



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
CAFETERÍA ESTILO EUROPEO AMERICANA EN EL CANTÓN
COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA**

AUTORAS: ANDRAMUNIO RAMOS ROSA CRISTINA

QUISHPE CUATUCUAMBA JESSICA CECIBEL

DIRECTORA: MGS LOMAS PAZ RITA LUCÍA

IBARRA, MARZO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad económico va a determinar la viabilidad para la creación de una cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, proyecto que busca fortalecer la economía y el sector turístico de Cotacachi, partiendo de un diagnóstico situacional del área donde se va a crear la microempresa; a través de la aplicación de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan y residen en el cantón los cuales expresan que existe una gran aceptación por este proyecto; además de conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes que serán cubiertas con estrategias comerciales. Este proyecto contará con todos los recursos necesarios tanto humanos, materiales, financieros y tecnológicos para su apropiado funcionamiento, asimismo de su micro y macro localización, distribución física, presupuesto técnico y flujogramas de procesos. Se ejecutó un estudio financiero el cual determina la viabilidad y sustentabilidad del proyecto, así como la estructura organizacional y funcional de la microempresa con un organigrama estructural lineal con mínimos niveles jerárquicos y finalmente se analizaron los posibles impactos los cuales son positivos porque aportarán a la económica de Cotacachi con la generación de empleo y mejora de la calidad de vida de las personas del cantón y de las involucradas en el proyecto.

SUMMARY

The present study of economic feasibility was to determine the validity for the creations of an American/European style coffee house in Cotacachi a county in the state of Imbabura. The project was an effort to strengthen the economy in the tourist area of Cotacachi, starting off with a diagnostic of the area where the microenterprise would be created. A questionnaire was used to survey national and foreign tourists as well as foreigners who live in and around Cotacachi, including others who expressed a need for this project in an effort to learn the preferences of the potential clients who would be included in the commercial strategies for this project. This project will have all the necessary financial, human and material resources as well as the technology for proper functioning, including the micro and macro location, physical distribution, technical and budget procedure flowcharts. A financial study was implemented to determine the viability and sustainability of the project as well as the organizational and functional structure of micro-enterprises with a linear structural organization with minimal hierarchical levels. Finally, the results showed that the possible impacts were positive because they would contribute to the economy of Cotacachi with job creation and improving quality of life of the individuals involved in the project.

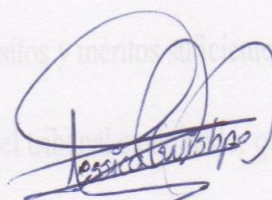
AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



Rosa Cristina Andramunio Ramos

CI.: 1003507355



Jessica Cecibel Quishpe Cuatucuamba.

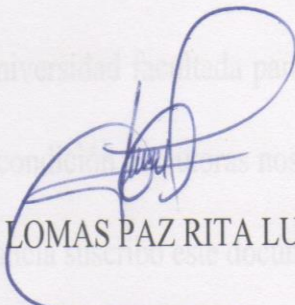
CI.: 1004041172

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas, Rosa Cristina Andramunio Ramos y Jéssica Cecibel Quishpe Cuatucumbamba, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C:P:A.; cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA ESTILO EUROEO AMERICANA EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 15 días del mes de febrero del 2016.



MGS. LOMAS PAZ RITA LUCÍA

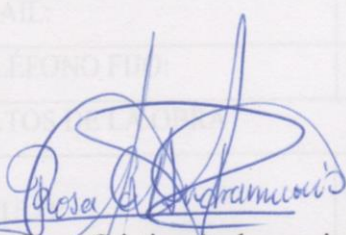
C.I.1001348695



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, Rosa Cristina Andramunio Ramos y Jéssica Cecibel Quishpe Cuatucuamba, con cédulas de ciudadanía Nros.100350735-5; 100404117-2, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “Estudio de Factibilidad para la creación de una cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Autora: Rosa Cristina Andramunio Ramos

Cédula: 1003507355



Autora: Jéssica Cecibel Quishpe Cuatucuamba

Cédula: 1005041172

Ibarra, a los 15 días del mes de febrero de 2016.

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003507355 1004041172		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Andramunio Ramos Rosa Cristina Quishpe Cuatucuamba Jéssica Cecibel		
DIRECCIÓN:			
EMAIL:	cristyandramunio@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 915 494	TELÉFONO MÓVIL:	0982466283
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“Estudio de Factibilidad para la creación de una cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura”		
AUTOR (ES):	Andramunio Ramos Rosa Cristina Quishpe Cuatucuamba Jessica Cecibel		
FECHA: AAAAMMDD			
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA		
ASESOR /DIRECTOR:	Mgs. Rita Lomas		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

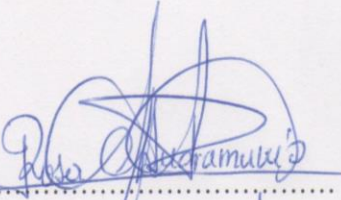
Nosotras, Andramunio Ramos Rosa Cristina y Quishpe Cuatucumbá Jessica Cecibel, con cédulas de ciudadanía Nros 1003507355 y 1004041172, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS


El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los días del mes de de 20.....

