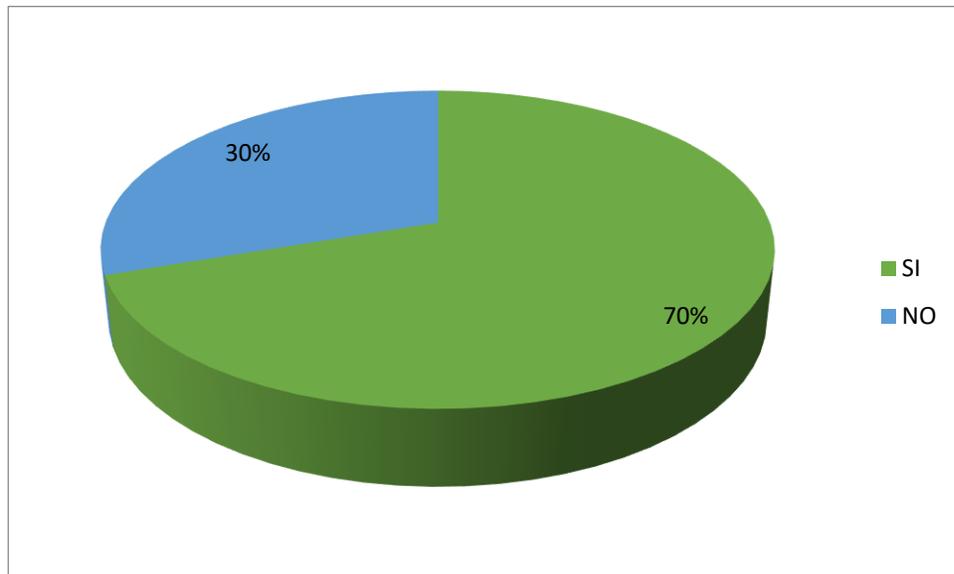


Figura 13. Disponibilidad

Análisis

El 70% de los encuestados manifiestan que si asistirían a este tipo de lugar, que tenga una decoración y ambiente diferente. Las cafeterías estilo retro, disponen de elementos decorativos de calidad y valor, de diseño de épocas antiguas y sobre esta base elaboran estos productos mediante una imitación, para formar parte de ambientes físicos de este tipo de cafeterías que tienen alta demanda en las ciudades principales del país, y son la tendencia en otros países de Latinoamérica y el mundo.

11) ¿Si tuviese la oportunidad de celebrar su cumpleaños o fechas importantes lo haría en una cafetería temática con estilo retro?

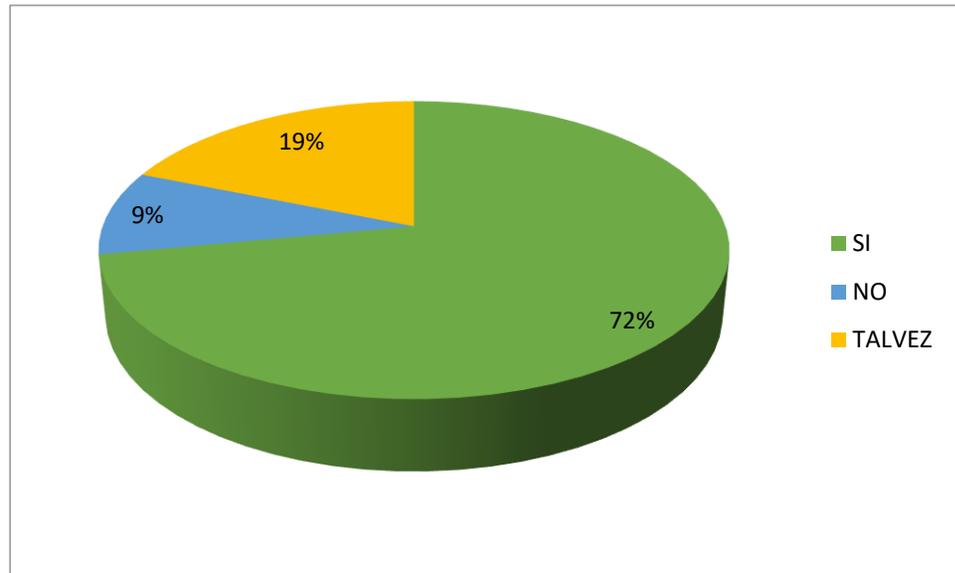


Figura 14. Celebración

Análisis

Los encuestados manifiestan que si celebrarían fechas especiales como cumpleaños en una cafetería temática estilo retro. Este indicador de fuerza y ambiente social proporciona información relevante para la estructuración de estrategias en lo pertinente a promoción para grupos corporativos de empresas públicas, privadas, y cualquier tipo de organización que influya en el comportamiento de compra de los productos.

12) ¿Qué otro servicio le gustaría que tenga el establecimiento?

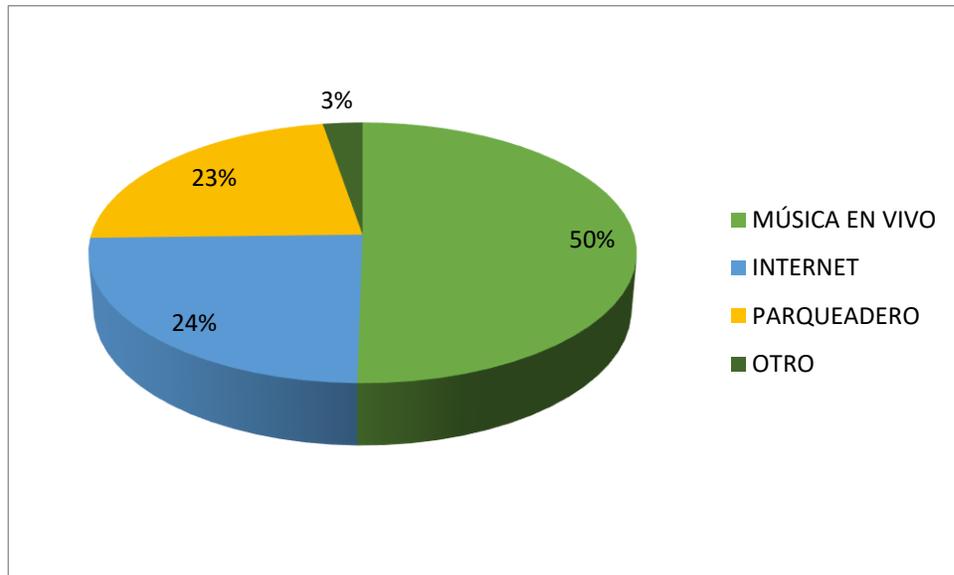


Figura 15. Servicio complementario

Análisis

En relación a los servicios complementarios, los encuestados sugieren que se disponga de música en vivo, servicio de internet y parqueadero. Como un agregado de valor es necesario implementar estos servicios complementarios, dando a los clientes una perspectiva diferente de las otras cafeterías localizadas en la ciudad de Ibarra, generando una atención integral de sus servicios.

13) ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las actividades que se desarrollarían en la cafetera?

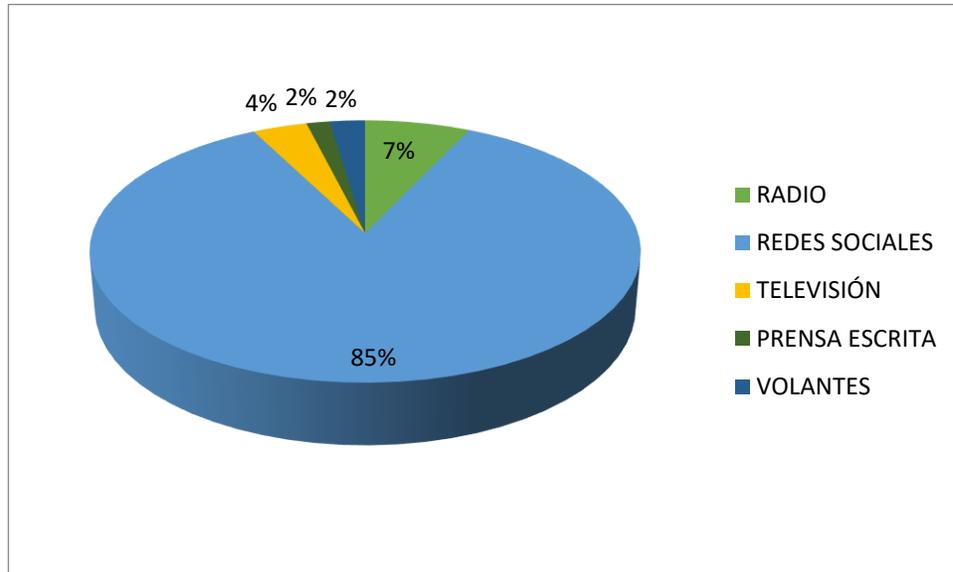


Figura 16. Medio publicitario

Análisis

En relación al medio publicitario que les gustaría a los encuestados que se publique los servicios de la cafetería, se obtiene que prefieren las redes sociales. Las redes sociales son un elemento clave en los medios publicitarios para el reconocimiento de las empresas, a través de Facebook, Instagram, Twitter, lo que permitirá mejorar las posibilidades de posicionamiento de la marca y los productos en el mercado meta (clientes potenciales).

4.1.5 Determinación de la demanda

4.1.5.1 Demanda actual

Para fijar la demanda actual de los productos de cafetería de la ciudad de Ibarra, se justifica en la información estadística de la encuesta aplicada al marco muestral de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra, considerando la pregunta No.10 respecto a la preferencia o gusto por asistir a una cafetería temática estilo retro determinándose que el porcentaje de aceptación es del 70% que significa 10.382 personas:

Tabla 10
Aceptación del proyecto

MERCADO META	(%) QUE VISITARÁ LA CAFETERÍA	TOTAL
14.832	70%	10.382

Fuente: Estudio de Mercado

Para determinar la demanda por tipología de productos que dispondrá la cafetería estilo retro se procedió a utilizar los resultados de la encuesta utilizando la pregunta No. 4 referente a la frecuencia de consumo de los productos de cafetería, siendo estos los siguientes:

Tabla 11
Demanda actual de sándwiches

FRECUENCIA DE VISITA A UNA CAFETERÍA	%	NÚMERO DE PERSONAS	NÚMERO DE CONSUMOS AL AÑO	TOTAL SÁNDWICHES
1 vez a la semana	11,83%	1228	48	58.944
Cada 15 días	21,18%	2199	24	52.776
Cada 2 meses	62,30%	6468	6	38.808
Nunca	4,69%	487	0	-
TOTAL	100%	10.382	78	150.528

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 12
Demanda actual de cafés en general

FRECUENCIA DE VISITA A UNA CAFETERÍA	%	NÚMERO DE PERSONAS	NÚMERO DE CONSUMOS AL AÑO	TOTAL CAFÉS
1 vez a la semana	13,76%	1.429	48	68.592
Cada 15 días	22,01%	2.285	24	54.840
Cada 2 meses	61,16%	6.350	6	38.100
Nunca	3,07%	318	0	-
TOTAL	100%	10.382	78	161.532

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 13
Demanda actual de picaditas

FRECUENCIA DE VISITA A UNA CAFETERÍA	%	NÚMERO DE PERSONAS	NÚMERO DE CONSUMOS AL AÑO	TOTAL PICADITAS
1 vez a la semana	23,73%	2.464	48	118.272
Cada 15 días	31,01%	3.219	24	77.256
Cada 2 meses	34,81%	3.614	6	21.684
Nunca	10,45%	1.085	0	-
TOTAL	100%	10382	78	217.212

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 14
Demanda actual de postres

FRECUENCIA DE VISITA A UNA CAFETERÍA	%	NÚMERO DE PERSONAS	NÚMERO DE CONSUMOS AL AÑO	TOTAL POSTRES
1 vez a la semana	24,69%	2.563	48	123.024
Cada 15 días	30,86%	3.204	24	76.896
Cada 2 meses	35,49%	3.685	6	22.110
Nunca	8,96%	930	0	-
TOTAL	100%	10.382	78	222.030

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 15
Demanda actual total de productos de cafetería

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Sándwiches	150.528
Cafés	161.532
Picaditas	217.212
Postres	222.030
TOTAL	751.302

Fuente: Estudio de Mercado

La demanda de productos de cafetería total es de 751.302 al año, representado por 150.528 sándwiches, 161.532 cafés, 217.212 picaditas y 222.030 postres.

4.1.5.2 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda de los productos de cafetería estilo retro (demanda objetivo), se determinó utilizando el valor de la demanda actual es de 777.598 productos de cafetería con una tasa de crecimiento poblacional de 2,19% anual, según el (GAD Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015). Para su proyección se aplicó la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Mn = Mo(1 + t)^n}$$

Donde:

- Demanda futura (**Mn**)
- Demanda inicial o actual (año 2019) (**Mo**)
- Periodo de tiempo (**n**)
- Constante(**1**)
- Tasa de crecimiento (**t**)

Tabla 16
Proyección de la demanda

AÑOS	PRODUCTOS DE CAFETERÍA
	Mn=Mo (1+0.0219)
2020	767.756
2021	784.569
2022	801.751
2023	819.310
2024	837.253

Fuente: Estudio de Mercado

Considerando la demanda actual del año 2019 tiene el mismo comportamiento de la tasa de crecimiento poblacional se establece una demanda proyectada o futura para el año 2020 de 767.756 productos de cafetería, y para el año 2024 de 837.253 productos.

4.1.6 Identificación de la oferta

4.1.6.1 Oferta actual

Para determinar la oferta actual de productos de cafetería se utilizó la información obtenida de la encuesta aplicada a las 13 cafeterías de la ciudad de Ibarra, determinándose la oferta actual que tienen estos establecimientos en relación a los productos: sándwiches, cafés, picaditas y postres, resultados que se muestran a continuación:

Tabla 17
Oferta actual de sándwiches

NOMBRE DE LAS CAFETERÍAS	NÚMERO DE SÁNDWICHES		
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL

Botica Café	214	856	10.272
Olor a Café	160	640	7.680
La Hacienda Café	315	1.260	15.120
Molino Café	293	1.170	14.045
Casa Blanca	253	1.012	12.144
Café Tradición	210	840	10.080
Kafetal	227	908	10.896
Cucurucho	208	832	9.984
Café Mapocho	187	748	8.976
Café Mediterráneo	173	692	8.304
Aroma Lojano	160	640	7.680
La casa de Frida	147	588	7.056
Café Moka	121	484	5.808
TOTAL			128.045

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 18
Oferta actual de cafés

NOMBRE DE LAS CAFETERÍAS	NÚMERO DE CAFÉS		
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Botica Café	218	872	10.464
Olor a Café	164	656	7.872
La Hacienda Café	322	1288	15.456
Molino Café	300	1200	14.400
Casa Blanca	259	1036	12.432
Café Tradición	216	864	10.368
Kafetal	232	928	11.130
Cucurucho	212	848	10.176
Café Mapocho	191	764	9.168
Café Mediterráneo	177	708	8.496
Aroma Lojano	164	656	7.872
La casa de Frida	150	600	7.200
Café Moka	122	488	5.856
TOTAL			130.890

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 19
Oferta actual de picaditas

NOMBRE DE LAS CAFETERÍAS	NÚMERO DE PICADITAS		
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Botica Café	275	1100	13.200
Olor a Café	206	824	9.888
La Hacienda Café	405	1620	19.440
Molino Café	378	1512	18.144
Casa Blanca	326	1304	15.648
Café Tradición	271	1084	13.008
Kafetal	292	1168	14.016
Cucurucho	268	1072	12.864
Café Mapocho	240	960	11.520
Café Mediterráneo	223	892	10.704
Aroma Lojano	206	824	9.888
La casa de Frida	189	756	9.072
Café Moka	159	637	7.644
TOTAL			165.036

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 20
Oferta actual de postres

NOMBRE DE LAS CAFETERÍAS	NÚMERO DE POSTRES		
	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
Botica Café	242	968	11.616
Olor a Café	182	728	8.736
La Hacienda Café	356	1.424	17.088
Molino Café	332	1.328	15.936
Casa Blanca	305	1.220	14.640
Café Tradición	239	956	11.472
Kafetal	212	848	10.176
Cucurucho	236	944	11.328
Café Mapocho	212	848	10.176
Café Mediterráneo	196	784	9.408
Aroma Lojano	181	724	8.688
La casa de Frida	168	672	8.064
Café Moka	162	649	7.788
TOTAL			145.117

Fuente: Estudio de Mercado

Tabla 21
Oferta actual total de productos de cafetería

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Sándwiches	128.045
Cafés	130.890
Picaditas	165.036
Postres	145.117
TOTAL	569.088

Fuente: Estudio de Mercado

Se determina que la oferta actual de productos de cafetería es de 569.088 al año 2019, que se obtuvo consolidando los valores de cada uno de los productos obtenido por cada cafetería.

4.1.6.2 Proyección de la oferta

Para determinar la oferta futura se aplicó el mismo método de proyección de la demanda y la tasa de crecimiento poblacional del 3.5%, en relación al año anterior desarrollando la siguiente formula:

$$\mathbf{Mn = Mo(1 + t)^n}$$

Donde:

- Oferta futura = **Mn**
- Oferta inicial o actual (año 2019) = **Mo**
- Periodo de tiempo = **n**
- constante = **1**
- Tasa de crecimiento = **t**

Tabla 22
Proyección de la oferta

AÑOS	PRODUCTOS DE CAFETERÍA
	Mn=Mo (1+0,035)
2020	589.006
2021	609.621
2022	630.958
2023	653.042
2024	675.898

Fuente: Estudio de Mercado

4.1.7 Demanda insatisfecha

Para especificar la demanda insatisfecha de los productos de cafetería en la ciudad de Ibarra, se relacionó la demanda y oferta proyectada, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 23
Demanda insatisfecha

AÑOS	OFERTA EN NÚMERO PRODUCTOS DE CAFETERÍA	DEMANDA EN NÚMERO DE PRODUCTOS DE CAFETERÍA	DEMANDA INSATISFECHA EN NÚMERO DE PRODUCTOS DE CAFETERÍA
2020	589.006	767.756	178.750
2021	609.621	784.569	174.948
2022	630.958	801.751	170.793
2023	653.042	819.310	166.268
2024	675.898	837.253	161.355

Fuente: Oferta y demanda

La demanda insatisfecha en el año 2020 es de 178.750 productos de cafetería y para el año 2024 son de 161.355 productos de cafetería.

4.1.8 Análisis de precios

Con relación al análisis de precios se consideró los productos que tienen las cafeterías más representativas de la ciudad de Ibarra con sus respectivos precios, información obtenida a través de observación directa de estos establecimientos, obteniéndose los siguientes valores:

Tabla 24
Precio de los productos de cafetería

PRODUCTO	CAFETERÍAS					PRECIO PROMEDIO
	BOTICA CAFÉ	OLORA CAFÉ	LA HACIENDA CAFÉ	MOLINO CAFÉ	CASA BLANCA	
Café expreso	1,10	1,75	2,00	2,50	2,25	1,92
Capuchino	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Café Latte	2,00	2,25	2,50	2,00	2,25	2,20
Café americano	1,50	1,75	2,00	2,50	2,25	2,00
Café moka	3,00	2,25	2,50	2,75	2,50	2,60
Café tradicional	1,65	1,75	2,00	2,00	1,90	1,86
Sándwiches mixtos	3,50	2,75	2,50	2,70	2,50	2,79
Sándwiches de pollo	2,50	2,50	2,50	2,75	2,50	2,55
Sándwiches de queso	2,00	2,00	2,00	2,25	2,00	2,05
Sándwiches de mortadela	2,00	2,00	2,25	2,50	2,50	2,25
Picaditas de jamón serrano con queso	2,70	3,00	2,75	2,50	3,00	2,79
Tortas tres leches	3,15	2,50	2,50	2,50	2,50	2,63
Torta de chocolate	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50

Fuente: Observación Directa

4.1.9 Estrategias de comercialización

Desde la perspectiva de marketing, para alcanzar los objetivos de ventas de la cafetería estilo retro se consideró las estrategias de marketing mix basadas en cuatro aspectos: producto, precio, plaza y promoción.

4.1.9.1 Producto

Las estrategias de producto se definieron con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, favoreciendo la posición competitiva de la cafetería estilo retro:

- Disponer de productos diversificados: tipo de gourmet y nutricionales – dietéticos para enfrentar la oferta.
- Aplicar nuevas tecnologías para mejorar la calidad y estandarización de los productos.
- Emplatar los productos de cafetería con originalidad y creatividad que genere atracción a los consumidores.

4.1.9.2 Plaza

Las estrategias de plaza o distribución tendrán como objetivo fundamental posicionar la imagen de la empresa con sus características de estilo retro, espacios físicos ambientales agradables en cuanto a iluminación, ventilación, colores, ambientación musical, como una conjugación adecuada para la relación con sus clientes.

- Mantener los espacios físicos y mobiliario del estilo retro de manera que sean ventilados, iluminados, distribuidos su mobiliario, generando ambientes de control, gusto y tranquilidad de los clientes para consumir los productos.
- Realizar la entrega de los pedidos a los clientes en los tiempos estipulados por la empresa, para alcanzar niveles de aceptación, satisfacción y fidelidad.

4.1.9.3 Precio

El factor precio de los productos de la cafetería estilo retro deberán ser considerados como elemento clave para la decisión de compra de los clientes, debiendo ser competitivos para posicionarse y sustentar los ingresos generando réditos de rentabilidad que viabilicen, mantenga e incrementen su participación en el mercado.

- Fijar los precios por líneas de productos o combos más bajos que la competencia para penetrar en el mercado de forma continua y atraer a distintos nichos de mercado.
- Establecer precios con productos adicionales u opcionales como: un café capuchino (producto principal) más una rebanada de pastel por el mismo precio del producto principal.
- Estrategias de fijación de precios basada en la competencia usando como referencia los precios de los productos de las cafeterías que se consideran competidoras directas para el proyecto, por lo que se deberá: fijar el mismo precio de los productos que tienen los competidores, fijar precios más bajos de los productos de los que tiene la competencia.

4.1.9.4 Promoción

Las estrategias de promoción serán importantes para lograr persuadir y el reconocimiento de las ventajas, atributos de los productos de la cafetería retro a los clientes e incrementar los ingresos por ventas.

- Realizar promociones corporativas para empresas con descuentos especiales de acuerdo al número de personas que requieren el servicio de cafetería.
- Efectuar alianzas estratégicas comerciales con empresas públicas y privadas para fortalecer la marca, sus productos y ventas.
- Desarrollar campañas publicitarias por internet, redes sociales, para posicionar la marca, sus productos y la imagen corporativa de la cafetería estilo retro.

- Disponer de una base de datos de los clientes para informarles de manera continua los nuevos productos, promociones, en fechas especiales y otros eventos de promoción que ejecutará la empresa.

4.1.10 Conclusiones del estudio de mercado

- Del estudio de mercado se determina que el mercado meta es de 14.832 personas del nivel socioeconómico medio y alto de la ciudad de Ibarra.
- Del análisis de la demanda se establece que es de 751.302 productos de cafetería; la oferta actual es de 569.088 productos y está representada por 13 cafeterías.
- Con relación al análisis de precios se consideró los productos que tienen las cafeterías de esta localidad, valores que se deben considerar para enfrentar a la competencia.
- Se formularon estrategias de marketing mix: precio, producto, plaza y promoción, para posicionarse y alcanzar las metas de ventas.

4.2 Estudio técnico

Introducción

El estudio técnico genera una visión sistemática que debe cumplirse, proporcionando que los recursos económicos, técnicos, generen un alto valor agregado, la eficacia y eficiencia de la sostenibilidad financiera de la cafetería estilo retro, como una línea de ruta de gestión técnica e ingeniería.

Objetivo del estudio técnico

Formular la planeación de la macro y microlocalización, tamaño (capacidad instalada), inversiones, costos operativos, gastos administrativos y ventas, y el financiamiento para la creación de la cafetería estilo retro.

4.2.1 Localización del proyecto

Para definir la localización del proyecto, se consideraron dos etapas bases: macro y microlocalización en relación con factores locacionales, de manera que se constituya en un punto de vista técnico para la ubicación espacial de la cafetería estilo retro.

4.2.1.1 Macrolocalización

La cafetería estilo retro estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, como muestra la siguiente figura:



Figura 17. Macrolocalización de la cafetería estilo retro

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Imbabura

4.2.1.2 Microlocalización

Para la microlocalización se determinó los factores que pueden influir en la decisión de la localización de esta microempresa:

- **Ubicación del mercado**

Como primer aspecto se consideró la ubicación del mercado objetivo o mercado potencial. Para lo cual se estableció los siguientes elementos:

- **Costos de factores de producción**

En lo pertinente a costos de materias primas e insumos, personal calificado, terreno e instalaciones, servicios básicos y abastecimiento de otros insumos como los de limpieza y otros que son necesarios para el funcionamiento de la cafetería estilo retro.

- **Costo de materias primas e insumos**

En lo referente al costo de materias primas e insumos que se incorporan en los procesos de producción de los productos de la cafetería estilo retro son generalmente los de: panificación, embutidos, lácteos, legumbres, café, azúcar, frutas, chocolate, entre otros, que se puede abastecer en los diferentes supermercados, micro mercados y tiendas especializadas de la ciudad Ibarra.

- **Personal calificado**

Para el funcionamiento de la cafetería estilo retro es necesario contar con personal calificado especialmente el jefe de cocina, meseros, personal administrativo y contable, talento humano que se puede contratar en la ciudad de Ibarra.

- **Terreno e instalaciones**

En la localización de la cafetería estilo retro es indispensable la configuración del área o terreno donde se implantará el proyecto, que debe tener de preferencia una dimensión de tipo rectangular y con un área aproximadamente de 100 a 140m², 2en el que permita disponer: de área de atención al cliente un counter recibidor, counter exhibidor, bodega, mobile de servicio, área de clientes (comensales) y baterías sanitarias.

- **Servicios básicos**

Es indispensable en la localización de la cafetería retro, disponer de los servicios de agua potable, energía eléctrica, servicio de internet, telefonía, dotados por las diferentes empresas públicas y privadas que se localizan en la ciudad de Ibarra.

Los sectores que se consideraron para la microlocalización o ubicación específica de la cafetería estilo retro en cuanto a su ubicación geográfica o espacial fueron los siguientes:

- Av. Atahualpa y Miguel Leoro
- Calle Bolívar y Flores

- Av. El Retorno sector barrio los Ceibos.

Para definir la microlocalización se realizó la valoración subjetiva de los factores: costo del arriendo del local, ubicación de otras cafeterías o negocios afines, tamaño y característica del local a arrendar y ubicación estratégica.

La metodología utilizada fue la siguiente:

- Se estableció un peso relativo a cada factor de microlocalización según su importancia de manera que sumados tengan el valor de 1.
- La calificación de cada factor de microlocalización se realizó con relación a los tres sectores predeterminados con una valoración de 0 a 10.
- La puntuación se logra multiplicando el peso por la calificación de cada factor de localización establecido en la tabla respectiva.

Tabla 25

Matriz de evaluación de factores para la microlocalización del proyecto

FACTORES	PESO	Av. Atahualpa y Miguel Leoro		Calle Bolívar y Flores		Av. El Retorno sector los Ceibos	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
Costo del arriendo del local	0,25	9	2,25	8	2,00	8	2,00
Ubicación de cafeterías afines	0,20	9	1,80	7	1,40	8	1,60
Tamaño y características del local a arrendar	0,25	9	2,25	9	2,25	9	2,25
Ubicación estratégica	0,30	9	2,70	9	2,70	7	2,10
TOTAL	1,00		9,00		8,35		7,95

Fuente: (Pacheco & Pérez, 2018)

Realizado el análisis de la tabla de factores de microlocalización se determina que la ubicación que obtuvo más puntaje es la Av. Atahualpa y Miguel Leoro con un puntaje de 9,00 puntos, siendo la más idónea en relación con las otras alternativas, como es el costo del arriendo, tamaño y características del local.

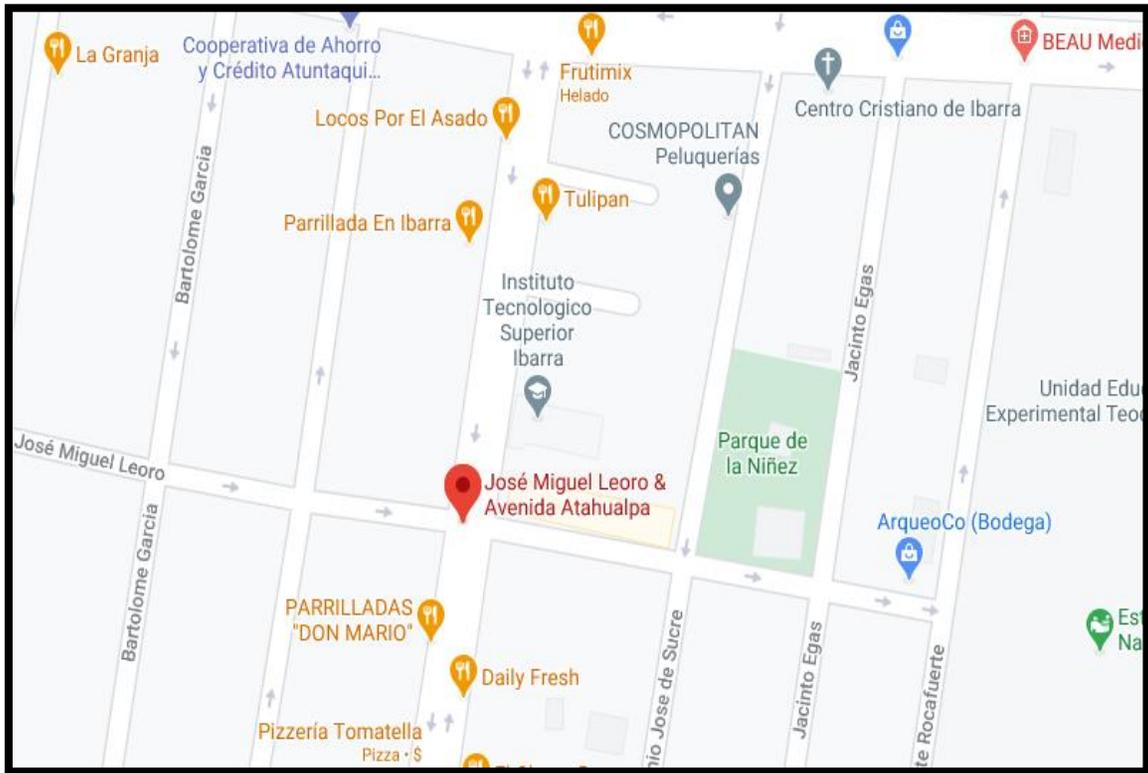


Figura 18. Ubicación de la cafetería estilo retro.

Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@0.3685809,-78.1199479,16z?hl=es-419>

4.2.2 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto (cafetería estilo retro), es necesario determinar los factores que inciden en forma directa como: el mercado, tecnología, disponibilidad de materias primas y financiamiento, para establecer su capacidad instalada y operativa.

4.2.2.1 Factores condicionantes del tamaño

- **El mercado**

El tamaño del proyecto respecto al mercado, se determina que existe una demanda insatisfecha de 178.750 productos de cafetería, de la cual se pretende captar el 11.06% que significa 19.770 productos anual.

- **Tecnología**

En lo referente a la tecnología la cafetería estilo retro, debe definir aspectos o criterios técnicos referentes a sus instalaciones, cumpliendo criterios de seguridad y salud en el trabajo, especialmente en sus instalaciones eléctricas, ubicación y funcionamiento de los equipos, para evitar incidentes y accidentes laborales o con sus clientes. En lo referente a los procesos de producción se considerará la aplicación de buenas prácticas de manufactura, atención al cliente como estrategias de productividad y competitividad de la cafetería.

- **Disponibilidad de materias primas e insumos**

Para la operatividad de la cafetería, es necesario la adquisición de insumos en las categorías de: productos de panificación que se podrá adquirir en panificadoras como: Pan Nuestro, Tulipán, Gusta Panes, Centeno, entre otras. En lo referente a embutidos, lácteos, verduras, carnes, se podrá adquirir en distintos proveedores como: AKI, Supermaxi, Tía, Supermercado Mi Rey y otras tiendas especializadas localizadas en la ciudad de Ibarra.

- **Financiamiento**

El financiamiento del proyecto está previsto con una inversión con recursos propios del 20% y el 80% mediante un crédito en el Banco Pacífico a una tasa de interés del 5% que es la que actualmente oferta esta entidad financiera para este tipo de proyectos.

- **Capacidad instalada**

Para establecer la capacidad instalada de la cafetería se procedió a determinar: el número de horas de atención del local que es de 4 horas día, tiempo estipulado de consumo (35 minutos), capacidad máxima o de diseño de la cafetería es de 72 servicios día, por lo que el número de servicios al mes es de 1.716, lo que representa en el año una capacidad instalada de 20.592 servicios.

Tabla 26
Capacidad Instalada

HORAS DE ATENCIÓN AL DÍA	TIEMPO ESTIMADO DE CONSUMO	CAPACIDAD MÁXIMA (NÚMERO DE SERVICIOS / DÍA)	NÚMERO DE SERVICIOS ATENDIDOS / MES	CAPACIDAD INSTALADA DEL LOCAL / AÑO
4	35	72	1.716	20.592

Fuente: Estudio de Mercado

4.2.3 Ingeniería del proyecto

En la ingeniería del proyecto se describe el diseño, producto, servicio que se va a ofertar, así como también se determina las actividades que realiza el personal para que el cliente pueda llegar a obtener su pedido.

4.2.3.1 Diseño y descripción técnica del producto

La descripción técnica de los productos que elaborará la empresa son los siguientes:

Tabla 27
Descripción técnica de los productos

Nombre del producto y descripción técnica	Foto
<p>Café expreso. Este tipo de café tiene las características de una preparación rápida y con un sabor y textura más espesa, cuyos ingredientes son: café molido, agua purificada, un compresor de café y la presentación es en una tasa como muestra el grafico.</p>	

Capuchino. Es un café de alta calidad y está compuesto por 25ml de café molido y 100 ml de leche espumada, para conseguir un sabor perfecto. Su preparación es a través de cafeteras tipo profesional y automática.



Café americano. Este tipo de café puede ser consumido caliente o helado, es en base al café expreso en un 50% y el otro 50% agua caliente, dando una apariencia concentrada de café y se elabora a través de una cafetera.



Café moka. Es preparado a base de tres partes de café expreso y dos partes de leche vaporizada, se añade una parte de chocolate en forma de jarabe o polvo instantáneo de chocolate, se sirve con espuma o crema de leche en la parte superior, se esparce en la parte superior de la tasa canela o cacao.



Café tradicional. Es conocido como café destilado y su preparación es en base a café molido, agregado agua caliente y azúcar al gusto, se sirve generalmente caliente, pero también se puede tomar frío.



Sándwiches mixtos. Está compuesto de dos rodajas de pan tipo molde, con jamón y queso, puede ser acompañado con salsa rosa o verduras como lechuga y tomate.



Sándwiches de pollo. Tiene como ingredientes principales dos rebanadas de pan de corteza dura, mostaza, mayonesa, lechuga, tomate, y pechuga de pollo.



Sándwiches de queso. Es un sándwich básico que consta de dos rebanadas de pan tipo molde, dos rebanadas de queso que puede ser de tipo mozzarella o duro, pueden tener presentación en frío o caliente a la plancha o tostado.



Sándwiches de mortadela. Básicamente está compuesto por dos rodajas de pan tipo molde, dos rodajas de mortadela, una o dos rodajas de tomate crudo, cebolla tierna, aceite y sal.



Picaditas de jamón serrano con queso. Está compuesto de rollos de jamón serrano, cuadros de queso maduro o parmesano.



Tortas tres leches. Es a base de bizcocho bañado con tres tipos de leche: leche evaporada, crema de leche y leche condensada, en ocasiones puede ser acompañado con un merengue de claras de huevo, con canela en polvo.



Torta de chocolate. Forma parte de la línea de postres y su preparación es a base de huevos, azúcar, polvo de cacao, chocolate, mantequilla, leche, sal, bicarbonato de sodio, también se puede agregar extracto de vainilla, se presenta con una variedad de decorados.



Fuente: Sitios web

4.2.3.2 Procesos del servicio

Utilizando el enfoque de gestión por procesos, se procedió a estructurar los procesos del servicio, utilizando la siguiente simbología:

Tabla 28
Simbología ANSI para diagramas de flujo

SÍMBOLO	NOMBRE
	Inicio o Fin
	Actividad
	Decisión
	Documento
	Transporte
	Almacenamiento



Demora



Actividad Combinada

Fuente: (González, Alba y Mere, 2014)