EL AUTOR:

(Firma) 

Nombre: Rosa Cristina Andramunio Ramos

(Firma) 

Nombre: Jessica Cecibel Quishpe Cuatucumbá

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo dedicamos a DIOS todopoderoso por ser nuestra fortaleza espiritual la cual nos ha permitido alcanzar en nuestras vidas, las metas propuestas y gozar de los triunfos logrados.

A nuestros padres y hermanos por ser la fuerza de inspiración y motivación, quienes nos han acompañado durante nuestra vida estudiantil brindándonos su apoyo y guiándonos hacia el camino del éxito.

Se los de dedicamos de corazón.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a DIOS por protegernos, guiarnos y darnos fuerza para superar los obstáculos y dificultades a lo largo de nuestras vidas y permitírnos culminar nuestra carrera con éxito.

A nuestros padres por el apoyo incondicional, por todo su sacrificio constante, su amor y por estar siempre con nosotros en todo momento, a nuestros hermanos por su cariño y compañía.

*A nuestros catedráticos, en especial a la magister Rita Lomas, gracias por su tiempo, su invaluable ayuda, por la sabiduría con la que impartió sus conocimientos y consejos hasta llegar a finalizar con éxito el presente proyecto
Y a nuestros compañeros por su apoyo y colaboración y demás personas que hicieron esto posible.*

Gracias a todos

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado consiste en realizar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. Consta de siete capítulos que se indican a continuación ya que generaron la información y los resultados necesarios para la realización del proyecto.

Capítulo I Diagnóstico situacional del estado actual del cantón Cotacachi donde se identifican las oportunidades y riesgos existentes en cuanto a los aspectos económicos, políticos, sociales, tecnológicos y ambientales del cantón.

Capítulo II Marco teórico donde se definen conceptos esenciales que sustentan la investigación bibliográfica del proyecto, mediante libros, revistas, entrevistas, internet entre otros.

Capítulo III Estudio de mercado donde se aplica una investigación de campo, empleando la técnica de encuesta para determinar la oferta, demanda, demanda insatisfecha, competencia relativa al servicio de cafetería, su precio, costo y la promoción existente en el cantón.

Capítulo IV Estudio técnico para determinar el tamaño del proyecto, la localización, diseño de las instalaciones, elaboración de flujogramas de procesos, punto de equilibrio, sensibilidad y su estructura orgánica.

Capítulo V Estudio económico para analizar la factibilidad de la inversión si es o no conveniente la creación del proyecto, elaborando de un presupuesto de inversión el cual permita calcular el costo de oportunidad, estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, costos laborales, gastos administrativos, para así construir el balance general y proyectar el estado de pérdidas y ganancias a 5 años, además calcular los flujos de caja, VAN (valor actual neto), el TIR (tasa interna de retorno) y costo financiero los cuales demuestran que el negocio es conveniente.

Capítulo VI Estructura organizacional, donde se define la misión, visión principios y valores corporativos siendo esto una guía para el buen desenvolvimiento del personal tanto administrativo y operativo mediante la elaboración del diagrama de flujo de actividades y distribución física de las áreas de la cafetería.

Capítulo VII Impactos Se identifican los impactos del proyecto si son negativos buscar su erradicación y eliminación, y si son positivos aprovecharlos, a fin de que la cafetería estilo europea americana sea una microempresa con capacidades técnicas y administrativas eficientes.

JUSTIFICACIÓN

El siguiente proyecto busca medir la factibilidad de introducir una nueva cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi, a través de estudios que permitan conocer las preferencias de las personas que conforman el mercado objetivo, siendo Cotacachi un cantón que año tras año acoge a un gran cantidad de personas que visitan y residen en él y que demandan el consumo de un buen café, como es el que se produce en la Zona de Intag parroquia de Cotacachi. La cafetería estará enfocada a brindar una bebida al estilo europeo americana dirigida a consumidores exclusivos, el cual tendrá un valor agregado al ser servido con galletas elaboradas con productos de la zona a base mote, tortillas de tiesto, pastel de choclo, galletas de chocho, galletas de quinua, quimbolitos, humitas, pan de maíz, pan de leche y productos autóctonos del cantón.

Implementar un negocio propio, a más de constituir una realización personal generará unidades productivas y de servicios, los mismos que ayudarán al desarrollo socioeconómico del cantón brindando fuentes de empleo a los habitantes del mismo y que a su vez aportan al cambio de la matriz productiva, fortaleciendo la capacidad de negociación en el mercado local.