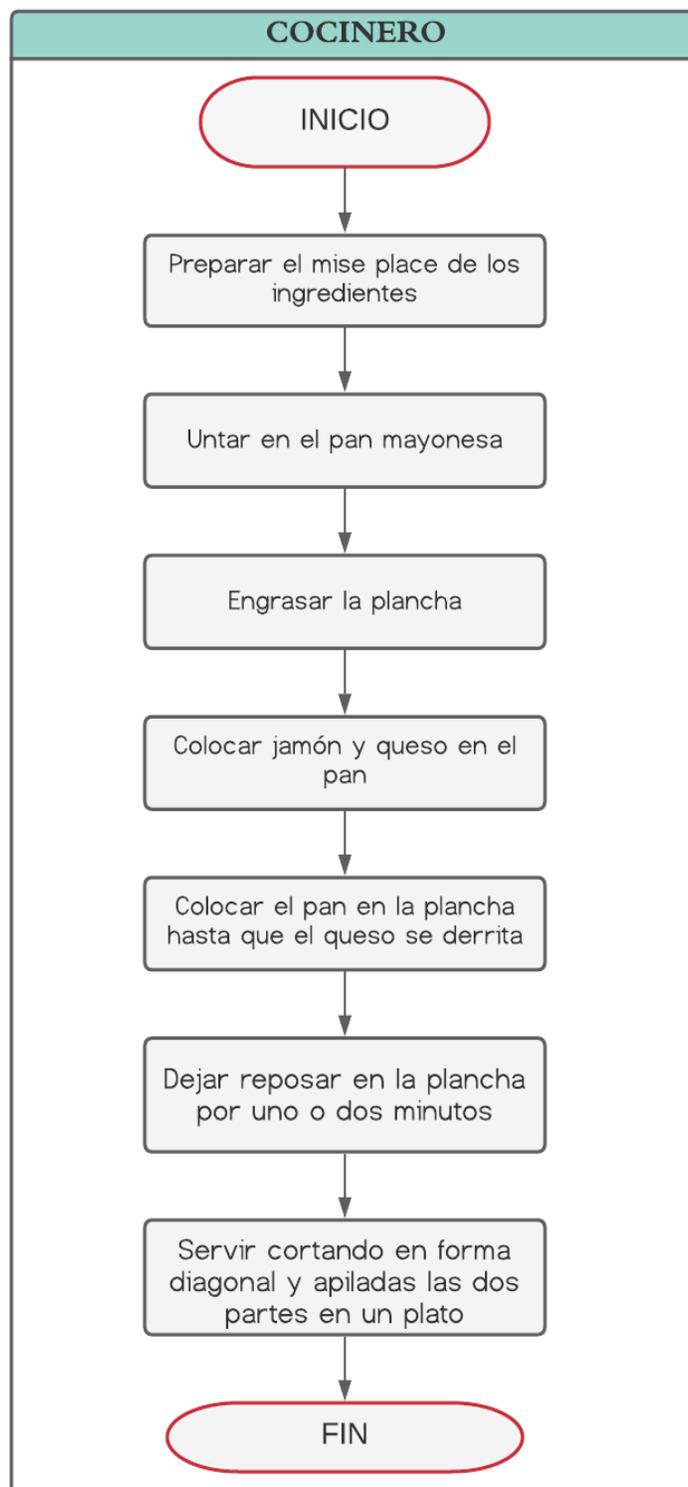


Figura 19. Proceso de preparación de sándwich mixto

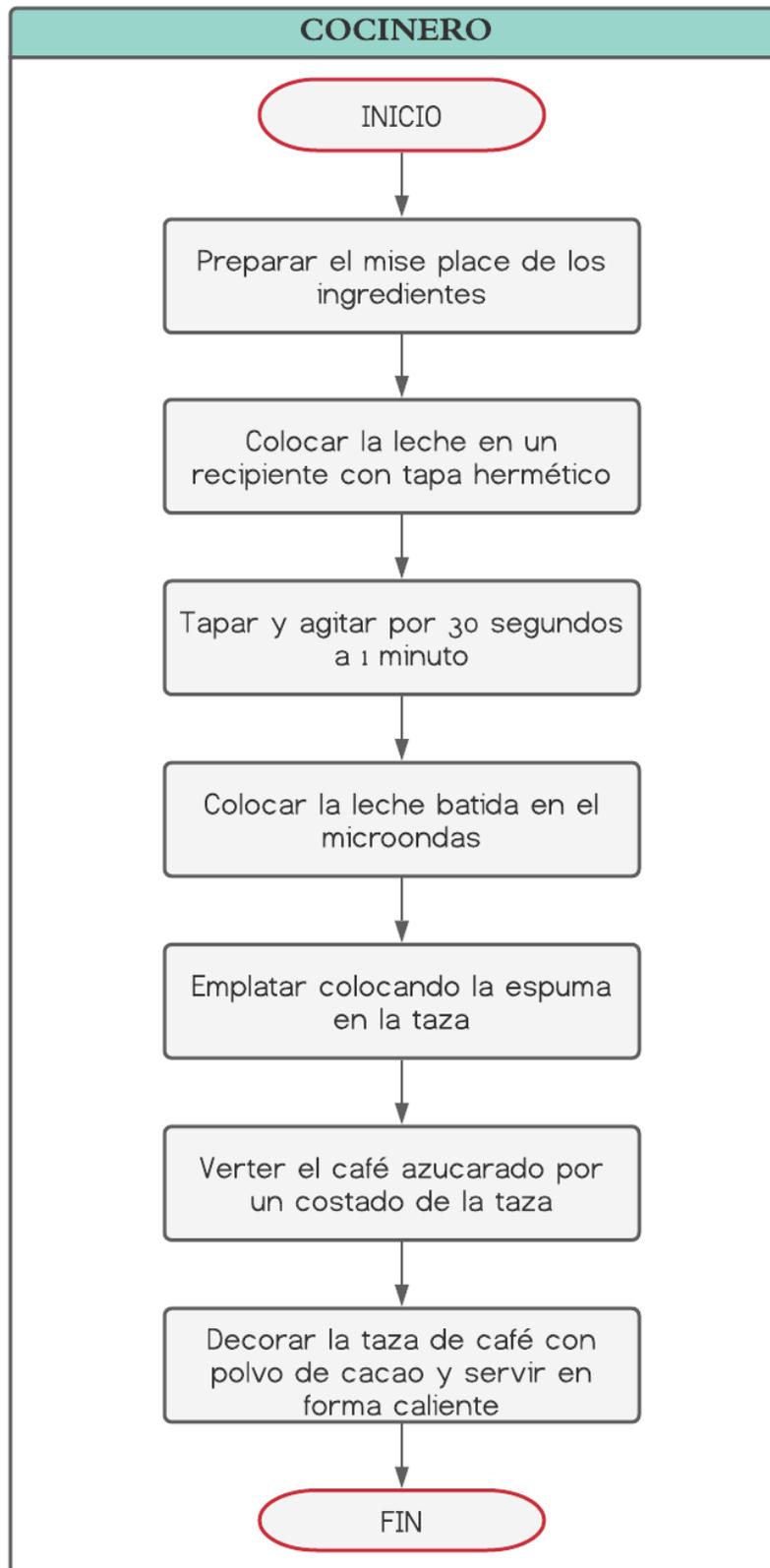


Figura 20. Proceso de preparación de café capuchino

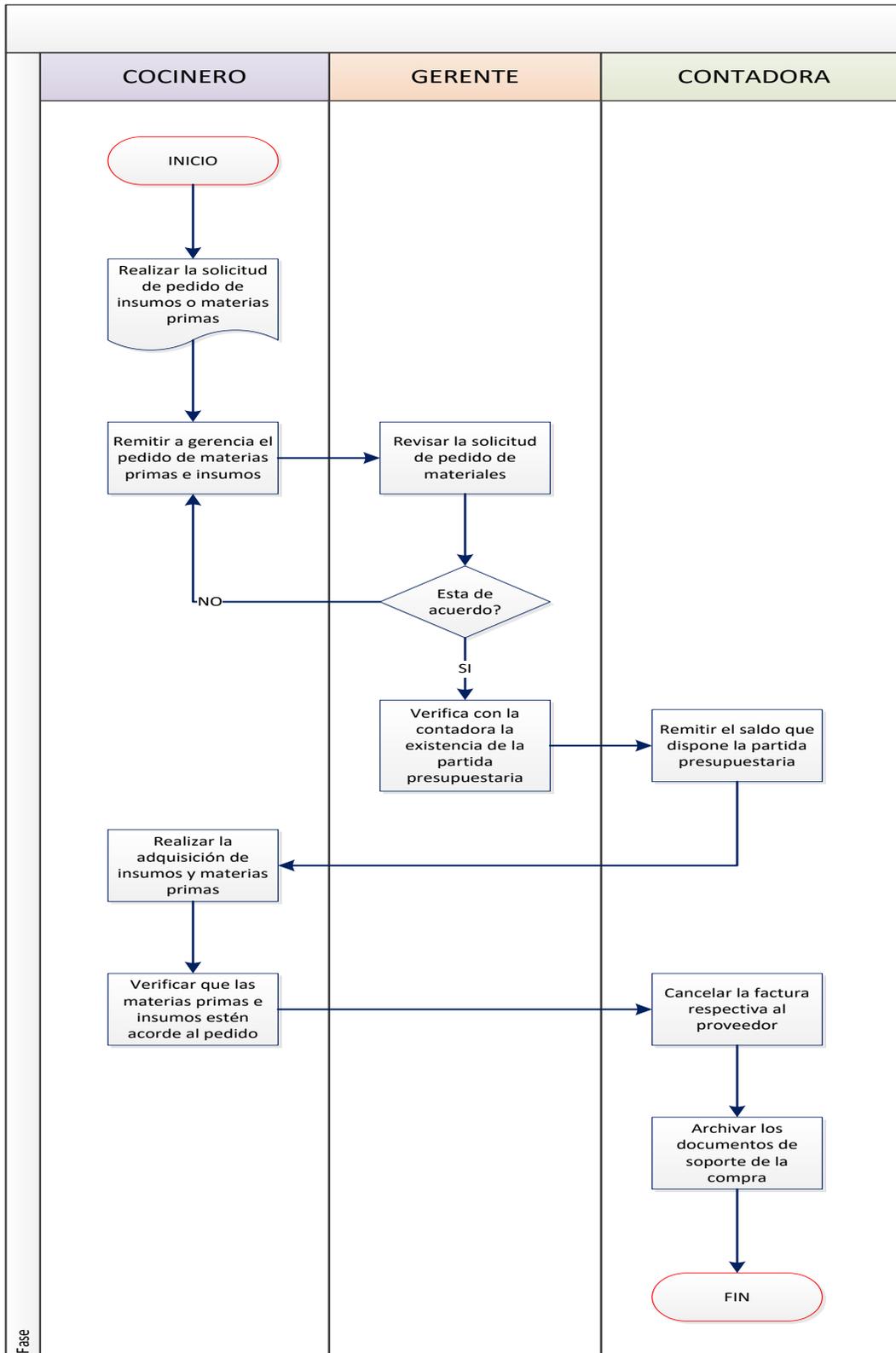


Figura 21. Proceso de adquisición de materias primas

4.2.3.3 Descripción de la planta

Las dimensiones optimas que tendrá la cafetería retro son de 140m². Para determinar el aforo (número de comensales) máximo que pueden ser atendidos simultáneamente, se aplicó la siguiente ecuación:

$$C = \frac{Largo * ancho}{e + rango estandar}$$

Donde:

C = Capacidad instalada o carga máxima

L = Largo del local

A = Ancho del local

e= Espacio que ocupa el cliente según el tipo de establecimiento que es de 0.20m² para cafetería, espacios para servicios y mobiliario

r= Rangos estándares que ocupa cada cliente en el establecimiento (1.47m²)

$$C = \frac{17.5ml * 8ml}{0.20 + 1.47}$$

C = 83.82 que equivale a 84 personas o clientes como carga máxima o capacidad instalada

Se procedió al diseño arquitectónico de la cafetería estilo retro, distribución de los espacios físicos que consta en el siguiente plano:



**PLANTA ARQUITECTÓNICA DE
LA CAFETERÍA ESTILO RETRO**
ESCALA1:75

Figura 22. Plano de la cafetería estilo retro

Tabla 29
Distribución de áreas

NOMBRE DEL ÁREA	M²
Bodega	4.00
Mobile de servicio	6.50
Lavamanos – aseo general	2.30
Baterías sanitarias: hombre y mujer	4.50
Counter recibidor	2.00
Salas, lavaje booths puffs	28.00
Mesas de servicio	36.40
Accesos en general	56.30
TOTAL	140.00

Fuente: Plano de la cafetería

Mobiliario de acuerdo a la capacidad de carga

De acuerdo a la capacidad de carga máxima o capacidad instalada que es de 84 personas, se procedió a la ubicación del mobiliario en lo pertinente a número de mesas y sillas o asientos de acuerdo a los ambientes físicos del plano respectivo, los mismos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 30
Mobiliario de acuerdo a la capacidad de carga

NOMBRE	NÚMERO DE MESAS	NÚMERO DE ASIENTOS	CAPACIDAD O NÚMERO DE CLIENTES
Counter de recepción o barra de atención	1	5	5
Salas de lavaje booths puffs	10	6	60
Salas de lavaje booths puffs	1	3	3
Mesas de servicio	4	4	16
TOTAL			84

Fuente: Ingeniería del proyecto

4.2.3.4 Inversión del proyecto

4.2.3.4.1 Inversión Fija Tangible

Por inversión fija o activos tangibles que se requiere para la creación de la cafetería estilo retro, y que son indispensables para llevar a cabo las operaciones de la microempresa (fase operativa) que contribuyen a la generación de ingresos – utilidades. Esta inversión se basó en las cotizaciones de los bienes de empresas proveedoras reconocidas y de experiencia en lo pertinente a equipos, mobiliario en general.

- **Maquinaria y Equipo**

El equipamiento de la cafetería estilo retro, está de acuerdo a la capacidad operativa proyectada y son los que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 31
Maquinaria y Equipo de cafetería

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Máquina de café Automática	1	3.180,80	3.180,80
Waflera modelo WM/15	1	412,16	412,16
Molino de café industrial automático	1	576,80	576,80
Plancha eléctrica modelo PE35LN	1	741,44	741,44
Crepera	1	823,20	823,20
Sanduchera Proctor Sílex Panini 25440 Black	1	31,25	31,25
Cocina de inducción MODELO PFD35N	1	412,16	412,16
Licuada semi industrial modelo BL020	1	517,44	517,44
Horno Tostadora	1	22,32	22,32
Microondas Whirlpool S11-WMS077ZWTS	1	85,71	85,71
Extractor de Jugos	1	58,04	58,04
Armario refrigerador Industrial puerta acero	1	2.410,24	2.410,24
Jarra de acero inoxidable	1	25,00	25,00
Cortadora de pan	1	80,00	80,00
Refrigerador Indurama	1	767,86	767,86
Licuada Oster velocidades	1	75,89	75,89
Batidora mezcla Hamilton Beach 64650 CR	1	58,04	58,04
Utensilios de cafetería en general	1	1.280,00	1.280,00
Caja Registradora Casio	1	450,00	450,00
TOTAL			12.008,35

Fuente: DITALDESIGN

- **Muebles y Enseres**

Bajo el principio de disponer de un excelente mobiliario de calidad, la cafetería estilo retro para su funcionalidad, decoración de los espacios y que los clientes se sientan confortables atraídos por esta imagen, se seleccionó el siguiente mobiliario:

Tabla 32
Muebles y enseres de cafetería

DETALLE	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Juego de 1 mesa y 4 sillas	4	195.00	780.00
Sillas taburete multiuso	6	59.99	359.94
Estanterías para almacenamiento	2	99.99	199.98
Counter general recepción pedidos	1	499.99	499.99
Counter exhibidor de productos	1	649.99	649.99
Salas lounge Booths puffs (consta de 1 mesa y 2 sillas de 3 cuerpos)	10	275.00	2.750.00
Objeto de decoración estilo retro (reloj, cuadros, lámparas, adornos de recita metálicos)	1	299.98	299.98
Mesa de acero inoxidable	1	280.00	280.00
TOTAL			5.819.88

Fuente: Proforma de la empresa Comercial e Industrial

Tabla 33
Muebles y enseres administrativos

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escritorio de tablero MDF vinilo	1	270.00	270.00
Sillas giratorias oficina	1	90.00	90.00
Archivador de oficina	1	140.00	140.00
TOTAL			500,00

Fuente: Proforma de la empresa Comercial e Industrial

- **Equipo de computación**

Para el funcionamiento del negocio es necesario la adquisición de una computadora e impresora que permita facilitar el trabajo de los empleados y de esta forma brindar un mejor servicio.

Tabla 34
Equipo de informática de administración

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Equipo de cómputo HP /AOC19"	1	517.43	517.43
Laptop HP Core i5/4GB/RAM/256GB	1	749.99	750
Impresora BROTHER /escáner/tinta continua	2	214.99	430
TOTAL			1697.40

Fuente: Teknologika soluciones

- **Inversión fija consolidados**

Las inversiones fijas que son necesarias para poner en funcionamiento el negocio en base a las proformas facilitadas por diferentes proveedores.

Tabla 35
Inversión Fija

DETALLE	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	12.008,35
Muebles y Enseres de cafetería	5819,88
Muebles y enseres administrativo	500,00
Equipo de Computación	1697,40
Total	20.025,63

Fuente: Estudio Financiero

4.2.3.4.2 Inversión intangible

En este rubro se incluyen los gastos que son necesarios para la fase preoperativa del proyecto y que son los siguientes:

- **Gastos de constitución**

Son los gastos iniciales que se desembolsa, para poner en funcionamiento la cafetería estilo retro.

Tabla 36
Activos pre operativos

CONCEPTO	MONTO
Constitución de la empresa	150.00
Patente Municipio	60.00
Permiso Ministerio de Turismo	175.00
Permiso bomberos	70.00
TOTAL	455.00

Fuente: Municipio de Ibarra, Ministerio de Turismo y Cuerpo de Bomberos

4.2.3.4.3 Gastos de operación

Los gastos de operación corresponden a los costos de producción, administración y ventas:

Costos de producción

Los costos de producción que son necesarios para que la cafetería estilo retro funcione, se determinaron sustentado en los valores económicos de los servicios y bienes de acuerdo a cotizaciones del mercado que corresponden a MPD, MOD y CIP.

- **Materia prima directa**

Se lleva a cabo un resumen de la materia prima directa que se emplea en la realización de los productos.

Tabla 37
Materia prima directa para sándwiches mixtos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Pan para sándwiches (Su Pan)	Funda (20 rodajas)	0,10	1,9	0,19
Queso Holandés maduro	kl (150 rebanadas)	0,013	26	0,338
Jamón serrano	kl (50 rebanadas)	0,02	8	0,16
Mortadela	kl (60 rebanadas)	0,016	5,5	0,088
TOTAL				0,78

Fuente: Comisariatos de la ciudad de Ibarra

Tabla 38
Materia prima directa para cafés en general

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Café	Tarros de 500 gr	0,02	6,3	0,126
Crema de leche	Fundas de 1 lt	0,04	3,5	0,14
Leche UHT	Fundas de 1 lt	0,06	0,85	0,051
Azúcar	kl	0,04	1	0,04
TOTAL				0,36

Fuente: Comisariatos de la ciudad de Ibarra

Tabla 39
Materia prima directa para picaditas

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Queso Holandés	kl (150 rebanadas)	0,02	26	0,52
Carnes	kl	0,04	2,25	0,09
Jamón Serrano	kl (50 rebanadas)	0,06	8	0,48
Mortadela	kl (60 rebanadas)	0,06	5,5	0,33
Verduras	kl	0,03	1,8	0,054
TOTAL				1,47

Fuente: Comisariatos de la ciudad de Ibarra

Tabla 40
Materia prima directa para pastel de chocolate (postre)

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Leche UHT	lt	0,18	0,85	0,153
Chocolate en polvo	Funda de 200gr	0,25	4,25	1,0625
Chocolate en barra	Barra de 500 gr	0,03	3,5	0,105
Harina	lb	0,15	0,27	0,0405
Huevos	Cubeta	0,066	2,8	0,1848
Royal	Frasco	0,02	1,3	0,026
Margarina	kilos	0,09	0,7	0,063
Sal	kl	0,01	2,8	0,028
TOTAL				1,66

Fuente: Comisariatos de la ciudad de Ibarra

Una vez calculado el costo unitario de materiales de los cuatro productos que producirá y comercializará la cafetería retro, se procedió a realizar el cuadro resumen de materiales directos necesarios para el número de unidades que producirá la empresa en un año operativo.

Tabla 41
Resumen de costos de materia prima directa

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
		AD	UNIT	TOTAL
Café	Tarro 500 gr	35	6,30	220,50
Crema de leche	Fundas de 1 LT	35	3,50	122,50
Leche uht	Fundas de 1 LT	35	0,85	29,75
Panes para sándwiches	Unidad	760	1,90	1.444,00
Chocolate en polvo	Fundas de 250gr	32	4,25	136,25
Chocolate en barra	Barras de 500gr	32	3,50	112,00
Queso	Unidad	150	3,00	450,00
Harina	Q.	8	27,00	216,00
Huevos	Cubetas	45	2,80	126,00
Royal	Frascos	8	1,30	10,40
Margarina	Kilos	36	0,70	25,20
Verduras	kilos	80	1,80	144,00
Azúcar	Q.	4	45,00	180,00
Carnes	Kl	40	2,25	90,00
jamón serrano	Kl	40	7,00	280,00
Mortadela	Kl	40	4,00	160,00
Sal	Fundas	10	2,80	28,00
COSTO TOTAL ANUAL				3.774,35

Fuente: Comisariatos de la ciudad de Ibarra

- **Mano de obra directa**

Por concepto de mano de obra directa se estima el salario mensual del cocinero que es de \$400.00 más los beneficios de ley.

Tabla 42
Salario personal de mano de obra directa

DETALLE	SUELDO	DÉCIMO 4TO	DÉCIMO 3ERO	12.15% APOORTE IESS	VACACIONES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Chef	400	33,33	3,33	48,6	16,67	531,93	6.383,20
TOTAL						6.383,20	

Fuente: Ministerio de Trabajo 2019

- **Costos Indirectos de producción**

Los costos indirectos de producción, están fijados por los materiales indirectos, servicios básicos y mano de obra indirecta.

Tabla 43
Materiales indirectos

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Uniformes	Unidad	4	35,00	140,00
Desinfectante	Galón	24	6,00	144,00
Alcohol	Galón	5	9,97	49,85
Gel Desinfectante	Galón	4	12,00	48,00
TOTAL				381,85

Fuente: RJ SHINE

Tabla 44
Servicios básicos

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	208,34	0,08	51,67	619,98
Agua	55,56	0,30	16,67	200,02
Luz	206,66	0,25	16,67	200,01
TOTAL				1.020,00

Fuente: EMAPA, EMELNORTE y CNT

Tabla 45
Salario de personal de mano de obra indirecta

DETALLE	SUELDO	DÉCIMO 4TO	DÉCIMO 3ERO	12.15% APOORTE IESS	VACACIONES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Mesero	400	33,33	3,33	48,6	16,67	531,93	6.383,20
TOTAL							6.383,20

Fuente: Ministerio de Trabajo 2019

Tabla 46
Costos indirectos de producción consolidados

DETALLE	TOTAL
Materiales indirectos	381,85
Mano de obra indirecta	6.383,20
Servicios básicos	1.020,00
Subtotal	7.785,05
Depreciación equipos de cafetería	1200,84
Depreciación muebles y enseres cafetería	581,99
Subtotal	1.782,82
TOTAL	9.567,87

Fuente: Estudio técnico

Costos de producción consolidados

Los costos de producción consolidados una vez identificados en las tablas anteriores permiten describir que por concepto de materiales directos es de \$3.774,35, mano de obra directa de \$6.383,20 y por costos indirectos de producción de \$9.567,88, generando un total de \$19.725,42, para el primer año operativo.

Tabla 47
Costos de producción consolidados

DETALLE	TOTAL
Materia prima directa	3.774,35
Mano de obra directa	6.383,20
Costos indirectos de producción	9.567,88
TOTAL	19.725,42

Fuente: Estudio técnico

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los que incurre la empresa para los procesos vinculados con la gestión organizacional, mejoramiento del rendimiento del talento humano y la eficacia, eficiencia

en el uso de los recursos de la cafetería, corresponden a: salarios de personal, servicios básicos, arriendo del local, insumos de oficina, como muestran las siguientes tablas:

Tabla 48
Salario personal administrativo

DETALLE	SUELDO	DÉCIMO 4TO	DÉCIMO 3ERO	12.15% APOORTE IESS	VACACIONES	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente	600	33,33	50	72,9	25	781,23	9.374,80
Cajera	400	33,33	3,33	48,6	16,67	531,93	6.383,20
TOTAL							15.758,00

Fuente: Ministerio de Trabajo 2019

Tabla 49
Servicios básicos

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	67.64	0.08	5.41	64.93
Agua	22.22	0.30	6.67	80.00
Luz	31.69	0.25	7.92	95.01
TOTAL				240.00

Fuente: EMAPA, EMELNORTE y CNT

Tabla 50
Insumos de oficina

DETALLE	CANT.	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL AÑO
Resma de papel bon	2	3,64	7,28
Herramientas de oficina (Grapadora y perforadora)	2	1,5	3,00
Factureros	20	7,00	140,00
TOTAL			150,28

Fuente: Expopapeleria

Tabla 51
Arriendo de local

DESCRIPCIÓN	VALOR / MES	VALOR / AÑO
Arriendo	350,00	4.200
TOTAL		4.200

Fuente: Propietario del local

Tabla 52
Gastos administrativos consolidados

DETALLE	TOTAL
Salario personal administrativo	15.758
Servicios básicos	240,00
Suministros de oficina	150,00
Arriendo local	4.200
Subtotal	20.348,28
Depreciaciones muebles y enseres administrativos	50,00
Depreciación equipos de cómputo administrativos	565,74
Amortización	91,00
Subtotal	706,74
TOTAL	21.055,02

Fuente: Estudio técnico

Gastos de Ventas

Los gastos de ventas que se definieron para la cafetería estilo retro están en relación al material publicitario impreso y el uso de medios de comunicación a través de redes sociales:

Publicidad

La publicidad se realizará por medio de diferentes medios de comunicación para dar a conocer el servicio y mejorar las ventas, se utilizará distintos materiales publicitarios.