Por otro lado, ofrece grandes oportunidades de impulsar la oferta productiva de los sectores prioritarios, entre ellos el cultural, para diversificar los mercados a través de una competitividad justa y de calidad en los servicios.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
JUSTIFICACIÓN.....	xiii
ÍNDICE.....	xiv
INDICE DE CUADROS.....	xx
ÍNDICE DE TABLAS.....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxiv
CAPÍTULO I.....	25
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	25
Antecedentes diagnósticos.....	25
Objetivo general.....	26
Objetivos específicos.....	26
Determinación de variables diagnósticas.....	26
Indicadores de las variables.....	26
Fuentes de información.....	29
Primarias.....	29
Secundarias.....	29
Análisis de variables diagnósticas.....	29
Importancia de una matriz PEST.....	32
Matriz de riesgos internos y externos que puede tener a microempresa.....	39
Determinación de la oportunidad de inversión.....	39

CAPÍTULO II.....	41
MARCO TEÓRICO	41
Empresa.....	41
Microempresa	41
Clasificación de microempresas	42
Cafetería.....	42
Café.....	43
Estudio de mercado.....	43
Mercado	43
Mercado meta.....	44
Oferta	44
Demanda	45
Producto	45
Precio	45
Producción	46
Publicidad	46
Estudio técnico.....	46
Tamaño del proyecto.....	47
Localización.....	48
Ingeniería	49
Inversión	49
Capital de trabajo	50
Flujograma	51
Estudio financiero	51
Estados financieros	52
Notas explicativas	54
Proyecciones financieras.....	54
Valor actual neto (VAN).....	55
Tasa interna de retorno (TIR)	55
Costo de oportunidad	56
Relación costo/beneficio.....	57
Punto de equilibrio.....	57
Periodo de recuperación de la inversión	58
Rentabilidad	58

Análisis financieros.....	58
Indicadores financieras	58
Impuestos	60
Estructura organizacional.....	60
Organización	61
Base legal	63
CAPÍTULO III.....	64
ESTUDIO DE MERCADO	64
Introducción	64
Objetivos del estudio de mercado	65
Objetivo general.....	65
Objetivos específicos	65
Variables	65
Indicadores.....	66
Matriz de relación de las variables del mercado	67
Identificación del servicio.....	68
Análisis del servicio a ofrecer.....	69
Servicios sustitutos.....	70
Mercado meta.....	71
Segmentación de mercado	71
Población y muestra.....	72
Fuentes de información.....	73
Resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del catón Cotacachi	74
Entrevista	92
Análisis de la oferta	94
Proyección oferta	95
Análisis y proyección de la demanda.....	96
Poder adquisitivo	96
Proyección de la demanda	96
Demanda Insatisfecha	97
Gustos y preferencias de la demanda.....	98
Análisis y proyección de precio.....	99
Fijación de precios	99
Precios actuales del servicio	99

Estrategia de marketing mix	100
Producto	100
Precio	100
Plaza	100
Promoción	100
Conclusiones del estudio de mercado	101
CAPÍTULO IV	103
ESTUDIO TÉCNICO	103
Tamaño del proyecto.....	103
Localización del proyecto	103
Macro localización del proyecto	103
Microlocalización	104
Determinación óptima de la localización.....	105
Ingeniería del proyecto	107
Arrendamiento Local	107
Disponibilidad de mano de obra	107
Disponibilidad de materia prima.....	107
Maquinaria y equipo	108
Capacidad de producción.....	109
Operación del proyecto	110
Flujograma de operaciones	110
Presupuesto técnico.....	116
Inversiones fijas	116
Inversiones diferidas	118
Costos operativos	119
Gastos generales.....	120
Gastos administrativos	121
Gastos de ventas.....	121
Capital de trabajo	121
Inversión total del proyecto	122
Financiamiento.....	123
Diseño de instalaciones.....	124
Distribución de la cafetería	125
CAPÍTULO V	127

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	127
Evaluación financiera.....	127
Inversiones fijas requeridas.....	127
Inversión variable.....	128
Presupuesto de ingresos	128
Determinación de los egresos	130
Costos materia prima	130
Mano de obra directa	133
Costos Indirectos de Fabricación.....	135
Presupuesto gastos	137
Gastos administrativos.....	137
Gastos ventas	139
Gastos Financieros	140
Gastos depreciación	140
Estados proformas.....	141
Balance de Arranque.....	141
Estado de pérdidas y ganancias.....	142
Flujo de caja proyectado	143
Punto de equilibrio.....	143
Evaluadores financieros	144
Determinación costo capital.....	144
Tasa de rendimiento medio.....	145
Valor actual neto (VAN).....	146
Tasa interna de retorno (TIR)	147
Análisis beneficio costo	147
Periodo de recuperación de la inversión	149
Resumen evaluadores financieros.....	150
Analisis de sensibilidad.....	150
Conclusión del estudio financiero.....	151
CAPÍTULO VI	153
ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA	153
Denominación de la empresa	153
Nombre o razón social	153
Conformación jurídica	153

Tipo de empresa.....	153
Logotipo.....	154
Filosofía.....	154
Misión.....	154
Visión.....	155
Objetivos.....	155
Principios y valores.....	156
Estructura orgánica.....	157
Organigrama estructural lineal.....	157
Estructura funcional y descripción del puesto.....	157
Reglamento Interno de La Cafetería “Cooffe Amarella S.A.”.....	163
Disposiciones Generales.....	164
Base legal.....	170
Requisitos para su funcionamiento.....	170
Flujograma de procedimiento de adquisición.....	174
CAPÍTULO VII.....	175
IMPACTOS.....	175
Introducción.....	175
Impactos del proyecto.....	176
Impacto social.....	176
Impacto económico.....	177
Impacto ambiental.....	178
Impacto general.....	179
CONCLUSIONES.....	180
RECOMENDACIONES.....	181
BIBLIOGRAFÍA.....	182
LINKOGRAFIA.....	183
ANEXOS.....	184

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica	28
Cuadro 2 Análisis de la matriz PEST	33
Cuadro 3 Matriz de relación AOOR	38
Cuadro 4 Matriz de Relación de las Variables del Mercado	67
Cuadro 5 Proveedores de materia prima.....	108
Cuadro 6 Flujograma de operaciones del servicio de cafetería	111
Cuadro 7 Flujograma de operación de una taza de Capuccino.....	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género.....	74
Tabla 2 Distribución poblacional.....	75
Tabla 3 Edad	76
Tabla 4 Profesión	77
Tabla 5 Ingresos Mensuales.....	78
Tabla 6 Consumo de café.....	79
Tabla 7 Frecuencia del consumo de café	80
Tabla 8 Café Preferido	81
Tabla 9 Hora del día en que toma café	82
Tabla 10 Lugares a los que acude frecuentemente a tomar café.....	83
Tabla 11 Qué prioriza en una cafetería	84
Tabla 12 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	85
Tabla 13 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	86
Tabla 14 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	87
Tabla 15 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	88
Tabla 16 Consumo	89
Tabla 17 Medio de comunicación para publicidad	90
Tabla 18 Producto para acompañar una taza de café.....	91
Tabla 19 Proyección de la Oferta en Unidades.....	96
Tabla 20 Proyección de la demanda	97
Tabla 21 Diferencia entre Oferta y Demanda	98
Tabla 22 Demanda Insatisfecha	98
Tabla 23 Proyección de precios	99
Tabla 24 Escala de evaluación para determinar la localización de la cafetería	106
Tabla 25 Lugares para localización	106
Tabla 26 Arriendo Local.....	116
Tabla 27 Muebles y equipo de oficina.....	116
Tabla 28 Equipo de Computación.....	117
Tabla 29 Maquinaria y Equipo	117
Tabla 30 Equipo de Oficina	118
Tabla 31 Gastos de Constitución	119
Tabla 32 Mano de Obra Directa.....	119

Tabla 33 Gastos Servicios Básicos	120
Tabla 34 Gasto útiles de Limpieza.....	120
Tabla 35 Gastos de Administración.....	121
Tabla 36 Gasto Publicidad	121
Tabla 37 Capital de Trabajo.....	122
Tabla 38 Inversión Total del Proyecto.....	122
Tabla 39 Financiamiento.....	123
Tabla 40 Inversión Fija	128
Tabla 41 Inversión Variable.....	128
Tabla 42 Presupuesto de Ingresos	129
Tabla 43 Costos Materia Prima.....	130
Tabla 44 Proyección de Salario Básico Unificado	133
Tabla 45 Salario Mensual Barista	133
Tabla 46 Salario Anual Barista	134
Tabla 47 Salario Mensual Cocinero.....	134
Tabla 48 Salario Anual Cocinero.....	134
Tabla 49 Salario Mensual Mesero	135
Tabla 50 Salario Anual Mesero	135
Tabla 51 Distribución de los Costos	136
Tabla 52 Salario Mensual Gerente.....	138
Tabla 53 Salario Anual Gerente.....	138
Tabla 54 Salario Mensual Secretaría - Contadora	138
Tabla 55 Salario Anual Secretaría-Contadora	138
Tabla 56 Arriendo Local.....	139
Tabla 57 Gastos Administrativos.....	139
Tabla 58 Publicidad	140
Tabla 59 Amortización Anual.....	140
Tabla 60 Anexo Depreciación	141
Tabla 61 Balance de Arranque.....	141
Tabla 62 Estado de Pérdidas y Ganancias	142
Tabla 63 Flujo de Caja Proyectado.....	143
Tabla 64 Punto de Equilibrio	144
Tabla 65 Costo de Capital.....	145
Tabla 66 Valor Actual Neto.....	146

Tabla 67 Tasa Interna de Retorno	147
Tabla 68 Beneficio Costo.....	148
Tabla 69 Periodo de Recuperación de la Inversión	149
Tabla 70 Resumen Evaluadores Financieros	150
Tabla 71 Análisis de Sensibilidad del VAN y la TIR	150
Tabla 72 Distribución horario trabajadores	165
Tabla 73 Valoración cualitativa y Cuantitativa de Impactos.	175
Tabla 74 Indicadores Sociales	176
Tabla 75 Indicadores Económicos	177
Tabla 76 Indicadores Ambientales.....	178
Tabla 77 Resumen De Impactos	179

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Imagen del servicio.....	68
Gráfico 2 Género.....	74
Gráfico 3 País de Origen.....	75
Gráfico 4 Edad.....	76
Gráfico 5 Ingresos Mensuales.....	78
Gráfico 6 Consumo de café.....	79
Gráfico 7 Frecuencia del consumo del café.....	80
Gráfico 8 Café Preferido.....	81
Gráfico 9 Hora del día en que toma café.....	82
Gráfico 10 Lugares a los que acude frecuentemente a tomar café.....	83
Gráfico 11 Qué prioriza en una cafetería.....	84
Gráfico 12 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	85
Gráfico 13 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	86
Gráfico 14 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	87
Gráfico 15 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos.....	88
Gráfico 16 Consumo.....	89
Gráfico 17 Medio de comunicación para publicidad.....	90
Gráfico 18 Producto para acompañar una taza de café.....	91
Gráfico 19 Mapa Político de Cotacachi.....	104
Gráfico 20 Ubicación de la Cafetería Estilo Europeo Americana.....	105
Gráfico 21 Flujo grama del servicio.....	112
Gráfico 22 Flujo grama del proceso de producción de Cappuccino.....	114
Gráfico 23 Instalaciones Físicas.....	124
Gráfico 24 Logotipo de la empresa.....	154
Gráfico 25 Organigrama Estructural Lineal.....	157
Gráfico 26 Flujo grama del proceso de adquisición.....	174