Tabla 53
Gastos de ventas

DETALLE	TOTAL
Material publicitario (dípticos)	350,00
Publicidad en medios de comunicación	200,00
TOTAL	550,00

Fuente: Digiflash

4.2.3.4.4 Capital de trabajo

La inversión de capital de trabajo, constituye el conjunto de recursos necesarios para el manejo de las cuentas corrientes de activos y pasivos, para sustentar la liquidez de la empresa y disminuir los riesgos de liquidez y solvencia. El cálculo del capital de trabajo está en relación a la capacidad

de la cafetería estilo retro, el número de servicios que venderá a sus clientes en forma diaria, semanal y mensual, y obtener un índice aceptable de estabilidad financiera (margen de protección) en sus operaciones de manera que se balanceen los ingresos y egresos corrientes proyectados. Para su cálculo se procedió de la siguiente manera:

- Los costos de producción establecidos son de \$19.725.42 año / 12 meses = \$1.643.78
- $\$1.643.78 * 2 \text{ meses} = \$3.287.57$
- Gastos administrativos corresponden a: \$21.055.02 año / 12 meses = \$1.754.59
- $\$1.754.59 * 2 \text{ meses} = \$3.509.17$.
- Los gastos de ventas determinados son: \$550.00 año / 12 meses = \$45.83
- $\$45.83 * 2 \text{ meses} = \91.66

De estas relaciones matemáticas se determina que el capital de trabajo inicial que requiere la empresa para sus primeros 2 meses operativos es de \$3.287.57 de costos de producción, en gastos de administración se requiere de \$3.509.17 y en gastos de ventas de \$91.66, con un total de \$6.888.40.

Tabla 54
Capital de trabajo

DETALLE	TOTAL 2 MESES
Costo de producción	3.287,57
Gasto de administración	3.509,17
Gasto de ventas	91,66
CAPITAL INICIAL	6.888,40

Fuente: Estudio Técnico

4.2.3.4.5 Inversión Total

La inversión total para la creación de la cafetería estilo retro es de \$27.369,03 que comprende: activos fijos por \$20.025,63 capital de trabajo inicial es de \$6.888,40 y activos preoperativos \$455,00

Tabla 55
Inversiones totales

DETALLE ACTIVOS	MONTO	PORCENTAJE
Activos fijos	20.025,63	73,17%
Capital de trabajo	6.888,40	25,17%
Gastos de constitución	455,00	1,66%
TOTAL	27.369,03	100%

Fuente: Estudio Técnico

4.2.3.4.6 Financiamiento

El proyecto de la cafetería estilo retro se financiará, con un 20% mediante recursos propios y el 80% por medio de un crédito en el Banco Pacifico con una tasa activa del 5% referencial.

Tabla 56
Fuentes de financiación

DETALLE	INVERSIÓN	CAPITAL PROPIO	CRÉDITO
Inversión	27.369,03	5.473,81	21.895,22
%	100%	20%	80%

Fuente: Banco del Pacífico

4.2.4 Conclusiones del estudio técnico

- Se establece que la cafetería estilo retro estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad de Ibarra en la Av. Atahualpa y Miguel Leoro, en vista de que es un sector altamente comercial, el costo de arriendo es apropiado, el tamaño y características del local son acordes para la cafetería estilo retro.
- Del análisis del tamaño del proyecto en relación con el mercado, tecnología, disponibilidad de materias primas e insumos y financiamiento, se determina que la cafetería estilo retro tendrá una capacidad operativa de 429 semanales, 1.716 mensuales y 20.592 productos anuales.
- En la ingeniería de proyecto se diseñó el plano arquitectónico el cual comprende de 140 m² con sus respectivas áreas, que contribuirá en los diferentes procesos para el correcto funcionamiento del proyecto.
- La cafetería estilo retro requiere de una inversión de \$27.369.03 de los cuales \$5.473.81 será mediante aportes propios y \$21.895.22 será por vía crédito en el Banco Pacifico a una tasa del 5%.

4.3 Estudio Financiero

Introducción

El estudio financiero determina el presupuesto de ingresos, su proyección, presupuestos de costos y gastos operativos, administrativos, ventas y financieros, y la preparación y valoración de los estados financieros. En la evaluación financiera se determinó el cálculo de costo de capital, la tasa mínima de rendimiento, VAN, TIR, relación Beneficio / Costo, Periodo de Recuperación de la Inversión, Punto de Equilibrio.

Objetivo del estudio financiero

Realizar el estudio financiero de la creación de la cafetería estilo retro, con la finalidad de proporcionar información económica y financiera que establezca la viabilidad y la fijación de políticas de gestión financiera de esta microempresa.

4.3.1 Presupuesto de la inversión

4.3.1.1 Ingresos

Se determina ingreso a los productos que la cafetería va a ofrecer, valor que se obtiene de la multiplicación de la cantidad de productos al año por el precio unitario establecido con base en la competencia.

4.3.1.2 Proyección de Ingresos

Los ingresos que dispondrá la cafetería estilo retro, se fundamentan en la capacidad operativa de sus productos más importantes, la cantidad y el precio unitario, lo que se proyecta para el primer año unos ingresos totales de \$55.312,80. Para una mayor comprensión se establece los ingresos para los siguientes cuatro años proyectados con la tasa de inflación promedio del 0.90%.

Tabla 57
Tasa de inflación

AÑOS	TASA DE INFLACIÓN	TASA DE INFLACIÓN PROMEDIO
2015	3.38%	
2016	1.12%	
2017	-0.20%	
2018	0.27%	0.90%
2019	-0.07%	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 58
Proyección de ingresos

DESCRIPCIÓN	AÑOS PROYECTADOS														
	1			2			3			4			5		
	CANT.	P. U.	TOTAL	CANT.	P.U.	TOTAL									
Sanduches	3.552	2,65	9.412,80	3.552	2,67	9.497,52	3.552	2,70	9.582,99	3.552	2,72	9.669,24	3.552	2,75	9.756,26
Cafés	12.672	2,65	33.580,80	12.672	2,67	33.883,03	12.672	2,70	34.187,97	12.672	2,72	34.495,67	12.672	2,75	34.806,13
Picaditas	2.976	2,90	8.630,40	2.976	2,93	8.708,07	2.976	2,95	8.786,45	2.976	2,98	8.865,52	2.976	3,01	8.945,31
Postres	1.392	2,65	3.688,80	1.392	2,67	3.722,00	1.392	2,70	3.755,50	1.392	2,72	3.789,30	1.392	2,75	3.823,40
TOTAL	20.592		55.312,80			55.810,62			56.312,91			56.819,73			57.331,10

Fuente: Estudio técnico

4.3.2 Costos y gastos proyectados

4.3.2.1 Costos de producción

Los costos de producción se estiman conforme al requerimiento de preparación de cada uno de los productos, considerando mano de obra, materia prima y costos indirectos de producción proyectados.

Materiales directos proyectados

Por concepto de materiales directos de manera consolidada que se encuentra en el estudio técnico de la cafetería estilo retro que corresponde a la tabla 41, en el que se estable un costo total de materiales directos de \$3.774.35 para el primer año operativo. Para la proyección de los siguientes años se utilizó la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años que es del 0.90%, de manera que los costos de materiales directos tengan el siguiente comportamiento:

Tabla 59
Proyección de materiales directos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales Directos	3.774,35	3.808,32	3.842,59	3.877,18	3.912,07
COSTO TOTAL ANUAL	3.774,35	3.808,32	3.842,59	3.877,18	3.912,07

Fuente: Estudio financiero

Salarios de mano de obra directa proyectados

Los salarios de mano de obra directa para el primer año son de \$6.383.20, para determinar su proyección se consideró la tasa de inflación promedio del 0.90%, de manera que se obtiene los valores de mano de obra directa para los cinco años proyectados.

Tabla 60
Salario proyectado chef

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico	400	403,6	407,23	410,90	414,60
Aporte Iess (12,15%)	48,6	49,04	49,48	49,92	50,37
Fondos de reserva	0	33,63	33,94	34,24	34,55
Décimo 3ero	33,33	33,63	33,94	34,24	34,55
Décimo 4to	33,33	33,63	33,94	34,24	34,55
Vacaciones	16,67	16,82	16,97	17,12	17,27
Sueldo Mensual	531,93	570,35	575,49	580,67	585,89
TOTAL	6.383,20	6.844,25	6.905,85	6.968,00	7.030,71

Fuente: Ministerio de Trabajo 2019

Costos indirectos de producción proyectados

Los conceptos de costos indirectos de producción, están consolidados de la siguiente manera: los efectivos que corresponden a materiales indirectos, mano de obra indirecta y servicios básicos y los no efectivos son las depreciaciones de equipo y mobiliario de producción.

Tabla 61
Costos indirectos de producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales Indirectos	381,85	385,29	388,75	392,25	395,78
Mano de Obra Indirecta	6.383,20	6.844,25	6.905,85	6.968,00	7.030,71
Servicios básicos	1.020,00	1.029,18	1.038,45	1.047,79	1.057,22
Subtotal	7.785,05	8.258,72	8.333,05	8.408,04	8.483,71
Depreciación equipos de cafetería	1.200,84	1.200,84	1.200,84	1.200,84	1.200,84
Depreciación muebles y enseres de cafetería	581,99	581,99	581,99	581,99	581,99
Subtotal	1.782,82	1.782,82	1.782,82	1.782,82	1.782,82
TOTAL	9.567,87	10.041,54	10.115,87	10.190,86	10.266,54

Fuente: Estudio Técnico

Salarios de mano de obra indirecta proyectados

Para obtener una información de la mano de obra indirecta se utilizó la siguiente tabla, con la finalidad de obtener el salario total del año y proyectar con la tasa de inflación promedio del 0.90%.

Tabla 62
Salario proyectado mesero

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico	400	403,60	407,23	410,90	414,60
Aporte Iess (12,15%)	48,6	49,04	49,48	49,92	50,37
Fondos de reserva	0	33,63	33,94	34,24	34,55
Décimo 3ero	33,33	33,63	33,94	34,24	34,55
Décimo 4to	33,33	33,63	33,94	34,24	34,55
Vacaciones	16,67	16,82	16,97	17,12	17,27
Sueldo Mensual	531,93	570,35	575,49	580,67	585,89
TOTAL	6383,20	6844,25	6905,85	6968,00	7030,71

Fuente: Ministerio del Trabajo 2019

Costos de producción consolidados

Del análisis de las partidas o cuentas correspondientes a costos de producción, se determina que para el primer año proyectado es de \$19.725,42 y para el quinto año este rubro es de \$21.209,32.

Tabla 63
Costos de producción consolidados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	3.774,35	3.808,32	3.842,59	3.877,18	3.912,07
Costos Indirectos de producción	9.567,87	10.041,54	10.115,87	10.190,86	10.266,54
Mano de obra directa	6.383,20	6.844,25	6.905,85	6.968,00	7.030,71
TOTAL	19.725,42	20.694,11	20.864,31	21.036,04	21.209,32

Fuente: Estudio técnico

4.3.2.2 Gastos administrativos

Los gastos administrativos importantes para el funcionamiento de la cafetería, están en función de los salarios del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos y arriendo del local, y los gastos administrativos no efectivos están la depreciación de muebles y enseres, equipos de cómputo administrativos.

Tabla 64
Gastos administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario personal administrativo	15.758,00	16.908,82	17.061,00	17.214,55	17.369,48
Servicios básicos	240,00	242,16	244,34	246,54	248,76
Suministros de oficina	150,28	151,63	153,00	154,37	155,76
Arriendo local	4.200,00	4.237,80	4.275,94	4.314,42	4.353,25
Subtotal	20.348,28	21.540,41	21.734,28	21.929,89	22.127,26
Depreciaciones muebles y enseres administrativos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Depreciaciones equipos de cómputo administrativos	565,74	565,74	565,74	565,74	565,74
Amortización	91,00	91,00	91,00	91,00	91,00
Subtotal	706,74	706,74	706,74	706,74	706,74
TOTAL	21.055,02	22.247,16	22.441,02	22.636,63	22.834,00

Fuente: Estudio financiero

Salario de personal administrativo proyectado

Tabla 65
Salario proyectado gerente

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico	600,00	605,40	610,85	616,35	621,89
Décimo 4to	33,33	33,63	33,94	34,24	34,55
Décimo 3ero	50,00	50,45	50,90	51,36	51,82
Aporte Iess (12,15%)	72,90	73,56	74,22	74,89	75,56
Fondos de reserva	-	50,45	50,90	51,36	51,82
Vacaciones	25,00	25,23	25,45	25,68	25,91
Sueldo Mensual	781,23	838,71	846,26	853,88	861,56
TOTAL	9.374,80	10.064,57	10.155,15	10.246,55	10.338,77

Fuente: Ministerio de Trabajo 2019

Tabla 66
Salario proyectado cajera

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo Básico	400,00	403,60	407,23	410,90	414,60
Décimo 4to	33,33	33,63	33,94	34,24	34,55
Décimo 3ero	33,33	33,63	33,94	34,24	34,55
Aporte Iess (12,15%)	48,60	49,04	49,48	49,92	50,37
Fondos de reserva	-	33,63	33,94	34,24	34,55
Vacaciones	16,67	16,82	16,97	17,12	17,27
Sueldo Mensual	531,93	570,35	575,49	580,67	585,89
TOTAL	6.383,20	6.844,25	6.905,84	6.968,00	7.030,72

Fuente: Ministerio de Trabajo 2019

4.3.2.3 Gasto de ventas

Los gastos de ventas que son necesarios para alcanzar los ingresos planificados tienen relación al material publicitario y publicidad en medios de comunicación, que en el primer año son de \$ 550,00 y en el quinto año de \$570,07

Tabla 67
Gastos de ventas

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Material publicitario (dípticos)	350,00	353,15	356,33	359,54	362,77
Publicidad en medios de comunicación	200,00	201,80	203,62	205,45	207,30
TOTAL	550,00	554,95	559,94	564,98	570,07

Fuente: Digiflash

4.3.2.4 Gastos financieros

La estructura de la inversión inicial de la cafetería estilo retro está constituido por el 20% de recursos propios y el 80% con un crédito en el Banco Pacifico de la ciudad de Ibarra, a una tasa del 5% a 5 años plazo. Por gastos financieros se consideran los intereses de este fondeo para lo cual se presenta la siguiente tabla de amortización:

Tabla 68
Tabla de amortización

PRÉSTAMO	21.895,22	PRÉSTAMO:	21.895,22		
INTERÉS	5%	INTER	3.284,28		
PLAZO	5	TOTAL:			
AÑOS		CUOTA			
		TOTAL:	25.179,50		

NÚMERO DE CUOTAS	CAPITAL INICIAL	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL REDUCIDO
1	21.895,22	4.379,04	1.094,76	5.473,80	17.516,17
2	17.516,17	4.379,04	875,81	5.254,85	13.137,13
3	13.137,13	4.379,04	656,86	5.035,90	8.758,09
4	8.758,09	4.379,04	437,90	4.816,95	4.379,04
5	4.379,04	4.379,04	218,95	4.598,00	(0,00)

Fuente: Banco del Pacífico

4.3.2.5 Depreciación

Para calcular la depreciación de los bienes de larga duración de la cafetería estilo retro, se consideró el costo de adquisición de cada uno de estos bienes y el porcentaje de depreciación emitidos por el SRI.

Tabla 69
Depreciación anual

DETALLE	%	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	V.S
Equipo cafetería	10	12.008,35	1.200,84	1.200,84	1.200,84	1.200,84	1.200,84	6.004,18
Muebles y enseres cafetería	10	5.819,88	581,99	581,99	581,99	581,99	581,99	2.909,94
Muebles y enseres administrativo	10	500,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00
Equipos de cómputo administrativo	33,33	1.697,40	565,74	565,74	565,74	565,74	565,74	565,91
TOTAL		20.025,63	2.398,57	2.398,57	2.398,57	2.398,57	2.398,57	9.730,03

Fuente: SRI

4.3.2.6 Gastos de operación y financiación

Del análisis de los gastos de operación y financiación detallados, se procedió a la sistematización para tener un enfoque integral de los costos totales que tendrá la cafetería estilo retro en los cinco años proyectados.

Tabla 70
Costos de operación y de financiación

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	3.774,35	3.808,32	3.842,59	3.877,18	3.912,07
Mano de obra directa	6.383,20	6.844,25	6.905,85	6.968,00	7.030,71
Costos indirectos producción	9.567,87	10.041,54	10.115,87	10.190,86	10.266,54
Costo de producción	19.725,42	20.694,11	20.864,31	21.036,04	21.209,32
Gastos administrativos	21.055,02	22.247,16	22.441,02	22.636,63	22.834,00
Gastos de ventas	550,00	554,95	559,94	564,98	570,07
Gastos Operativos	21.605,02	22.802,11	23.000,97	23.201,61	23.404,07
Costos Operativos Totales	41.330,45	43.496,21	43.865,27	44.237,66	44.613,39
Gastos Financieros (interés)	1.094,76	875,81	656,86	437,90	218,95
TOTAL	42.425,21	44.372,02	44.522,13	44.675,56	44.832,34

Fuente: Estudio financiero

4.3.3 Estados Financieros Presupuestados

4.3.3.1 Estado de Resultados proyectado

El Estado de Resultados proyectado permite verificar el número de productos de cafetería y las tendencias de las ventas e ingresos generados, las tendencias de los costos y gastos principales, el ingreso neto o pérdida de los periodos (cinco años)

Tabla 71
Estado de resultados proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+Ingresos por ventas	55.312,80	55.810,62	56.312,91	56.819,73	57.331,10
-Costo de producción	19.725,42	20.694,11	20.864,31	21.036,04	21.209,32
Utilidad Bruta	35.587,38	35.116,51	35.448,60	35.783,69	36.121,78
-Gastos de Administración	21.055,02	22.247,16	22.441,02	22.636,63	22.834,00
-Gastos de venta	550,00	554,95	559,94	564,98	570,07
Utilidad Operacional	13.982,35	12.314,40	12.447,64	12.582,07	12.717,72

-Gastos Financieros	1.094,76	875,81	656,86	437,90	218,95
Utilidad antes de Participación Trabajadores	12.887,59	11.438,59	11.790,78	12.144,17	12.498,76
15% Participación trabajadores	1.933,14	1.715,79	1.768,62	1.821,63	1.874,81
Utilidad antes impuesta a la renta	10.954,45	9.722,80	10.022,16	10.322,54	10.623,95
5% Impuesto a la Renta para personas naturales según SRI	547,72	486,14	501,11	516,13	531,20
UTILIDAD NETA	10.406,73	9.236,66	9.521,05	9.806,41	10.092,75

Fuente: Estudio financiero

4.3.3.2 Estado de Flujo de Efectivo proyectado

Permite revelar el aumento o disminución del efectivo en los periodos contables proyectados, establece las cuentas por categorías a las cuales se debieron los cambios por las actividades operativas, de inversión y financieras, determinándose un saldo de flujo de efectivo positivo de \$8.517,25 en el primer año proyectado, lo que se puede afirmar que tiene una operatividad y administración óptima.