CAPÍTULO I

1.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El turismo en el cantón Cotacachi año a año ha ido incrementando gracias a sus atractivos turísticos, atrayendo la presencia de turistas extranjeros y nacionales logrando que se dinamice la economía en el cantón y se generen espacios acorde a sus necesidades, pues en su mayoría prefieren comida vegetariana y el consumo de café.

Actualmente Santa Ana de Cotacachi se ha caracterizado por contar con una de las parroquias productoras de café orgánico, en la zona de Intag ubicada al sur de la reserva Cotacachi Cayapas a 64 kilómetros al occidente de la ciudad de Otavalo.

Hoy Cotacachi cuenta con muy poca variedad de cafeterías, podemos mencionar que existe una ausencia de cafeterías de tipo europeo americana, mediante el estudio se ha podido justificar que existe un mercado que busca este tipo de servicios y productos que en realidad no cubren su demanda.

Por lo que es necesario establecer el objetivo general y los específicos lo que ayudará a identificar la oportunidad de inversión y a determinar las variables principales con sus respectivos indicadores, la matriz de relación diagnóstica y las fuentes de información necesarias para alcanzar los objetivos señalados.

1.1.- Antecedentes diagnósticos

a) Objetivos Diagnósticos

1.1.1.- Objetivo general

Realizar un análisis del entorno para la creación de una cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura e identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que está tendría.

1.1.2.- Objetivos específicos

- Establecer los antecedentes históricos y turísticos del cantón Cotacachi.
- Determinar la localización geográfica del área de estudio.
- Analizar la situación socio-económica del cantón Cotacachi
- Analizar los aspectos políticos del cantón Cotacachi.
- Analizar los aspectos tecnológicos del cantón Cotacachi.

1.1.3.- Determinación de variables diagnósticas

- b) Antecedentes turísticos históricos
- c) Aspectos geográficos
- d) Situación socio económica
- e) Aspectos políticos
- f) Aspectos tecnológicos
- g) Análisis del entorno

1.1.4. Indicadores de las variables

- Variable: Antecedentes turísticos históricos
 - a) Datos históricos
 - b) Tipos de atractivos turísticos

- Variable: Aspectos geográficos
 - a) Ubicación
 - b) Límites
 - c) Superficies
 - d) Altitud
 - e) Clima
 - f) Hidrografía
 - g) Etnias

- Variable: Aspecto socio económico
 - a) Población económicamente activa.
 - b) Población extranjera
 - c) Actividades económicas el cantón
 - d) Fuentes de financiamiento

- Variable: Aspectos políticos
 - a) Participación ciudadana

- Variable: Aspectos tecnológicos.
 - a) Acceso a servicio de telecomunicaciones
 - b) Redes viales y de transporte

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTOS
Establecer los antecedentes turísticos históricos del cantón Cotacachi	Antecedentes turísticos históricos	Datos históricos Lugares turísticos	Secundaria	Documental
Determinar la localización geográfica del área de estudio.	Aspectos geográficos	Ubicación Límites Superficies Altitud Clima Etnias	Secundaria	Documental
Describir la situación socio-económica del cantón Cotacachi	Situación socio económica	Población económicamente activa. Actividades económicas el cantón Fuentes de financiamiento	Secundaria	Documental
Indicar los aspectos políticos del cantón Cotacachi.	Aspectos políticos	Participación ciudadana	Secundaria	Documental
Identificar los aspectos tecnológicos del cantón Cotacachi.	Aspectos tecnológicos	-Acceso a servicio de telecomunicaciones -Redes viales y de transporte	Secundario	Documental

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotacachi

Elaborado por: Las Autoras:

1.2. -Fuentes de información

1.2.1.-Primarias

Para el presente estudio se ha considerado necesario la aplicación de instrumentos como, fuentes primarias a los consumidores y propietarios de cafeterías del cantón.

1.2.2. Secundarias

Son aquellas fuentes de información y procesada que se puede encontrar en libros, revistas, internet folletos, artículos entre otros.

1.3. Análisis de variables diagnósticas

a) Antecedentes turísticos históricos

- Datos históricos

En la época colonial Fray Pedro de la Peña proyecta la creación de un nuevo cantón, este se materializa en 1824 año en el que el territorio de Cotacachi es reconocido como cantón por Simón Bolívar.

Originalmente Cotacachi significa “Cerro alto”, su cantonización fue el 6 de julio de 1861, iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi. Es muy conocido por sus artesanías de cuero, su impresionante exposición de cultura y tradición indígenas, a las que sumadas a las lagunas y otras bellezas naturales, la hacen más atractiva para el turismo. Está en el mapa gastronómico del Ecuador con el principal plato de carne colorada, bocadillo que incluye productos de la zona como papas, maíz, aguacate y carne de chanco frita, acompañada de una empanada rellena de maduro.