Tabla 72
Flujo neto de efectivo proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR EN LIBROS
Utilidad Operativa	13.982,35	12.314,40	12.447,64	12.582,07	12.717,72	
Depreciaciones	2.398,57	2.398,57	2.398,57	2.398,57	2.398,57	
Amortización	91,00	91,00	91,00	91,00	91,00	
Valor en libros último año						9.730,03
INGRESOS DE EFECTIVO	16.471,92	14.803,97	14.937,20	15.071,64	15.207,28	9.730,03
Activos Fijos	0,00	0,00	0,00	1.697,40	0,00	
Capital de Trabajo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Activos Pre operativos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Gastos Financieros	1.094,76	875,81	656,86	437,90	218,95	
Cuota a pagar	4.379,04	4.379,04	4.379,04	4.379,04	4.379,04	
Pago impuestos	2.480,86	2.201,93	2.269,73	2.337,75	2.406,01	
SALIDAS DE EFECTIVO	7.954,67	7.456,78	7.305,63	8.852,10	7.004,01	
INGRESOS MENOS SALIDAS	8.517,25	7.347,19	7.631,58	6.219,54	8.203,27	9.730,03
SALDO FLUJO NETO EFECTIVO	8.517,25	15.864,44	23.496,02	29.715,56	37.918,83	

Fuente: Estudio financiero

4.3.3.3 Estado de situación financiera proyectado

Con los Estados de situación financiera proyectados, se dispondrá de un elemento clave para la toma de decisiones de la gerencia, considerando que refleja los montos de los activos, los pasivos y el patrimonio neto que dispondrá la empresa a los cinco años proyectados, permitiendo la evolución de la estructura patrimonial como muestra la siguiente tabla:

Tabla 73
Estado de situación financiera proyectado

DETALLE	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja		3.444,20	3.624,68	3.655,44	3.686,47	3.717,78
Bancos	6.888,40	8.517,26	15.864,44	23.496,01	29.715,56	37.918,83
Cuentas por Cobrar		3.444,20	3.624,68	3.655,44	3.686,47	3.717,78
Inventario de insumos		314,53	317,36	320,22	323,10	326,01
TOTAL	6.888,40	15.720,19	23.431,17	31.127,11	37.411,60	45.680,40
ACTIVOS FIJOS						
Equipos de cafetería	12.008,35	10.807,52	9.606,68	8.405,85	7.205,01	6.004,18
Muebles y enseres de cafetería	5.819,88	5.237,89	4.655,90	4.073,92	3.491,93	2.909,94
Muebles y enseres administrativo	500,00	450,00	400,00	350,00	300,00	250,00
Equipos de cómputo administración	1.697,40	1.131,66	565,91	0,17	1.131,66	565,91
TOTAL	20.025,63	17.627,06	15.228,50	12.829,93	12.128,59	9.730,03
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos Pre operativos	455,00	364,00	273,00	182,00	91,00	0,00
TOTAL	455,00	364,00	273,00	182,00	91,00	0,00
ACTIVOS TOTALES	27.369,03	33.711,25	38.932,67	44.139,04	49.631,19	55.410,43
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas por Pagar		471,79	476,04	480,32	484,65	489,01
Pasivo a Largo Plazo						
Préstamo	21.895,22	17.516,17	13.137,13	8.758,09	4.379,04	0,00
PASIVOS TOTALES	21.895,22	17.987,96	13.613,17	9.238,41	4.863,69	489,01
PATRIMONIO						
Capital Social	5.473,81	5.316,56	16.082,84	25.379,59	34.961,11	44.828,69
Utilidad	0,00	10.406,73	9.236,66	9.521,05	9.806,41	10.092,75
PATRIMONIO TOTAL		15.723,29	25.319,50	34.900,62	44.767,51	54.921,42
PASIVO Y PATRIMONIO TOTAL	27.369,03	33.711,25	38.932,67	44.139,04	49.631,19	55.410,43

Fuente: Estudio financiero

4.3.4 Evaluación Financiera

4.3.4.1 Costo de capital (Ck)

La valoración del costo de capital es importante para establecer la sensibilidad, la supervivencia de la cafetería estilo retro. Para su cálculo se relacionó la forma de financiamiento: capital propio y capital financiado con sus respectivas tasas de descuento, de manera que se obtiene un costo de capital de 5.2%.

Tabla 74
Costo Capital

DESCRIPCIÓN	RUBROS	PORCENTAJE	TASA DE (%) PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital propio	5.473,81	20%	6 (Tasa pasiva)	120,00
Préstamo	21.895,22	80%	5 (Tasa activa del crédito)	400,00
TOTAL	27.369,03	100%	11	520,00

Fuente: Estudio financiero

4.3.4.2 Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

Una vez determinado el costo de capital se calculó el tamaño de rendimiento medio, que es la tasa que servirá de referencia en la actualización de los flujos netos de efectivo para la estimación del VAN, TIR.

Ck = Costo de capital 5.20%

Inf = Inflación promedio 0.9%

$$\text{TRM} = ((\text{Ck} + 1) (\text{Inf} + 1) - 1)$$

$$\text{TRM} = ((0,052 + 1) (0,009 + 1) - 1)$$

$$\text{TRM} = 0,061$$

$$\text{TRM} = 6.10\%$$

La tasa de rendimiento medio es del 6.10%.

4.3.4.3 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto determina la viabilidad de la creación de la cafetería estilo retro, con base en los flujos netos de efectivo actualizados a la tasa de rendimiento medio (6.10%), y descontados de la inversión inicial. Para su cálculo se utilizó la siguiente ecuación:

$$\text{VAN} = -I + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Dónde:

FNE = Flujo Neto de Efectivo Proyectado

i = Tasa de redescuento (6.10%)

I= Inversión Inicial

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$\text{VAN}_{(i)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE + VS_5}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = -27.369,03 + \frac{8.517,25}{(1+0,061)^1} + \frac{7.347,19}{(1+0,061)^2} + \frac{7.631,58}{(1+0,061)^3} + \frac{6.219,54}{(1+0,061)^4} + \frac{8.203,27 + 9.730,03}{(1+0,061)^5}$$

$$\text{VAN} = -27.369,03 + 39.189,42$$

$$\text{VAN} = 11.820,39$$

El VAN es positivo de \$11.820,39, lo que permite interpretar que el proyecto es viable desde este indicador financiero.

4.3.4.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Con el cálculo de la tasa interna de retorno permitió medir la rentabilidad financiera de la creación de la cafetería estilo retro, así como la viabilidad desde el punto de vista de inversión, por medio

de la conversión en porcentaje de la rentabilidad en términos efectivos que se obtiene de esta inversión. El cálculo se fundamentó en la siguiente fórmula:

$$TIR = \frac{\sum FNE}{(1+i)^n} - I_0$$

Donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

FNE = Flujo Neto de Efectivo

i = Valor que satisface la ecuación (equivalente a la TIR encontrada)

I₀ = Inversión inicial (27.369,03)

$$TIR = \frac{8.517,25}{(1 + 0,1901)^1} + \frac{7.347,19}{(1 + 0,1901)^2} + \frac{7.631,58}{(1 + 0,1901)^3} + \frac{6.219,54}{(1 + 0,1901)^4} + \frac{8.203,27 + 9.730,03}{(1 + 0,1901)^5} - 27.369,03$$

La TIR es de 19,01 % que supera a la tasa de rendimiento medio 6.10%, determinándose la viabilidad de invertir y disminuir los riesgos en la cafetería estilo retro, deduciéndose que la rentabilidad financiera que se espera de los ingresos operativos es mayor que la inversión inicial.

4.3.4.5 Relación Costo Beneficio

La metodología del análisis costo / beneficio mide la relación que existe entre los flujos netos de efectivo y la inversión requerida para la creación de la cafetería estilo retro, beneficios en términos de la utilidad marginal que genera su funcionamiento y por lo tanto la viabilidad de la inversión, en razón de que el costo beneficio es de \$1.43.

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(i)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\frac{C}{B} = \frac{39.189,42}{27.369,03} = 1,43$$

Tabla 75
Costo Beneficio

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS PROYECTADOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	B/C
0	27.369,03			
1		8.517,25	8.027,57	
2		7.347,19	6.526,65	
3		7.631,58	6.389,52	1,43
4		6.219,54	4.907,91	
5		17.933,30	13.337,77	
TOTAL			39.189,42	

Fuente: Estudio financiero

4.3.4.6 Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión es la forma de encontrar el tiempo en que se espera recuperar la inversión inicial para la creación de la cafetería estilo retro como parte de la evaluación financiera de la factibilidad del proyecto. El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años, 1 mes y 11 días.

$$PRI = \sum FCN_{(i\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Dónde:

Periodo de Recuperación de la Inversión = **PRI**

Sumatoria de flujos netos de efectivo actualizado = $\sum FCN$

Tabla 76
Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJOS PROYECTADOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	TIEMPO PRI
0	27.369,03			
1		8.517,25	8.027,57	
2		7.347,19	6.526,65	
3		7.631,58	6.389,52	4 años, 1 mes y 11 días.
4		6.219,54	4.907,91	
5		17.933,30	13.337,77	
TOTAL			39.189,42	

Fuente: Estudio financiero

Para determinar el PRI se consideró la inversión inicial que es de \$27.369.03 y los flujos netos de efectivo proyectados que se muestran en la tercera columna, a estos flujos de efectivo se procedió a actualizarlos con la tasa de rendimiento medio del 6.10%, obteniéndose de esta manera los flujos actualizados como se muestra en la cuarta columna. De esta manera el periodo de recuperación de la inversión se establece en 4 años, 1 mes y 11 días.

4.3.4.7 Punto de Equilibrio (PE)

El análisis del punto de equilibrio consistió en la determinación del nivel de ventas necesarias para cubrir los costos totales: costos directos e indirectos en los años proyectados de funcionamiento de la cafetería estilo retro. El punto de equilibrio es un instrumento estratégico relevante que configura la solvencia, eficacia y eficiencia, así como el nivel de rentabilidad del funcionamiento del proyecto. El cálculo se realizó usando la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Costos fijos = **CF**

Costo variable = **CV**

Valor de ventas = **V**

Tabla 77
Punto de equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso ventas	55.312,80	55.810,62	56.312,91	56.819,73	57.331,10
Costos Totales	42.425,21	44.372,02	44.522,13	44.675,56	44.832,34
Costos Variable	19.725,42	20.694,11	20.864,31	21.036,04	21.209,32
Costos fijos	22.699,78	23.677,92	23.657,82	23.639,52	23.623,02
TOTAL	35.281,85	37.631,28	37.582,32	37.536,41	37.493,55

Fuente: Estudio financiero

4.3.5 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad como parte de la evaluación financiera es la forma de obtener el grado de riesgo de la inversión para la creación de la cafetería estilo retro, visualizando las ventajas o desventajas del proyecto, detectar su comportamiento con relación a un escenario negativo de incremento de un 10% anual en materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de producción. Para obtener su comportamiento ante este cambio negativo (grado de riesgo) se monitoreo el VAN, TIR, B/C y PRI, resultados que se comparan con los obtenidos del proyecto sin sensibilizar.

Tabla 78
Escenarios

CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA	ESCENARIO SIN SENSIBILIZAR	ESCENARIO SENSIBILIZADO (INCREMENTO DEL 10% EN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN)
VAN con financiamiento	\$ 11.820,39	\$ 1.203.12
TIR con financiamiento	19.01%	9.82%
PRI con financiamiento	4 años, 1 mes y 11 días	4 años, 8 meses y 29 días
B/C con financiamiento	\$1,43	\$1.04

Fuente: Estudio financiero

Los resultados monitoreados con la sensibilidad o el grado de riesgo no representan una variable sensible (no crítica) sobre los resultados del VAN, TIR, PRI, B/C, por lo tanto, el proyecto es viable.

4.3.6 Conclusiones de la evaluación financiera

- Los resultados de los indicadores financieros determinan, que el Valor Actual Neto es de \$11.820.39, lo que demuestra el rendimiento y la factibilidad del proyecto.
- La Tasa Interna de Retorno es del 19,01%, que supera a la tasa de rendimiento medio que es del 6,10%.
- De la relación costo / beneficio se establece que por cada dólar de inversión el proyecto logra \$0.43 de beneficio o de recuperación de la inversión.
- El periodo de recuperación de la inversión es de 4 años. 1 mes y 11 días, este es el tiempo en que la cafetería estilo retro recuperará lo invertido para su funcionamiento. El punto de equilibrio es de \$35.281,85
- Del análisis de sensibilidad incrementando un 10% en los costos de producción, se obtiene que la cafetería estilo retro tiene indicadores que no representan una variable sensible, por lo que el proyecto es viable financieramente.

4.4 Estudio Organizacional

Introducción

La estructura organizacional administrativa, es importante porque sustenta la conducción racional, lógica de las funciones, procesos, actividades, uso de los recursos humanos, materiales, tecnológicos, económicos y financieros a través de la planificación, organización, dirección, control y evaluación.

En el estudio organizacional se definió la razón social, el direccionamiento estratégico: misión, visión, objetivos estratégicos, valores corporativos y políticas empresariales. Se desarrollo la propuesta del organigrama estructural que coadyuve a ordenar y jerarquizar los niveles administrativos, mejorar los flujos de procesos, la comunicación interna de acuerdo a las necesidades de la cafetería retro. La definición de la gestión por procesos conformada por el mapa de procesos, el levantamiento de los procesos operativos, favorecerá la calidad de los productos y servicios de la cafetería estilo retro, las relaciones entre las distintas áreas y los principios de eficacia, eficiencia, satisfacción de sus clientes y la competitividad.

Objetivo

Elaborar la propuesta organizacional para viabilizar la operatividad eficiente y eficaz de la cafetería estilo retro y alcanzar el logro de los objetivos estratégicos propuestos.

4.4.1 La empresa

4.4.1.1 Nombre de la empresa o razón social

Para definir el nombre de la microempresa se consideró los siguientes criterios: fácil pronunciación, fácil de recordar, representación de la marca. De esta forma el nombre de la microempresa será: **CAFETERÍA RETRO.**

4.4.1.2 Logotipo

El logotipo se definió de una manera que se oriente al mercado objetivo y permita el posicionamiento para alcanzar los objetivos y metas de la empresa. Para la formulación del logotipo se consideró los siguientes factores técnicos:

- Originalidad. Como una estrategia de asignación de marca que exprese un valor perdurable de la empresa en la mente de los clientes.
- Consistente. En el diseño, los colores de una forma coherente de la imagen de la cafetería, de una visualización estética, específica para el posicionamiento de la marca con claridad en los clientes meta.
- Adaptado a la audiencia. La imagen debe tener una interrelación con el público objetivo, el perfil del consumidor para que visualice un contenido visual de la marca de la empresa y sea de su preferencia para el consumo de sus productos.
- El diseño debe guardar relación con las características del estilo retro para que perdure frente a otras cafeterías de la ciudad de Ibarra.

Como resultado de la aplicación de los factores antes señalados, se formula el siguiente logotipo de la cafetería retro:



Figura 23. Logotipo de la cafetería retro

4.4.1.3 Slogan

El slogan se definió considerando un conjunto de criterios que engloba los servicios y productos de la cafetería retro como una expresión materializada en la siguiente frase:

“La mejor forma de empezar tu día”

4.4.1.4 Misión

“Somos una microempresa que ofrece productos y servicios de cafetería de calidad en ambientes confortables para que nuestros clientes disfruten de la mejor atención y calidez de nuestro personal”.

4.4.1.5 Visión

“En los próximos años consolidarnos como la mejor opción de productos y servicios de cafetería, a través de la constante innovación, orientado en las expectativas, preferencias y fidelización de nuestros clientes y alcanzar ventaja competitiva”.

4.4.1.6 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos se formularon desde el enfoque del Balanced Scorecard, para alcanzar metas estratégicas, operativas, aprovechar de manera eficiente y eficaz los recursos humanos, materiales, económicos y financieros.

- Generar acciones operativas, administrativas, ventas que promuevan niveles de rentabilidad y sostenibilidad financiera de la empresa.
- Establecer ambientes físicos confortables, productos y servicios para satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes.
- Garantizar los procesos desarrollando una cultura de excelencia operativa, mejora continua, que garantice los estándares de calidad de sus productos y servicios.
- Desarrollar habilidades distintivas del personal para alcanzar niveles de desempeño óptimo, crecimiento sostenible de la cafetería.

4.4.1.7 Valores Corporativos

- **Responsabilidad.** En el cumplimiento de normativas legales, ambientales de seguridad y salud en el trabajo respetando a su entorno.
- **Integridad.** Mediante acciones coherentes, honestas, transparentes en sus productos, servicios al cliente.
- **Respeto.** Con las condiciones contractuales de sus proveedores de forma justa y ética.

- **Excelencia.** En el servicio a nuestros clientes de manera oportuna, cordial para satisfacer sus expectativas.
- **Liderazgo.** Desarrollando procesos competitivos enfocados a la eficacia, eficiencia de nuestros productos y servicios.
- **Respeto a los derechos del consumidor.** Sustentado en su cadena de valor y al enfoque de bienestar y derechos de sus clientes.
- **Transparencia.** Cumpliendo los códigos de ética por parte del personal en la ejecución de las actividades en el marco legal regulatorio orientado a sus clientes.

4.4.1.8 Políticas empresariales

a) Políticas comerciales – clientes

- Ofrecer trato exclusivo, amable orientado en el servicio al cliente
- Brindar productos y servicios de calidad para alcanzar niveles de competitividad, persuadir, captar, fidelizar, mantener y captar clientes.
- Realizar promociones puntuales de los productos y servicios para grupos corporativos de empresas públicas, privadas, organizaciones y familias.
- Asegurar que la organización este orientada a servir con efectividad a sus clientes, siendo necesario la simplificación de sus procesos.

a) Políticas administrativas

- Mantener la gestión por procesos enfocada a la eficacia, eficiencia, orientada a alcanzar la productividad y competitividad.
- El personal dispondrá de las funciones específicas de sus puestos de trabajo y aplicar los procesos pertinentes asegurándose de su cumplimiento para lograr los objetivos y metas.

- Medir mediante indicadores de gestión la consecución de metas ejecutadas en lo que se refiere a metas planificadas.
- Velar por el cumplimiento de las normativas técnicas, legales con los entes de control, garantizando su funcionamiento óptimo mejorando la imagen corporativa ante los clientes y ciudadanía.

b) Políticas operacionales

- Los menús se programarán de acuerdo con las necesidades operativas, cumpliendo las normas de seguridad alimentaria.
- Todos los trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de cocina deben ser ejecutados en horarios fuera de atención a clientes.
- Comprobar los diagramas de flujo de cada producto elaborado, garantizando un control y seguimiento para obtener productos y servicios de óptima aceptación y calidad alineados a las estrategias comerciales de la empresa.

c) Políticas económicas – financieras

- Efectuar un control de costos, para estandarizar los precios de los productos de la cafetería generando margen de rentabilidad sostenible.
- Analizar los estados financieros como parte integrante de la gestión empresarial y la formulación de acciones estrategias financieras.
- Los costos y gastos, siempre se presupuestarán aplicando criterios de sostenibilidad que permita la operatividad de la cafetería
- Cumplir adecuadamente con los pagos a proveedores a las fechas de vencimiento de acuerdo al cronograma de pagos contemplados y se reportará mensualmente a gerencia.

4.4.1.9 Organigrama estructural

La estructura organizacional de la cafetería retro está compuesta por las unidades organizacionales que son necesarias para la operatividad, el cumplimiento de las funciones y procesos y la estructura jerárquica de la microempresa.

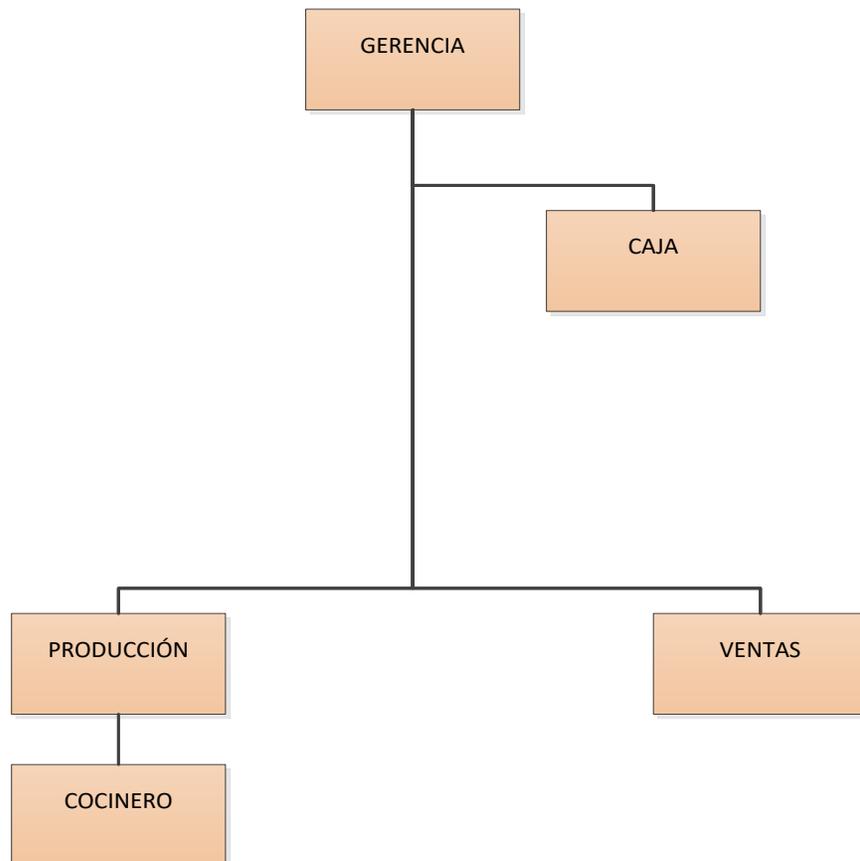


Figura 24. Organigrama estructural

4.4.1.10 Niveles Administrativos

El organigrama está compuesto por los siguientes niveles administrativos:

- **Nivel ejecutivo.** Está representado por la gerencia que es la que establece la planeación estratégica y operativa de la empresa, la definición de los objetivos y metas, los recursos presupuestarios, la formulación de políticas y otros componentes de tipo gerencial. Realiza el control, seguimiento de todo el personal de la empresa para alcanzar las metas.
- **Nivel administrativo medio.** En este nivel se localiza caja, que tiene como responsabilidad principal llevar la recaudación de los productos vendidos en la cafetería.
- **Nivel operativo.** Se encuentran las unidades organizacionales de producción conformada por el cocinero, el área de ventas representada por la cajera y mesero que cumplen las funciones principales de elaboración de los productos de cafetería y el servicio a los clientes.