Los principales atractivos turísticos del cantón Cotacachi están ubicados en la zona andina y subtropical como son el Volcán Cotacachi, Iglesia Santa Ana de Cotacachi, La Laguna de Cuicocha y Piñan, el Valle de Intag, La Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas es considerada una de las más importantes áreas protegidas del mundo por su biodiversidad, presencia de especies endémicas, las aguas termales de Nangulvi y una variedad de bosques protectores, reconocido por su producción agropecuaria, manufacturera, artesanal del cuero, turística, hotelera y comercial, por la transparencia en administración local, y por su amable y acogedora población.

- Lugares turísticos

Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas es una de las áreas de mayor riqueza florística y faunística del Ecuador. Se debe principalmente a su variedad excepcional de ecosistemas boscosos.

El lago Cuicocha es producto de sus erupciones en la calera meridional del Cotacachi, su altura es de 3083 m.s.n.m, temperatura de 10°C, su cráter está limitado por paredes verticales, tiene una impresionante caldera de 3km y aproximadamente de 200m de profundidad, con tres domos volcánicos que afloran en dos islotes y evidencia la renovación de la actividad volcánica que se mantiene hasta nuestros días.

Iglesia Santa Ana de Cotacachi de estilo neoclásico, con elementos griegos y romanos como, frontones, pilastras y cúpulas nevadas. Con una altura de 2453 m.s.n.m., en su interior consta de tres naves sobre planta de cruz latina con nártex sobresalido del plano de fachada.

b) Aspectos geográficos

- Ubicación

Se encuentra localizada al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura

- Límites

Los límites del canton Santa Ana de Cotacachi corresponde a los siguientes:

Al norte con el cantón Urcuquí, y provincia del Carchi,

Al sur con el cantón Otavalo y la provincia de Pichicha,

Al este con los cantones Urcuquí y Antonio Ande

Al oeste con la zona no delimitada Las Golondrinas y Esmeraldas.

- Superficie

Su superficie es de 1725.7 km²

- Altitud

Altitud de 2,418 msnm

- Clima

Cotacachi al tener zonas bien marcadas como son la zona andina y zona de Intag, presenta una gran variedad de pisos climáticos.

La zona andina presenta una temperatura que oscila entre los 14° C y 22° C, mientras que para la zona de Intag tiene una temperatura que oscila entre los 16°C a los 32°C.

- Etnias

En Cotacachi más de la mitad de la población, 52,23 % se identifica como mestiza y el 40,56% como indígena; existe un 2,46% auto identificado como blanco/a y el resto se

distribuye en pequeñas representaciones de mulatos, negros/as, afro descendientes, montubios y otro/a.

1.4.- Importancia de una matriz PEST

El análisis PEST es una herramienta de planificación estratégica, que consiste mediante su aplicación, identificar factores externos importantes que podrían afectar el macro –entorno, donde marcha o se piensa poner en marcha la microempresa; este análisis permite evaluar el impacto que los factores: políticos, económicos, sociales y tecnológicos pueden generar a la microempresa; la situación del mercado, su atractivo y la conveniencia de acceder o no a él.

La principal ventaja de la aplicación de una matriz PEST es optimizar la labor directiva, con la toma de decisiones mucho más eficaces que mitiguen los impactos adversos a la microempresa.

Cuadro 2 Análisis de la matriz PEST

<p>POLÍTICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la conformación de nuevas industrias que incentiven la producción nacional, la productividad y la competitividad. • Presencia de organizaciones sociales UNORCAC, FEBAC, Consorcio Toisán coordinadoras de Mujeres y Jóvenes, personas con discapacidad, adultos mayores, cabildos. • Cotacachi cuenta con el Plan de Seguridad Cantonal. 	<p>ECONÓMICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • PEA es de 14.582 personas. • Población por rama de actividad 36% agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 14% manufactura, 9% comercio al por mayor y menor. • Los motivos de visita al cantón corresponden el 4% por turismo a lugares turísticos y por las artesanías de cuero • Desarrollo del turismo comunitario
<p>SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial. • Fomentar y facilitar la participación ciudadana y grupos sociales del cantón. • Empresa pública de turismo promocionan e incentivan el turismo. 	<p>TECNOLÓGICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a telefonía celular corresponde al 58.55%. • Conexión vía wifi entre las 6 zonas urbanas • El cantón tiene una capacidad de generación hidroeléctrica de 42,1 Mw con pequeñas hidroeléctricas y una re potenciadora en el Ambi. • Cobertura total de las operadoras

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotacachi

Elaborado por: Las Autoras:

c) Aspecto Político

El cantón Santa Ana de Cotacachi vive un proceso de transformación de las metodologías de participación ciudadana a través de acciones que fomentan y facilitan la participación ciudadana dando así cumplimiento a los instrumentos de planificación y ordenamiento territorial con los que cuenta el municipio como son:

- Constitución de la República del Ecuador
- COOTAD (Código Orgánico Territorial, Autonomía y Descentralización).
- P.D y O.T (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, aprobado el 9 de agosto del 2011).
- Plan Nacional del Buen Vivir
- Presupuesto Participativo
- Ordenanzas Municipales

El GAD municipal de Cotacachi garantiza el acceso a la participación pública y política de todos los ciudadanos del cantón, con espacios de expresión ciudadana aplicando las políticas públicas desarrolladas para el buen vivir.

Cuenta con comités intersectoriales que son: producción artesanal, salud, turismo, gestión ambiental, manejo de recursos naturales, producción agropecuaria, educación y culturas los cuales son líneas directrices e instancias políticas de ejecución y planificación de actividades.

d) Aspecto Socio Económico

La economía del Cantón Cotacachi se basa en tres sectores básicos como son: la producción agropecuaria, seguido de la producción manufacturera artesanal y finalmente el turismo y servicios de hospitalidad.

Cotacachi se consolidó como el generador del comercio y del turismo en el norte del país, por encontrarse dentro de un territorio intercultural que atrae el turismo por sus tradiciones, cultura y entorno paisajístico.

Dentro de este aspecto los pobladores han buscado nuevas opciones de crear negocios para constituirse en entes productivos y generadores de economía.

- Población extranjera

La población extranjera que anualmente ingresan a Cotacachi es de aproximadamente de 170.000 personas, donde el 70% visita y come en Cotacachi, mientras que el 30% restante solo visita el cantón por sus actividades turísticas debido que conforman el paquete turístico.

Además dentro de este flujo de turistas se debe destacar que el 70% es turista nacional, el 25% turista extranjero y el 5% es representado por las agencias de turismo, que impulsan el turismo mediante la promoción del producto estrella, los artículos de cuero y la gastronomía.

Es importante además señalar que la población económicamente activa PEA del cantón Cotacachi es de 6.506, incluyendo a personas extranjeras que residen en el cantón, información que nos permite conocer a nuestro cliente potencial.

- Actividades económicas del cantón

En cuanto a sus actividades económicas el 24% a ocupaciones elementales, el 20% agricultores y trabajadores calificados, seguido por el 17% oficiales, operarios y artesanos, el 11% trabajadores de servicios y vendedores como principales ocupaciones del cantón.

La producción artesanal/manufactura del cuero simboliza al cantón como una de sus mayores actividades económicas, en cuanto a manufactura en cuero el 90% es producido por artesanos de Cotacachi y el 10% proviene de Ambato, en cuanto a marroquinería, la producción en un 75% es en Cotacachi y el 25% es importado a otros lugares como Pasto, Guano, Ambato y en relación al calzado el 10% se produce en Cotacachi y el 90% restante proviene de diferentes lugares.

La comercialización de los artículos de cuero, en un 64% es realizada por sus propios artesanos por medio de sus almacenes; 16% al consumidor final, un 11% en ferias y el 9% en otras formas de ventas de los productos.

En Cotacachi actualmente las propuestas de desarrollo turístico son lideradas por el Municipio Empresa Pública de Turismo, La Asamblea Cantonal a través del comité Intersectorial de Turismo, la UNORCAC y diferentes ONG'S, quienes planifican, controlan y promocionan el desarrollo turístico en el cantón,

Con respecto a servicios de cafeterías cuenta con 4 lugares dos de ellos son de segunda categoría y los dos restantes son de tercera categoría.

- Fuentes de financiamiento

Entre las principales entidades bancarias, cooperativas en el cantón se encuentran: Banco Nacional de Fomento, Banco del Pichincha, Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui, María Auxiliadora, Unión el Ejido, Santa Anita Ltda., Artesanos Ltda. Y Fortaleza.

d) Aspecto Tecnológico

- Acceso a servicio de telecomunicaciones

Al año 2015 según información proporcionada por la agencia de regulación y control de las telecomunicaciones, el cantón cuenta con un acceso de telefonía fija de 5080, y son acceso a internet fijo 9340.

Por otro lado en Cotacachi se trabaja por desarrollar un diagnóstico de posibles micro proyectos hidroeléctricos, los cuales buscan generar recursos para reinversión, aprovechamiento del recurso hídrico y principalmente la generación de energías limpias.

- Redes Viales y de Transporte

Dentro de la zona urbana del cantón Cotacachi existen cuatro cooperativas de transporte que son parte de una Asociación de Taxis, tres ubicadas en Cotacachi y una en Quiroga; además existen 2 cooperativas de transporte que prestan el servicio intercantonal de pasajeros: Cotacachi y 6 de Julio.

Las rutas y frecuencias de las cooperativas del transporte público de pasajeros que parten desde Cotacachi a otros destinos son:

Cooperativa 6 de Julio: hacia Otavalo cada 15 min; para Ibarra cada 15 min; para Imantag cada 40 minutos; para el Topo, Cercado, Ananhuela y La Calera 2 turnos al día de lunes a viernes.