4.4.1.11 Manual de funciones

El manual de funciones describe en forma específica las acciones que tiene que cumplir el personal de la empresa, para lo cual se consideró lo siguiente: nombre del cargo, descripción del cargo, perfil del cargo y funciones, con la finalidad de proporcionar a cada uno del personal el conocimiento de sus roles que tienen que cumplir para el desarrollo de los procesos, interactuar la comunicación, su integración y desarrollo.

Tabla 79
Puesto: Gerente



CAFETERÍA ESTILO RETRO

Cargo	Gerente
Descripción	Es la persona responsable de la planificación, organización, ejecución y controlar las actividades administrativas y financieras de la cafetería.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ing. Administración de empresas ✓ Experiencia de 3 años
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser el representante legal de la cafetería ✓ Dirigir las actividades administrativas, operativas y financieras de la cafetería ✓ Elaborar planes operativos de la cafetería para una operatividad ordenada en cumplimiento de sus objetivos ✓ Dar cumplimiento al reglamento de higiene y seguridad en el trabajo de la cafetería. ✓ Realizar el reglamento interno de la cafetería para aprobarlo en el Ministerio del Trabajo en el sistema SUT. ✓ Evaluar el desempeño del talento humano que labora en la cafetería. ✓ Elaborar el presupuesto de la cafetería en conjunto con la contadora. ✓ Realizar un programa de capacitación para el personal de la cafetería.

Tabla 80
Puesto: Chef



CAFETERÍA ESTILO RETRO

Cargo	Chef
Descripción	Será el responsable de la preparación y planificación de los menús de la cafetería.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Chef profesional ✓ Experiencia de 3 años en cargos similares ✓ Diseñar los productos que elaborará la empresa ✓ Establecer los menús para el diseño de cartas de pedidos ✓ Planificar y organizar los requerimientos de materias primas, insumos, normas de almacenaje: productos refrigerados, temperatura de almacenaje en seco. ✓ Gestionar los inventarios de materias primas e insumos para su control (entradas – salidas): peso, calidad, registro sanitario.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar a los meseros en el cumplimiento de las actividades y horarios de entrada – salida ✓ Distribuir las actividades de trabajo (carga de trabajo) según la capacidad operativa y frecuencia de llegada de clientes ✓ Preparar las carnes, panes, verduras según las guías técnicas y procesos establecidos. ✓ Controlar la gestión de mantenimiento, limpieza y desinfección de piso, equipos, mobiliario de cocina – bodega, área de clientes.

- ✓ Llevar el inventario de los equipos, mobiliario, vajilla, mantelería de la cafetería.
- ✓ Preparar las carnes, panes, verduras según las guías técnicas y procesos establecidos.
- ✓ Preparar las salsas y otros acompañamientos de los menús.
- ✓ Despachar las órdenes de pedidos de los clientes

Tabla 81
Puesto: Cajera

	<p style="text-align: center;">CAFETERÍA ESTILO RETRO</p>
Cargo	Cajera
Descripción	Es la persona responsable del manejo del dinero y de los cobros de los pedidos de los clientes de la cafetería.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bachiller ✓ Experiencia de 2 años
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener conocimiento de los menús que oferta la cafetería ✓ Revisar el saldo inicial de caja para iniciar la actividad diaria ✓ Atender a los clientes en el cobro de los pedidos realizados de acuerdo a los precios establecidos (carta) ✓ Establecer un registro diario de las ventas en forma lógica y sistemática ✓ Realizar el cuadro de caja todos los días ✓ Entregar el reporte diario de ventas a gerencia – contabilidad. ✓ Emitir las facturas respectivas a los clientes.

Tabla 82
Puesto: Mesero



CAFETERÍA ESTILO RETRO

Cargo	Mesero
Descripción	Es la persona responsable de tomar los pedidos y servir en las mesas donde los clientes se encuentren.
Perfil	<ul style="list-style-type: none">✓ Salonero✓ Experiencia de 3 años✓ Colocar la mantelería en las mesas de la cafetería para generar una buena impresión en los clientes de limpieza y orden.✓ Receptar los pedidos de los clientes y asesorar el tipo de bebida que queda con cada plato.✓ Tener el conocimiento de las cartas de los menús de la cafetería y los ingredientes de cada menú.
Funciones	<ul style="list-style-type: none">✓ Informar y asesorar a los clientes sobre los platos del día✓ Entregar los pedidos realizados por los clientes al área de cocina✓ Servir los menús pedidos por los clientes a sus respectivas mesas✓ Retirar los platos de las mesas cuando los clientes se hayan terminado de servir los alimentos✓ Limpiar las mesas y cambiar el mantel si es necesario, para el ingreso de nuevos clientes.

4.4.1.12 Mapa de procesos

Considerando el principio de la gestión administrativa por procesos se determinó el mapa de procesos compuesto de los macro procesos directivos o estratégicos, procesos agregados de valor (producción) y los procesos de apoyo. El mapa de procesos contribuirá a llevar a cabo las acciones y los pasos administrativos interrelacionado entre sus departamentos o áreas organizacionales que impacten en forma positiva en la consecución de las metas, el control, supervisión, y la mejora continua en la consecución de sus objetivos estratégicos y operativos.

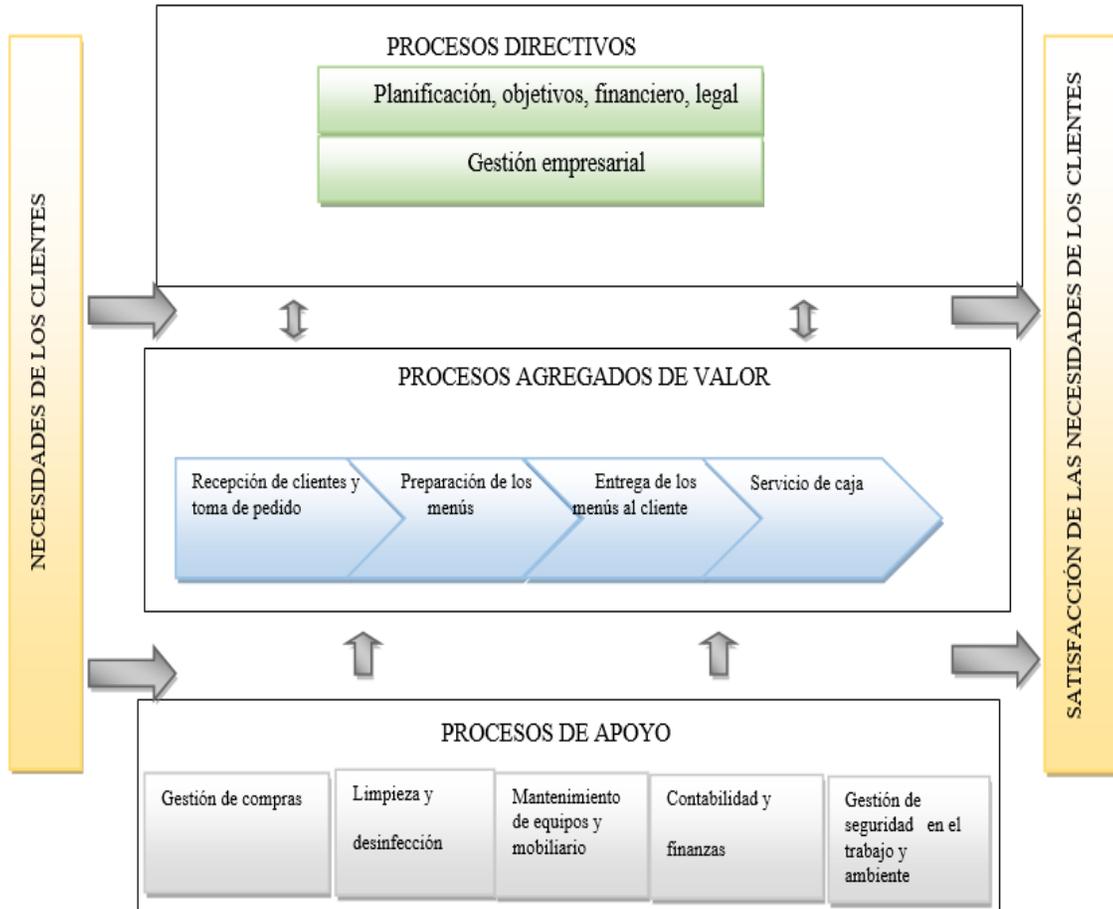


Figura 25. Mapa de procesos

- **Procesos directivos.** Está representado por la gerencia y son aquellos que proporcionan la planificación, la determinación de objetivos económicos financieros, la gestión empresarial.
- **Procesos agregados de valor (operativos).** Se consideran como los procesos de: recepción de clientes y toma de pedidos, preparación de productos, entrega del producto al cliente y servicios de caja destinados a la producción de los productos de cafetería y sus servicios.
- **Procesos de apoyo.** En los que consta los procesos de gestión de compras, mantenimiento de equipos y mobiliario, contabilidad y finanzas, gestión de seguridad y salud en el trabajo, ambiente, limpieza y desinfección.

4.4.1.13 Manual de cada proceso operativo con diagrama de flujo

A continuación, se procedió a describir y los procesos operativos de la cafetería estilo retro:

Tabla 83
Proceso de recepción de clientes



CAFETERÍA ESTILO RETRO

Macroproceso	Proceso agregado de valor	
Proceso	Recepción de clientes	
Código	PAV-001	
No.	Actividades	Responsable
1	Dar la bienvenida al cliente que visita la cafetería	Mesero
2	Elegir en que mesa de la cafetería se va a ubicar	Cliente
3	Entregar la carta de los productos de la cafetería	Mesero

4	Elegir el tipo de productos a servirse en la cafetería	Cliente
5	Informar la especialidad de la cafetería al cliente	Mesero
6	Si el cliente está de acuerdo con la especialidad de la cafetería realiza el pedido del mismo, caso contrario escoge otro tipo de producto.	Cliente
7	Tomar el pedido del cliente y entregarlo al área de cocina para su preparación	Mesero

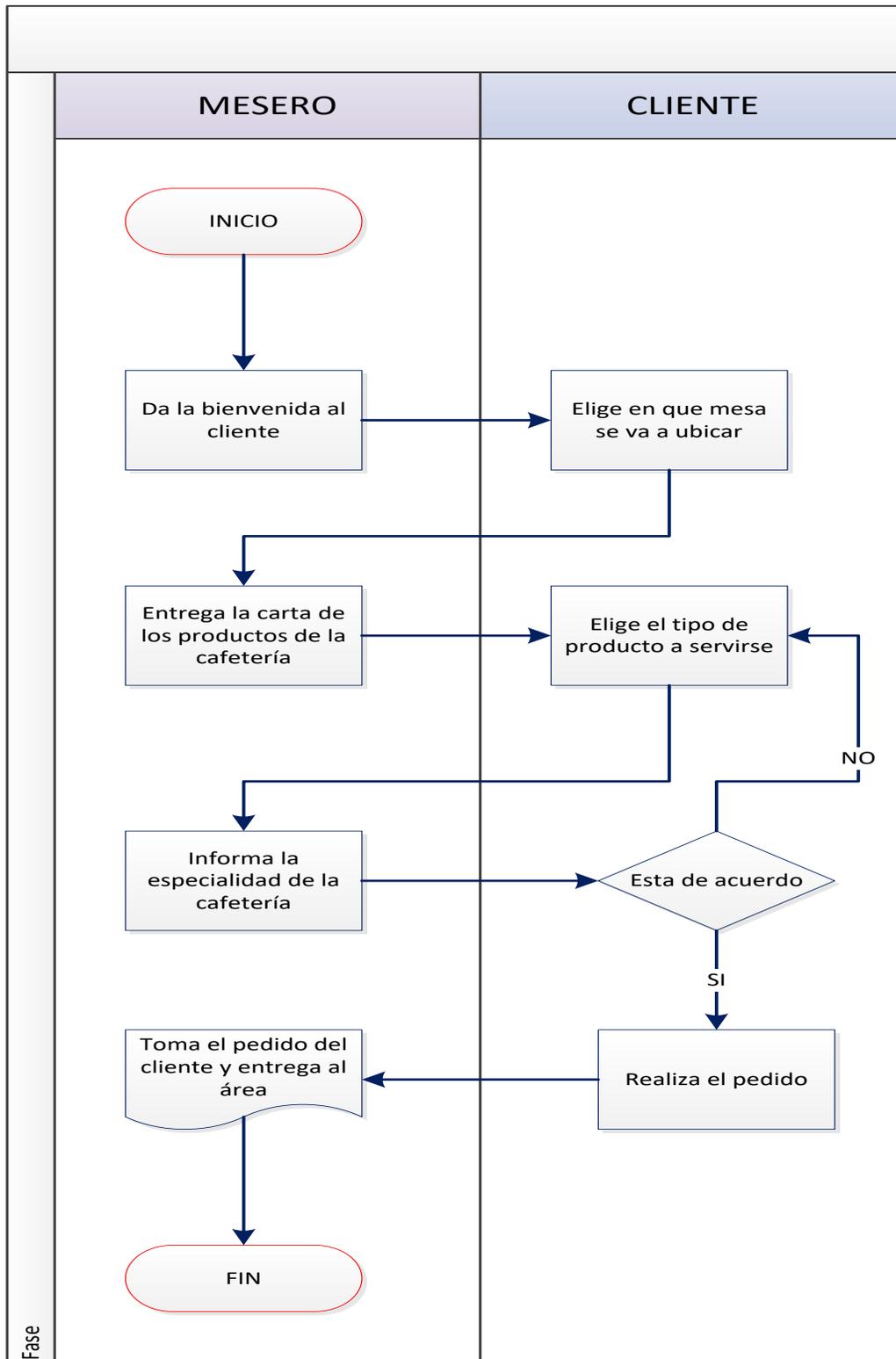


Figura 26. Proceso recepción de clientes

Tabla 84
Proceso de preparación de productos



CAFETERÍA ESTILO RETRO

Macroproceso	Proceso agregado de valor	
Proceso	Preparación de productos	
Código	PAV-003	
No.	Actividades	Responsable
1	Receptar la orden de pedido de los clientes que le entrega el mesero	Cocinero
2	Definir las materias primas e insumos que forman parte de los productos del pedido	Cocinero
3	Realizar la requisición de materias primas e insumos de la bodega como: pan, verduras, embutidos, otros, según el tipo de orden de pedido aplicando normas de higiene	Cocinero
4	Formular tiempos de trabajo que son necesarios para elaborar los productos	Cocinero
5	Preparar el mise-place para la elaboración de los productos del pedido: cantidades de materias primas e insumos (ingredientes)	Cocinero
6	Preparar los productos según la orden de pedido de los clientes	Cocinero
7	Realizar el montaje de los productos preparados	Cocinero
8	Entregar los productos preparados según el pedido al mesero	Cocinero
9	Retirar los productos y entregar a los clientes en sus respectivas mesas	Mesero

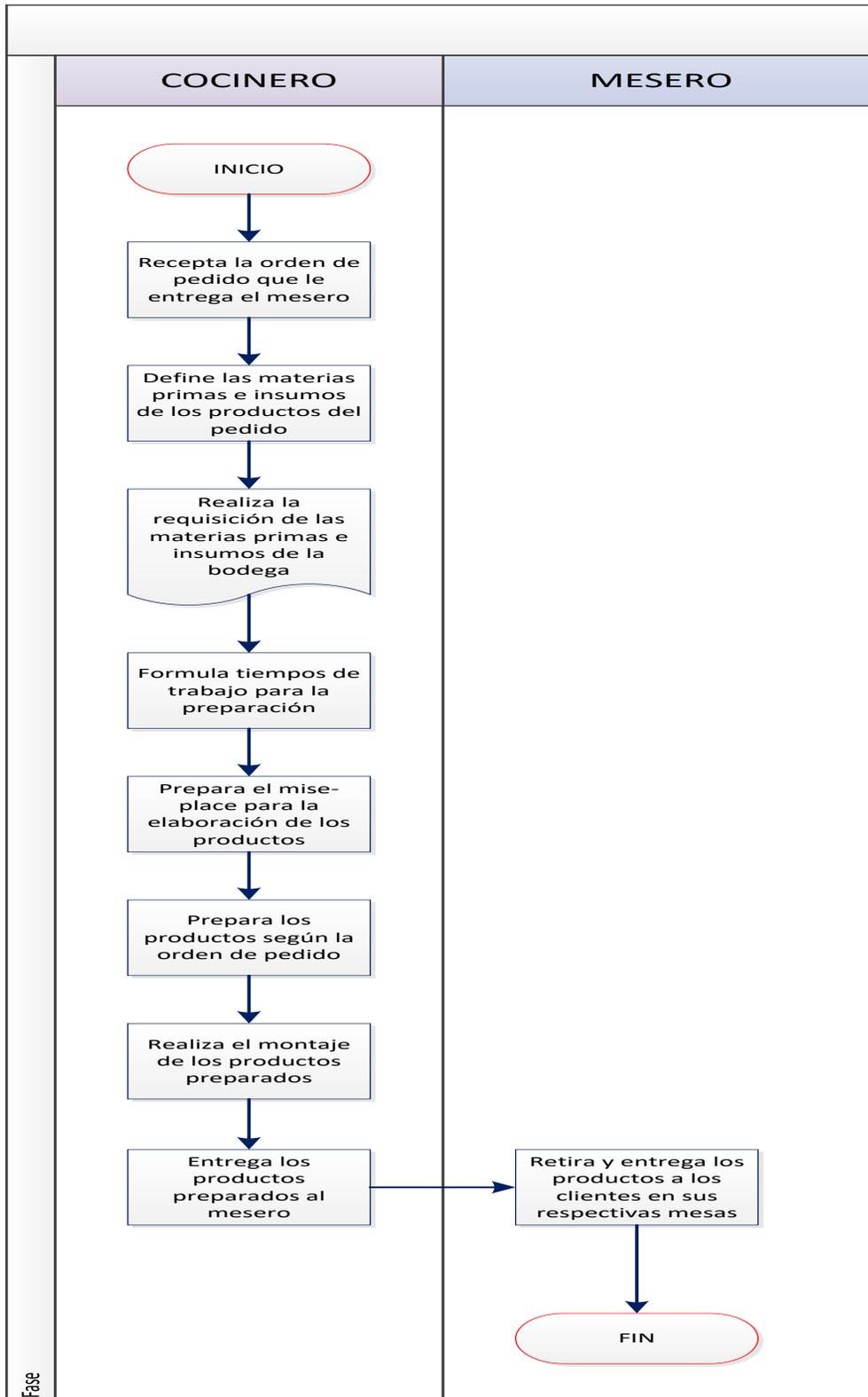


Figura 27. Proceso de preparación de productos

Tabla 85
Proceso de entrega de productos al cliente



CAFETERÍA ESTILO RETRO

Macroproceso	Proceso agregado de valor	
Proceso	Entrega de productos al cliente	
Código	PAV-004	
No.	Actividades	Responsable
1	Entregar los productos de cafetería solicitados por el cliente al mesero	Cocinero
2	Colocar los productos de la orden en el charol siguiendo criterios de seguridad y ubicación adecuada	Mesero
3	Servir a los clientes los productos solicitados de acuerdo al pedido garantizando su satisfacción de servicio	Mesero
4	Brindar toda la atención que el cliente requiera durante su estancia en la cafetería	Mesero
5	Entregar la factura al cliente de los productos solicitados para que realice el pago en caja	Mesero
6	Retirar la vajilla usado por los clientes de la mesa y llevar a la cocina	Mesero
7	Limpiar las mesas y sillas usadas por los clientes	Mesero

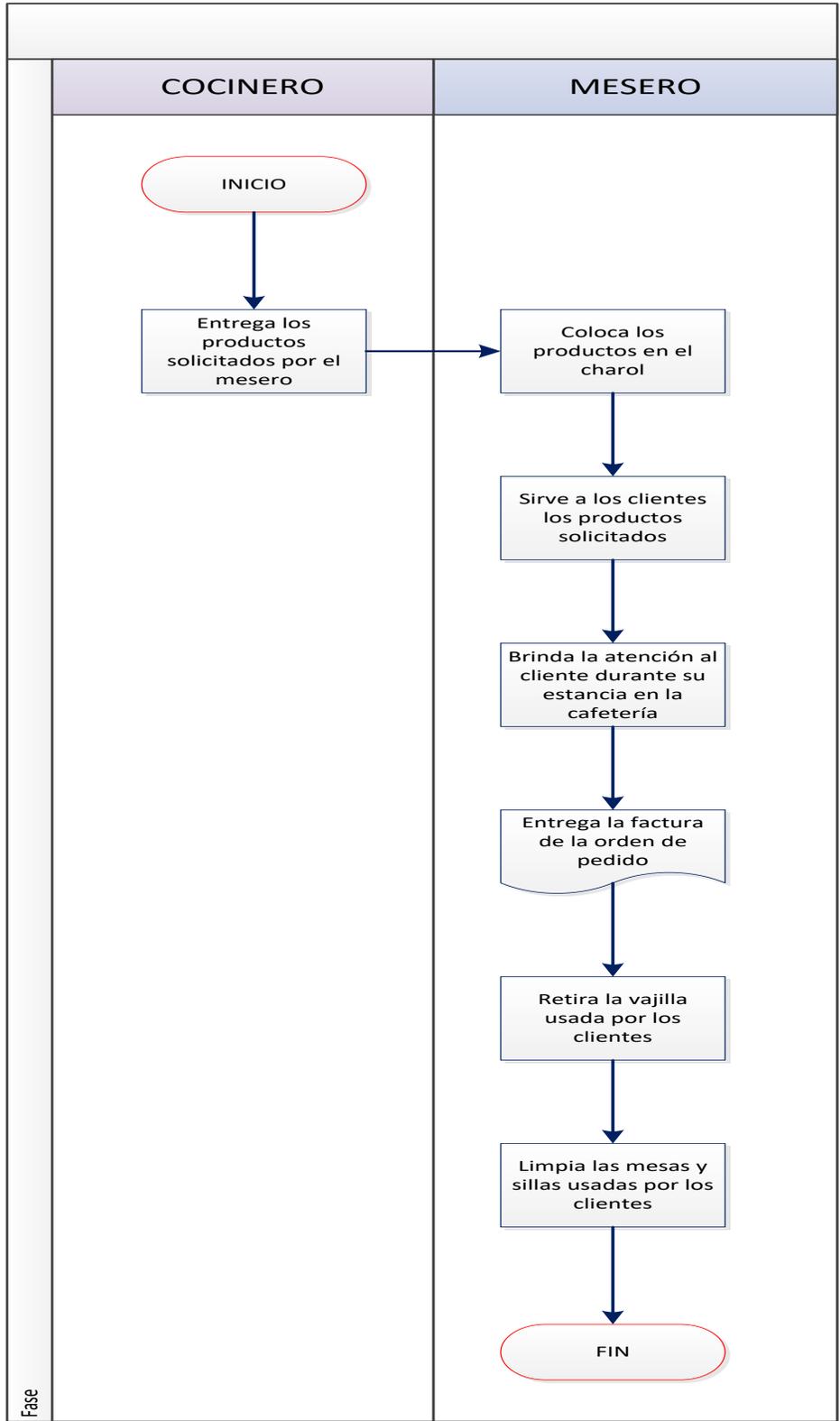


Figura 28. Proceso de entrega de productos al cliente

Tabla 86
Proceso de servicios de caja



CAFETERÍA ESTILO RETRO

Macroproceso	Proceso agregado de valor	
Proceso	Servicios de caja	
Código	PAV-005	
No.	Actividades	Responsable
1	Receptar la orden de pedido para emitir la factura del mismo	Cajera
2	Realizar las operaciones contables necesarias para establecer la cuenta a cobrar del pedido (productos – consumidor)	Cajera
3	Emitir la factura para entregar al mesero y este a su vez al cliente para su conocimiento de pago	Cajera
4	Recibir la factura y realiza el pago del consumo	Cliente
5	Realizar el cobro del consumo en efectivo o tarjeta de crédito	Cajera
6	Verificar la conformidad del pago del cliente en relación a la factura o recibimiento de cambio si existiera	Cajera
7	Ingresar los valores económicos a caja para su contabilidad y control	Cajera

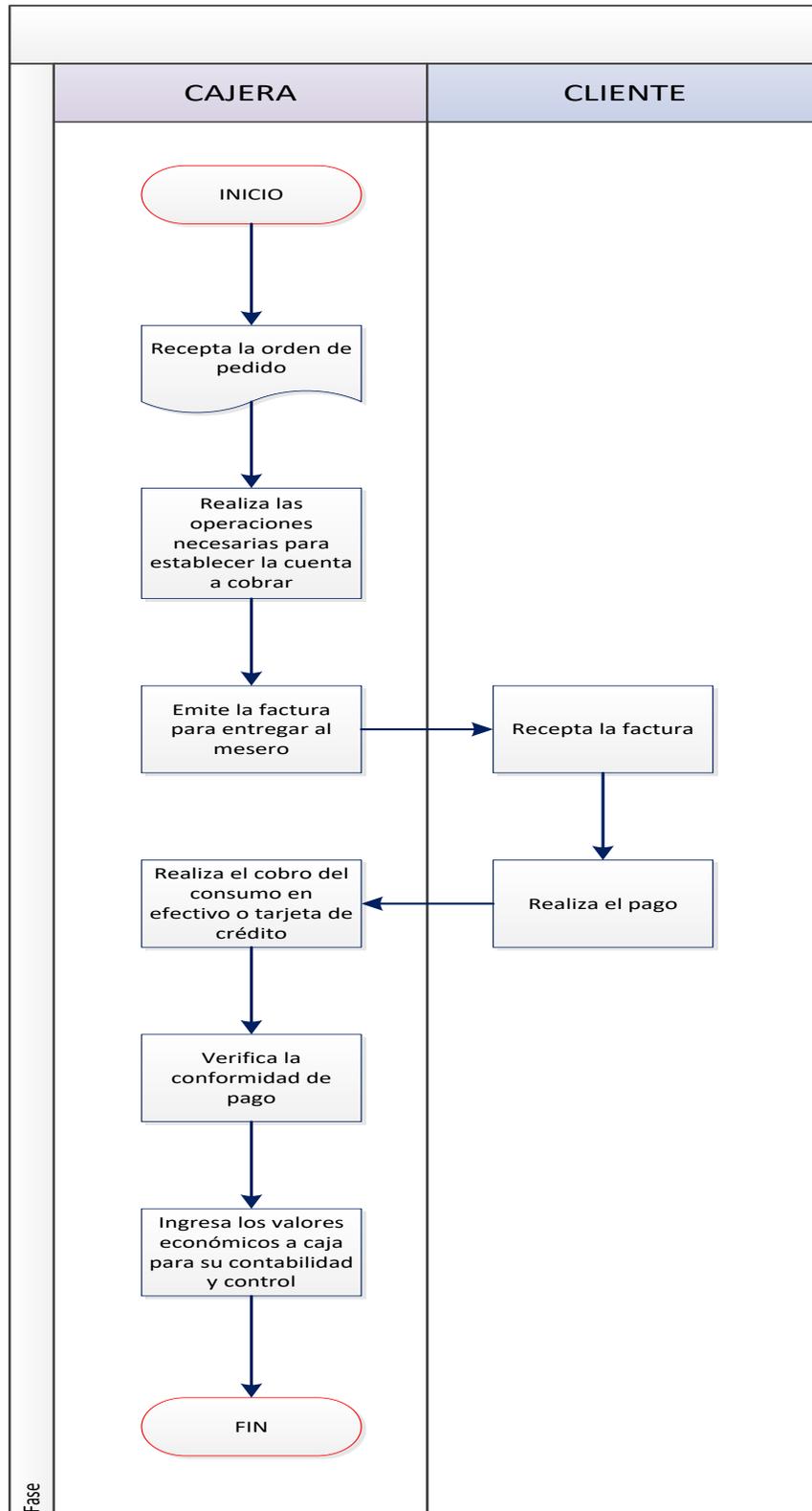


Figura 29. Proceso servicios de caja

4.4.2 Constitución Jurídica

La Cafetería Retro se constituirá como una Persona Natural en la que el propietario ejerce criterios independientes de los procesos y productos de cafetería que elaborará y comercializará a distintos tipos de clientes, de manera que se considere un emprendimiento unipersonal, como micro unidad productiva.

4.4.2.1 Nombre o razón social

El nombre de la cafetería será, *Cafetería Retro*.

4.4.2.2 Figura Jurídica

La cafetería se constituirá como persona natural y estará a nombre de la propietaria del negocio, en este caso a nombre de María Cristina Díaz Erazo, que asume los derechos y obligaciones de la empresa.

4.4.2.3 Domicilio

La ubicación de la cafetería retro estará ubicada, en la Av. Atahualpa y Miguel Leoro, dirección que se encuentra en el centro de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

4.4.3 Requisitos legales y tributarios para el funcionamiento

Para el correcto funcionamiento del proyecto este debe cumplir con ciertos requisitos legales como son;

4.4.3.1 Registro Patronal

Los requisitos para el registro patronal vía correo electrónico en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) se deben seguir los siguientes pasos:

- Cédula de ciudadanía o identidad
- Formulario de solicitud de clave patronal
- Acuerdo de responsabilidad y uso de la información

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) para personas naturales y jurídicas.

4.4.3.2 RUC

Para obtener el Registro Único de Contribuyentes en línea en la página del SRI se debe seguir los siguientes pasos:

- Ingresar a la herramienta de registro en línea
- Aceptar términos y condiciones
- Ingresar información general del contribuyente
- Ingresar medios de contacto
- Ingresar dirección de domicilio
- Ingresar dirección del establecimiento matriz
- Ingresar actividades económicas
- Ingresar actividad económica principal
- Resumen información ingresada
- Confirmación de inscripción del RUC

4.4.3.3 Permiso del Ministerio de Turismo

La Cafetería Retro se ajustará al Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas del Acuerdo Ministerial 53 del 5 de octubre del 2018, del Ministerio de Turismo, que es la que regula, clasifica, categoriza, controla los requisitos para el ejercicio turístico de alimentos y bebidas a nivel nacional, así como a las disposiciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra que compete el control de estas actividades comerciales de preparación de alimentos y bebidas, destinado al consumo humano. La cafetería retro observará y cumplirá con lo que dispone el Art. 5.- Derechos de los usuarios o consumidores del Capítulo II del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas y el Art. 7.- Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas. En el

cumplimiento del Art. 8 de este reglamento requisitos para la obtención del registro se cumplirá con lo siguiente:

- a) Constitución del negocio
- b) Detalle del inventario valorado de los activos fijos para el ejercicio de la actividad comercial
- c) RUC o RISE según corresponda.
- d) Pago del 1 por mil sobre el valor de activos fijos.
- e) Certificado de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el GAD de Ibarra
- f) Documentación que habilite la situación legal del local (arrendado, anticresis, cedido o propio).

Con estos requisitos el Ministerio de Turismo gestionará la obtención del registro de la cafetería retro, su clasificación y categorización en un plazo de 30 días.

4.4.3.4 Licencia Única de Funcionamiento Anual

Para obtener la licencia única de funcionamiento anual, se ajustará a lo dispuesto en el Art. 12 del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas y será realizado de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, para lo cual se cumplirá con lo siguiente:

- a) Registro de categorización otorga por el Ministerio de Turismo
- b) Certificado de encontrarse al día en las contribuciones establecidas por el Ministerio de Turismo
- c) Permiso de Bomberos
- d) Patente Municipal
- e) Tener pagado la tasa de turismo

f) Permiso sanitario expedido por la Jefatura de Salud de Ibarra

4.4.3.5 Permiso ambiental

El permiso ambiental es otorgado ambiental del Gobierno Provincial de Imbabura, a través del Sistema Único de Información Ambiental (SUIA) de acuerdo a la Ordenanza que Regula la Gestión Ambiental de la provincia de Imbabura del 6 de febrero del 2016, que establece mecanismos de seguimiento, control ambiental a las actividades económicas para la prevención ambiental.

Según el Catálogo de Categorización Ambiental Nacional (CCAN) las cafeterías se encuentran en el código 72.2.2.1.2, y pertenece a la categoría I que corresponde al “Permiso Ambiental”. Para obtener el permiso ambiental (categoría I) se requiere de:

- a) RUC
- b) Ubicación geográfica donde se ubica la actividad económica (cafetería) en el que se incluye coordenadas UTM.
- c) Certificado de los Bomberos
- d) Patente Municipal

Descargar la guía de buenas prácticas ambientales que está disponible en la página web del SUIA.

CAPÍTULO V

5 VALIDACIÓN

Introducción

La validación es considerada como un proceso clave para la puesta en práctica del estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, mediante una revisión holística y sistémica de los capítulos o componentes: fundamentación teórica, metodología, diagnóstico, estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional.

La validación fue realizada por los docentes que tienen experiencia y son expertos en el contexto de proyectos de factibilidad, utilizando un método cualitativo para asignar una calificación específica de cada uno de los capítulos, considerando los criterios: factible, medianamente factible y no factible, generando una validez al contenido de la investigación.

Objetivo

Realizar la validación del estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, midiendo la consistencia de sus capítulos estableciendo la factibilidad del proyecto.

5.1 Equipo de trabajo

El proceso de validación está conformado por: docente tutora, docentes técnicos, quienes tienen la responsabilidad de evaluar de manera cualitativa los criterios de factibilidad del proyecto.

El equipo de trabajo es el siguiente:

Tabla 87
Equipo de Trabajo

DOCENTES TÉCNICOS
MSc. Luis Calderón
MSc. Marlon Pineda
DOCENTE TUTORA
Ing. Ligia Beltrán
AUTORA
María Cristina Díaz Erazo

Fuente: Oficio 381-HCD

5.2 Metodología de verificación

El proceso de validación utilizo la siguiente metodología de verificación: factores a validar que son los capítulos del proyecto de factibilidad correlacionando con el factor para validar, el método de calificación utilizando los criterios: factible, medianamente factible, no factible y el rango de interpretación que es la calificación respectiva.

5.2.1 Factores a validar

Los capítulos a validar del estudio de factibilidad son: fundamentación teórica, metodología, diagnóstico y propuesta donde están inmersos el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio organizacional, determinando los criterios específicos a validar en cada uno de los capítulos.

Tabla 88
Factores a validar

CAPITULO	ELEMENTOS A VALIDAR
I. Fundamentación Teórica	Sustentación técnica de la investigación
II. Procedimientos metodológicos	Tipo de investigación, métodos utilizados, tipo de muestreo, técnicas e instrumentos utilizados.
III. Diagnóstico	Formulación de la oportunidad diagnóstica
IV. Propuesta	Identificación del mercado y demanda potencial, oferta, proyecciones
❖ Estudio de Mercado	Formulación de las estrategias de comercialización Localización del proyecto: macro y microlocalización
❖ Estudio Técnico	Determinación del tamaño del proyecto, capacidad instalada Ingeniería del proyecto, inversión del proyecto Determinación del presupuesto de ingresos Definición de costos y gastos proyectados
❖ Estudio Financiero	Estructura de los estados financieros presupuestados Determinación de la evaluación financiera Análisis de sensibilidad
❖ Estudio Organizacional	Estructura organizacional y funcional de la microempresa

Fuente: Investigación Directa

5.2.2 Método de calificación

La metodología de calificación de cada capítulo, considerando sus aportaciones técnicas, científicas, fue de carácter cualitativo, con la siguiente escala:

- **Factible.** Esta calificación determina que el estudio de factibilidad tiene viabilidad desde el punto de vista de: mercado, técnico, ingenieril y financiero.
- **Medianamente factible.** Este criterio significa que se pueden formular estrategias para fortalecer y mejorar ciertos aspectos que disminuyan la sensibilidad y el riesgo de la ejecución del proyecto.
- **No factible.** Considera que el proyecto no tiene sustentación de mercado, técnico, ingenieril y financiero, es decir tiene alta sensibilidad a escenarios negativos, por lo que no es recomendable la puesta en marcha del proyecto.

5.2.3 Rango de interpretación

Los criterios de interpretación asignado a los capítulos y a los factores a validar por cada uno de estos tienen los siguientes rangos de calificación (escala de likert):

Tabla 89
Rangos de interpretación

INTERPRETACIÓN	RANGOS
Factible	90% - 100%
Medianamente factible	70% - 89.99%
No factible	Menor - 70%

Fuente: Investigación Directa

Los porcentajes asumidos para cada uno de los factores o capítulos según el nivel de relevancia de cada uno son como muestra la siguiente tabla:

Tabla 90
Porcentaje de validación

ELEMENTOS		PORCENTAJE
I.	Fundamentación Teórica	5%
II.	Metodología	5%
III.	Diagnostico	5%
IV.	Propuesta	
	• Estudio de Mercado	25%
	• Estudio Técnico	25%
	• Estudio Financiero	25%
	• Estudio Organizacional	10%
TOTAL		100%

Fuente: Investigación Directa

5.3 Resultados

Considerando los elementos de validación que está integrada por el equipo técnico, del cual se obtendrá los resultados de la evaluación del proyecto en base a la metodología de verificación y rango de interpretación del estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, se tiene las siguientes matrices de validación:

Tabla 91*Matriz de validación: directora de tesis*

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
CAFETERÍA ESTILO RETRO					
VALIDADO POR: MSc. Ligia Beltrán					
FECHA: 17 de junio del 2021					
CAPITULO	ELEMENTOS	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	Fundamentación Teórica	5%	9	0,45	
II	Procedimientos Metodológicos	5%	9	0,45	
III	Diagnóstico	5%	9	0,45	
	Estudio de Mercado	25%	9	2,25	
IV	Estudio Técnico	25%	9	2,25	
	Estudio Financiero	25%	9	2,25	
	Estudio Organizacional	10%	9	0,90	
TOTAL		100%		9,00	
FIRMA					

Tabla 92

Matriz de validación: Oponente 1

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA ESTILO RETRO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

Validado por: MSc. Luis Calderón Ayala

Fecha: 03 de junio del 2021

Capítulo	Elementos	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación Teórica	5%	10	0,5	
II	Procedimientos Metodológicos	5%	10	0,5	
III	Diagnóstico	5%	10	0,5	
	Estudio de Mercado	25%	10	2,5	
IV	Estudio Técnico	25%	8	2	Estructura de Costos y precios
	Estudio Financiero	25%	8	2	Criterio Técnico Capital de Trabajo
	Estudio Organizacional	10%	10	1	
Total		100%	66	9	

Firma: _____

Tabla 93**Matriz de validación: Oponente 2**

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
CAFETERÍA ESTILO RETRO					
VALIDADO POR: MSc. Marlon Pineda					
FECHA: 12/06/2021					
CAPITULO	ELEMENTOS	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	Fundamentación teórica	5%	10	0,5	
II	Procedimientos Metodológicos	5%	10	0,5	
III	Diagnóstico	5%	10	0,5	
	Estudio de Mercado	25%	9	2,25	
IV	Estudio Técnico	25%	9	2,25	
	Estudio Financiero	25%	9	2,25	
	Estudio Organizacional	10%	8	0,8	
TOTAL		100%		9,05	
FIRMA					

Ac

Tabla 94
Resultados

MATRIZ DE VALIDACIÓN							
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD							
CAFETERÍA ESTILO RETRO							
ELEMENTOS A VALIDAR	%	MSC. LIGIA BELTRÁN	MSC. LUIS CALDERÓN	MSC. MARLON PINEDA	PROMEDIO	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación Teórica	5%	0,45	0,50	0,50	0,48	4,80%	
Procedimientos Metodológicos	5%	0,45	0,50	0,50	0,48	4,80%	
Diagnóstico	5%	0,45	0,50	0,50	0,48	4,80%	
Estudio de Mercado	25%	2,25	2,50	2,25	2,33	23,30%	
Estudio Técnico	25%	2,25	2,00	2,25	2,17	21,70%	
Estudio Financiero	25%	2,25	2,00	2,25	2,17	21,70%	
Estudio Organizacional	10%	0,90	1,00	0,8	0,90	9,00%	
TOTAL	100%	9,00	9,00	9,05	9,01	90,1%	

5.3.1 Calificación e interpretación

Los resultados de validación del estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, efectuado por el equipo técnico de docentes, se determina un resultado de 90,01 % estableciéndose que existe factibilidad positiva desde el punto de vista de los componentes que tiene el proyecto, para su aplicabilidad.

CONCLUSIONES

- Del análisis del diagnóstico situacional se determinó aliados como materia prima e insumos disponibles, alto crecimiento comercial en la ciudad de Ibarra; oportunidades como leyes que apoyan emprendimientos, por lo cual existe la oportunidad de crear una microempresa que proporcione servicios de cafetería con un estilo diferente.
- El estudio de mercado indica que existe un mercado meta de 14.832 productos de cafetería, una demanda actual de 751.302 productos de cafetería. Se proyecta una demanda de 767.756 productos de cafetería para el año 2020, a una tasa de crecimiento poblacional del 2,19%. Se determina la oferta de los productos de cafetería de 569.088 al año, la proyección de la oferta es de 581.551 productos de cafetería. La demanda insatisfecha es de 186.204 productos por lo cual el proyecto captará el 11,06% que equivale a 20.592 productos de cafetería al año.
- En el estudio técnico se determina que la microlocalización ideal de la cafetería estilo retro es en la Av. Atahualpa y Miguel Leoro. La capacidad operativa que tendrá la cafetería estilo retro es de 20.592 productos al año. La inversión del proyecto es de \$27.369,03, de la cual el 20% que son \$5.473,81 es por recursos propios y el 80% que son \$21.895,22 será por medio de un crédito en el Banco del Pacifico.
- En el estudio financiero, las proyecciones de los ingresos, costos y gastos y la estructura de los estados financieros, determinan que los flujos netos de efectivo actualizados a una tasa de rendimiento medio generan un VAN de \$11.820.39, la TIR es del 19,01% superando a la tasa de rendimiento medio (6,10%). El Beneficio costo es de \$1,43, el tiempo o periodo de recuperación de la inversión es de 4 años, 1 mes y 11 días, lo que demuestra que el proyecto es realizable desde el punto de vista financiero. Del análisis de

sensibilidad con un escenario negativo (riesgo) del 10% de incremento en los costos directos se obtiene que los indicadores: VAN, TIR, B/C, PRI se mantienen positivos por lo que no representan un riesgo o nivel de sensibilidad para la viabilidad del proyecto.

- Los resultados del estudio organizacional, muestran que la cafetería estilo retro será bajo la denominación persona natural, el nombre comercial es CAFETERÍA RETRO, para su operatividad óptima se desarrolló la estructura organizativa, la definición de funciones, descripción de los procesos operativos y los requisitos legales y tributarios para su funcionamiento.

RECOMENDACIONES

- Los factores del macro entorno tienen que ser aprovechados porque ejercen una influencia positiva en la creación de la cafetería estilo retro en la ciudad de Ibarra, factores que condicionan en forma positiva para el desarrollo de este tipo de emprendimiento.
- Aplicar las estrategias de marketing mix, que garantice llegar al mercado meta, persuadir en forma positiva a los usuarios, fortalecer la marca y sus productos para alcanzar las metas comerciales, los ingresos proyectados de la cafetería retro, el crecimiento y ventaja competitiva.
- Asegurar que las instalaciones físicas de la cafetería estilo retro, en cuanto a ubicación de mobiliario, ambientación, cumpla con los niveles técnicos y legales requeridos por el Ministerio de Turismo, que permita una estabilidad en su funcionamiento.
- Se deberá desarrollar un sistema de costos unitarios por producto, que permita una estandarización y una óptima planificación y control, para alcanzar las metas con eficacia, eficiencia, y maximizar la rentabilidad, productividad, que se constituya en una base sólida para mantener los indicadores financieros positivos que conlleven menores riesgos en la operatividad de la cafetería retro.
- Cumplir con la estructura organizacional, funcional propuesta para la cafetería estilo retro, aplicando el principio de mejora continua en sus procesos, para cumplimiento de sus objetivos y metas, satisfacción en los clientes, flexibilidad de responder a las expectativas y cambios del mercado, dotándole de componentes de supervivencia y óptimo desempeño en el uso de sus recursos.

BIBLIOGRAFÍA

- Arenal, C. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados: UF1780*. Editorial Tutor Formación.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación (3a. ed.)*. Grupo Editorial Patria.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *No La economía ecuatoriana decreció 2,4% en el primer trimestre de 2020*.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales (4a. ed.)*. Pearson Educación.
- Bernal, F. (2017). *Análisis de estados financieros*. Pearson Ediciones.
- Bologna, E. (2018). *Métodos estadísticos de investigación*. Brujas Editorial.
- Cantos, E. (2015). *Diseño y gestión de microempresas (1st ed.)*. Corporación para el Desarrollo de la Educación Universitaria - CODEU.
- Carrón, A. (2019). *Preparación y servicio de comidas rápidas en el bar. UF0061*. Editorial Tutor Formación.
- De toro, J. M., & Villanueva, J. (2017). *Marketing estratégico*. EUNSA.
- Dos Santos, M. (2017). *Investigación de mercados: manual universitario*. Díaz de Santos Ediciones.
- El Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2020). *Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas: Básica y Vital*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2020/Febrero-2020/1.Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_feb_2020.pdf
- GAD Municipal de San Miguel de Ibarra. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SAN MIGUEL DE IBARRA 2015 - 2023*.

- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores* (1st ed.). Ediciones de la U.
- Gilli, J. J. (2017). *Claves de la estructura organizativa*. Ediciones Granica.
- González, A., Alba, F., & Meré, J. (2014). *Ingeniería de proyectos*. Dextra Edición.
- Gutiérrez, H. (2016). *Estrategias de muestreo: diseño de encuestas y estimación de parámetros*. Ediciones de la U.
- INEC. (2010). *Población y tasas de crecimiento intercensal de 2010-2001-1990 por sexo, según parroquias*. 63.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2018). *Proyección de población provincial según años en grupos de edades por áreas y por sexo*.
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>.
- Lavalle, B. (2017). *Análisis financiero*. Editorial Digital UNID.
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto* (5a. ed.). Ecoe Ediciones.
- Ley de fomento productivo. (2018). *Ley de Fomento Productivo Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal*.
- Lorca, E., & Chacón, A. (2016). *Servicio básico de restaurante-bar: MF0257_1*. Cano Pina.
- Martínez, G. (2018). *Control de la actividad económica del bar y cafetería. HOTR0508* (2a. ed.). Editorial IC.
- Meza, S., Zárate, J., & Batista, J. (2019). *Investigación en el desarrollo de proyectos*. Grupo Editorial Éxodo.
- Mias, C. (2018). *Metodología de investigación, estadística aplicada e instrumentos neuropsicología: guía práctica para investigación*. Editorial Brujas.

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2016). *Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información del Ecuador 2016-2021*.

Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile. RIL editores.

Orac, A. (2016). *Vinos, otras bebidas alcohólicas, aguas, cafés e infusiones: UF0847*. IC Editorial.

Pacheco, C. E., & Pérez, G. J. (2018). *Proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Pérez, F. (2017). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa: UF1819*. Editorial CEP, S.L.

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra. (2015). *Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra*.

Proyecto de Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2019). *Asamblea Nacional del Ecuador*.

Puentes, G. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios (2a. ed.)* (2nd ed.). Ecoe Ediciones.

Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Rojas, M. (2016). *Evaluación de proyectos para ingenieros* (2nd ed.). Ecoe Ediciones.

Saltos, G., Pelegrin, N., & Garcia, R. (2017). *LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA VINCULACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA-GOBIERNO EN EL ECUADOR Y SU INFLUENCIA SOCIAL* / Saltos Briones / REFCaIE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa. ISSN 1390-9010.

<https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/1794/978>

Schnarch, A. (2020). *Marketing para emprender*. Ediciones de la U.

Vázquez, A. (2015). *Las nuevas formas del desarrollo*. Antoni Bosch.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Objetivo: Recopilar información para la creación de una cafetería temática estilo retro en la ciudad de Ibarra.

Indicaciones: Marque con un ✓ la respuesta de su elección.

Datos:

Sexo: M

Edad:

<input type="checkbox"/>	18 a 25
<input type="checkbox"/>	26 a 33
<input type="checkbox"/>	34 a 41
<input type="checkbox"/>	42 a 49
<input type="checkbox"/>	50 o más

1) ¿Con qué frecuencia visita usted una cafetería?

<input type="checkbox"/>	Una vez a la semana
<input type="checkbox"/>	Dos veces a la semana
<input type="checkbox"/>	Una vez al mes
<input type="checkbox"/>	Dos veces al mes
<input type="checkbox"/>	Diariamente
<input type="checkbox"/>	Nunca

2) ¿Qué clase de café prefiere o le gustaría consumir?

<input type="checkbox"/>	Café expreso
<input type="checkbox"/>	Capuchino
<input type="checkbox"/>	Café Latte
<input type="checkbox"/>	Café americano
<input type="checkbox"/>	Café moka
<input type="checkbox"/>	Tradicional
<input type="checkbox"/>	Otro

3) ¿Cuándo usted acude a una cafetería que es lo que generalmente consume a más del café? (Elegir 2 opciones)

<input type="checkbox"/>	Sándwiches	<input type="checkbox"/>	Picaditas	<input type="checkbox"/>	Bebidas calientes
<input type="checkbox"/>	Bebidas frías	<input type="checkbox"/>	Platos fuertes	<input type="checkbox"/>	Postres
<input type="checkbox"/>	Otros				

4) ¿Con qué frecuencia consume los siguientes alimentos?

Alternativa	Cafés	Sándwiches	Picaditas	Postres
1 vez a la semana				
Cada 15 días				
Cada 2 meses o más				
Nunca				

5) ¿Determine dos características importantes que cree que debe contar la cafetería?

<input type="checkbox"/>	Calidad del servicio	<input type="checkbox"/>	Decoración del lugar
<input type="checkbox"/>	Ubicación	<input type="checkbox"/>	Precios
<input type="checkbox"/>	Presentación del producto	<input type="checkbox"/>	Variedad de productos
<input type="checkbox"/>	Atención	<input type="checkbox"/>	Otros

6) ¿Con quién suele ir acompañado a estos sitios?

<input type="checkbox"/>	Solo	<input type="checkbox"/>	Familia
<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>	Pareja

7) ¿De las siguientes cafeterías, a cuál acude usted frecuentemente?

<input type="checkbox"/>	Botica Café
<input type="checkbox"/>	Olor a Café
<input type="checkbox"/>	La hacienda Café
<input type="checkbox"/>	Molino Café
<input type="checkbox"/>	Casa Blanca Café
<input type="checkbox"/>	Otro

8) ¿Cómo califica el servicio que ofrece las cafeterías que ha visitado?

<input type="checkbox"/>	Excelente
<input type="checkbox"/>	Bueno
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Malo

9) ¿Cuál es el promedio que suele gastar en una visita a una cafetería?

 5-10 10-15 15 en adelante

10) ¿Le gustaría ir a una cafetería temática estilo retro, que ofrezca una decoración y ambiente diferente?

 Si
 No

11) ¿Si tuviese la oportunidad de celebrar su cumpleaños o fechas importantes lo haría en una cafetería temática con estilo retro?

 Si
 No
 Talvez

12) ¿Qué otro servicio le gustaría que tenga el establecimiento?

 Música en vivo
 Internet
 Parqueadero
 Otro

13) ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las actividades que se desarrollarían en la cafetera?

 Radio
 Redes sociales
 Televisión
 Prensa escrita
 Volantes

GRACIAS POR SU AYUDA

Anexo 2. Formato de encuesta cafeterías



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENCUESTA APLICADA A LAS CAFETERÍAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

Objetivo: Definir la oferta actual de los productos de cafetería que más se comercializan en la ciudad de Ibarra.

Datos generales

Nombre de la cafetería:

Dirección:

1. ¿En su local que productos de cafetería son los que más comercializa?

- Sándwiches ()
- Picaditas ()
- Cafés ()
- Bebidas frías ()
- Postres ()
- Platos fuertes ()

2. ¿Cuántos sándwiches aproximadamente comercializa en forma semanal en su local?

.....

3. ¿Cuántos cafés aproximadamente comercializa en forma semanal en su local?

.....

4. ¿Cuántas picaditas comercializa aproximadamente semanalmente en su local?

.....

5. ¿Cuántos postres aproximadamente comercializa en su local semanalmente?

.....

Anexo 3. Proforma

ITALDESIGN[®]
VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

Quito, 11/12/2020 **PROFORMA 11122020 C**

SEÑORA: MAIL: christina.90@hotmail.com
Cristina Diaz **TELEF:** 0998226043

Presente:

Estimada, reciba un atento saludo.

A continuación, detallo los siguientes equipos:

MARCA FIMAR ITALIANA

CREPERA SIMPLE

DESCRIPCION: Máquina para realizar crepes con placa antideslizante y antiadherente para tener crepes perfectas en poco tiempo.

CARACTERISTICAS:

- Potencia: 2750 W
- Alimentación eléctrica: 220v/60Hz
- Temperatura: 50-300°C
- Diámetro de plato: 40 cm
- Medidas: 400 x 470 x 120 mm
- Peso: 18 Kg
- Tiempo de cocción: 1-3 min



VALOR \$ 735,00 + IVA 12 %

www.italdesign.com.ec

Matriz: Quito
NHUJ 141 y 6 de
Diciembre
02 292 0251/208

Sucursal Guayaquil
Circunvalación Sur 626,
Entre Ficus y Los Montes
04 510 5137

ITALDESIGN[®]
VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

MARCA FIMAR-EASYLINE ITALIANA

COCINA DE INDUCCIÓN MODELO PFD35N

DESCRIPCION: Máquina con sistema de cocción a través de inducción de calor de la placa al recipiente (metálico).

CARACTERISTICAS:

- Potencia: 3.5 Kw
- Alimentación eléctrica: 220v/60Hz
- Diámetro placa: 140-220 mm
- Medidas: 343 x 440 x 120 mm
- Peso: 11 Kg
- Placa de vitrocerámica
- Funcionamiento con modo potencia.
- Temporizador digital



VALOR \$368,00 + IVA 12 %

MARCA FIMAR ITALIANA

PLANCHA ELÉCTRICA MODELO PE35LN

DESCRIPCION: Máquina para cocinar y calentar carne, pescados, huevos, verdura, queso, tostadas, bocadillos. Placa de cocción de hierro fundido arenado que permite mantener la temperatura.

CARACTERISTICAS:

- Potencia: 2.2 Kw
- Alimentación eléctrica: 220v/60Hz
- Medidas placa: 340 x 230 mm
- Medidas: 420 x 360 x 200/220 mm
- Temperatura: 50-300°C
- Peso: 24 Kg
- Placa superior: Rayada
- Placa inferior: Lisa



VALOR \$662,00 + IVA 12 %

www.italdesign.com.ec

Matriz: Quito
NHUJ 141 y 6 de
Diciembre
02 292 0251/208

Sucursal Guayaquil
Circunvalación Sur 626,
Entre Ficus y Los Montes
04 510 5137

ITALDESIGN[®]
VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

MARCA EASYLINE ITALIA

MAQUINA PARA WAFLES MODELO WM/15

MEDIDAS: mm. 340x370x240/580

- Voltaje: 220V/1N/60Hz
- Peso: 11.5 kg
- Potencia: 1500 W
- Diámetro de plancha: 275 x 245 mm



VALOR \$368,00 + IVA 12%

MARCA FIMAR- EASYLINE ITALIANA

LICUADORA SEMI INDUSTRIAL MODELO BL020

DESCRIPCION: Máquina para preparar batidos de fruta, tapón en la tapa para poder agregar los ingredientes mientras se encuentra en funcionamiento.

CARACTERISTICAS:

Potencia: 1.5 Kw
Alimentación eléctrica: 220v/60Hz
RPM: 28000
Capacidad: 2 Lt
Medidas: 200 x 280 x 520 mm
Peso: 5 Kg
Vaso de lexan transparente.
Cuchilla con 4 cuchillas de acero inox.
4 programas pre-establecidos.



VALOR \$ 462,00 + IVA 12 %

www.italdesign.com.ec

Matriz: Quito
NHUJ 141 y 6 de
Diciembre
02 292 0251/208

Sucursal Guayaquil
Circunvalación Sur 626,
Entre Ficus y Los Montes
04 510 5137

ITALDESIGN[®]
VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

MARCA CUNILL ITALIANA

DESCRIPCION: Máquina para preparar batidos de fruta, tapón en la tapa para poder agregar los ingredientes mientras se encuentra en funcionamiento.

CARACTERISTICAS:

- Caldera: bronce D
- Lateral: acero
- prelado D
- Resistencia: 2.600 w.
- Medidas: 730x510x420mm
- Bomba de agua: incorporada.
- Entrada de agua: automática
- Alimentación eléctrica: 220v/1/60Hz
- Peso: 53kg
- Color: gris
- Vaporizadores: 2 sistema media vuelta
- Llave de agua caliente: 1
- Porta filtro: 1 simple y 2 dobles D
- Ciclo de Limpieza: automática. D
- Capacidad: 240 tazas x hora.



VALOR \$ 2.840,00 + IVA 12%

MARCA CUNILL ITALIANA

MOLINO DE CAFE INDUSTRIAL AUTOMATICO MODELO TRANQUILLO

DESCRIPCION: molino de café industrial electrónico, clasificación por programación interna, automático.

CARACTERISTICAS:

Voltaje: 220v / 220v / 110v
Rpm: 1.300 / 1.600
Intensidad: 1.4v / 3a
Potencia: 0.12hp / 275w
Motor: provisto de protector térmico.
Tiempo máximo de funcionamiento: 30min.
Muelas: acero templado (60hrs) de 60mm de diámetro
Duración de las muelas: 500kg
Capacidad de la tolva: 1/2kg
Pantalla táctil: multi-toc
Selección: 1 o 2 calés molidos al instante o molido continuo
Contador de café: total o parcial
Cronómetro: sistema del punto de matorización



www.italdesign.com.ec

Matriz: Quito
NHUJ 141 y 6 de
Diciembre
02 292 0251/208

Sucursal Guayaquil
Circunvalación Sur 626,
Entre Ficus y Los Montes
04 510 5137

ITALDESIGN[®]
VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

MARCA TECNODOM ITALIANA

ARMARIO REFRIGERADOR INDUSTRIAL 1 PUERTA DE ACERO 700 TN

DESCRIPCION: Equipo de refrigeración con una puerta en acero inoxidable para la conservación vertical, temperatura positiva para el almacenamiento de alimentos, pastas, verduras, frutas, bebidas etc.

Medidas (vxah): 710x800x2000
Capacidad: 700
Temperatura: 0 + 10 °C
Alimentación eléctrica: 220v/60Hz
Potencia: 385 w **Peso:** 110kg
Rejillas: 3



VALOR \$ 2.152,00 + IVA 12%

MARCA QUALITY ITALIANA

CAFETERA INDUSTRIAL DE 2 GRUPOS AUTOMATICA MODELO NERA

DESCRIPCION: Desde la creación del café espresso en los años 40, la marca Gaggia ha sido siempre sinónimo de café excepcional. La Nera es la última creación de una marca de máquinas espresso que refleja calidad y durabilidad. Las grandes botoneras fáciles de alta sensibilidad y resistencia al desgaste facilitan el trabajo del usuario. La bandeja apoya-tazas en varilla de acero inoxidable asegura la limpieza de las tazas. Para incrementar su durabilidad, se han eliminado todos los elementos de plástico en la carcasa.

Características

- Capacidad de caldera: 13 litros.

www.italdesign.com.ec

Matriz: Quito
NHUJ 141 y 6 de
Diciembre
02 292 0251/208

Sucursal Guayaquil
Circunvalación Sur 626,
Entre Ficus y Los Montes
04 510 5137

ITALDESIGN[®]
VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

MARCA FIMAR-EASYLINE ITALIANA

CAFETERA INDUSTRIAL DE 2 GRUPOS AUTOMATICA MODELO NERA

DESCRIPCION: Desde la creación del café espresso en los años 40, la marca Gaggia ha sido siempre sinónimo de café excepcional. La Nera es la última creación de una marca de máquinas espresso que refleja calidad y durabilidad. Las grandes botoneras fáciles de alta sensibilidad y resistencia al desgaste facilitan el trabajo del usuario. La bandeja apoya-tazas en varilla de acero inoxidable asegura la limpieza de las tazas. Para incrementar su durabilidad, se han eliminado todos los elementos de plástico en la carcasa.

Características

- Capacidad de caldera: 13 litros.

Medidas: ancho x largo x alto: 170x340x10mm
Peso: 8kg
Ruido aéreo: 77db
Color: blanco, negro y rojo



VALOR \$ 515,00 + IVA 12%

CONDICION DE VENTA

FORMA DE PAGO:
De contado o transferencias bancarias - 5% de descuento en equipos. Tarjetas de crédito hasta 24 meses con intereses

Tiempo de entrega: entrega inmediata.

LUGAR DE ENTREGA: LOCAL ITALDESIGN - NHUJ 141 Y 6 DE DICIEMBRE, BOCCA ITALDESIGN (YACUAMBI Y AMAZONAS). EL TRANSPORTE ESTA A CARGO DEL CLIENTE

Garantía: un año por defectos de fábrica, no cubre daños ocasionados como variación de flujo eléctrico o mal uso.

Contamos con servicio técnico, mantenimiento, repuestos originales en stock, asesoramiento.

VALIDEZ DE PROFORMA: 15 días o hasta agotar stock

ATENTAMENTE:
Carolina Páiz
Asesora Comercial
0983127787-2920208 ext 101

www.italdesign.com.ec

Matriz: Quito
NHUJ 141 y 6 de
Diciembre
02 292 0251/208

Sucursal Guayaquil
Circunvalación Sur 626,
Entre Ficus y Los Montes
04 510 5137