Cooperativa Cotacachi: hacia Otavalo cada 10 min, para Ibarra cada 15 min, para Ibarra por la Merced cada 30 min; para Morocho 7 turnos al día; para Anrabi 2 turnos al día; para Cuicocha y Cumbas 2 turnos al día.

e) Diagnóstico Interno y Externo

Cuadro 3 Matriz de relación AOOD

<p>ALIADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con proveedores locales de café e insumos de calidad. • Existencia de ruta turística por agencias de viaje y turismo. • Cuenta con zonas altas generadoras de agua para el consumo humano, riego y generación de energía eléctrica. • Conexión a internet por wifi • El 80% de los insumos y materiales para los productos de la cafetería son parte de la canasta básica. 	<p>OPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se incursiona en un mercado con un estilo de servicio que muy pocos conocen. • Cafetería Toisán fortalecida • Microempresas y asociaciones de productores con debilidad socio organizativa. • No se cuenta con personal de experiencia en este tipo de servicio. • Tasas de asistencia a educación superior 13,96%.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing y promoción que fortalecen el turismo en el cantón • Alto crecimiento demográfico • Apoyo de entidades financieras para proyectos de inversión • Apoyo del GAD Municipal de Cotacachi para la creación de microempresas y promoción turística. 	<p>RIESGOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores potenciales extranjeros salgan del cantón. • Pérdida de diversidad agrícola • El turismo se ve afectado en función de la coyuntura económica política y social tanto en el cantón como del país. • Cambio de ordenanzas municipales con respecto al sector servicios.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotacachi

Elaborado por: Las Autoras:

1.5 Matriz de riesgos internos y externos que puede tener a microempresa.

Para evaluar los posibles riesgos que puede enfrentar este proyecto se ha elaborado una matriz de riesgos basada en dos componentes internos, el personal administrativo; gerente y contador detallando tres actividades las más importantes que ellos deben desempeñar, pero que si no se las desempeña llevar con responsabilidad, eficiencia y eficacia pueden ocasionar riesgos externos; en el ámbito económico, político y leyes, medioambiente, ámbito social y tecnológico; en lo interno; al personal, infraestructura , procesos y tecnología a estos riesgos se asignan una calificación que de terminará que clase de riesgo inherente es, si es bajo, moderado o alto.

Dependiendo del tipo de calificación se aplicaran controles previos a los riesgos; controles continuos que se efectúan durante el desarrollo del actividades de la empresa, controles posteriores que ayuden a mitigar el riesgo, dependiendo de la priorización que se asignado, mediante actividades, un responsable con los recursos financieros, humanos, tecnológicos, cumpliendo un tiempo prudente con una fecha de inicio y una fecha final ,que establezcan indicadores que determinen si las actividades se realizaron se la hicieron correctamente así como los procesos dentro de la empresa. Para un mejor detalle de esta matriz **ver anexo N° 11.**

1.6. Determinación de la oportunidad de inversión

Luego de analizar el diagnóstico situacional del cantón Cotacachi se identifica que este cantón es un fuerte atractivo turístico dentro de la provincia de Imbabura, por su cultura paisajes y gastronomía. Se conoce que el 82% de afluencia turística tanto nacional como extranjera es permanente; el 42 % por turismo y el 40% por las artesanías de cuero, esta población está comprendida entre los 19 y 42 años en adelante que cuentan con ingresos mensuales promedio.

En Cotacachi se encuentra la zona de Intag muy conocida por la producción de café 100 % orgánico de alta calidad, que en la actualidad es producto de exportación por ser un producto de exquisito sabor y envolvente aroma, su calidad también está en su cultivo procesado, comercializado. Existen varias organizaciones de caficultores de esta zona así como la zona rural de Cotacachi que realizan operaciones turísticas comunitarias y trabajos inclusivos con los turistas; la ruta del conocimiento apoyada por el GPI, es una de los principales atractivos turísticos, la feria del cuero, apoyados por el GAD de Cotacachi quién realiza planes de marketing y promoción que fortalecen el turismo; a su vez brindando apoyo para la ejecución de proyectos productivos que en el cantón.

Por lo mencionado anteriormente se propone aprovechar la escasa oferta de servicio de cafetería en Cotacachi con la creación de una cafetería estilo europeo americana que se diferenciará claramente de otros negocios; con espacio físicos e instalaciones apropiadas que puedan brindar un servicio de calidad con un ambiente agradable para las personas que desean pasar un momento de tranquilidad disfrutando de una buena bebida. Además de que se apoyará al desarrollo de actividades productivas de café 100% orgánico en la Zona de Intag mejorando la economía de las familias de la zona y las involucradas en este proyecto; además de contribuir a la conservación y manejo de los recursos naturales, generando fuentes de empleo, la vez fortalecer el turismo en Cotacachi.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1.-Empresa

“Es la unidad económica-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios” (Alboledo Velez , 2013, pág. 226).

“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes o servicios que al ser vendidos, producirá una renta que beneficia al empresario, al Estado y ala sociedad en general” (Zapata, 2011, pág. 5).

La empresa es una unidad productiva creada para dedicarse a realizar actividades de comercio, producción y prestación de servicios, a una determinada población con la finalidad de generar utilidad para sus integrantes.

2.1.2.-Microempresa

Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>: “Es toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica que puede adoptar cualquier forma u organización o gestión empresarial, y está dedicada a la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”. Último acceso 25 de marzo de 2016.

La microempresa es un ente económico conformado por un mínimo capital cuyo objetivo es generar bienes o servicios de calidad para sus clientes, con el objetivo de forjar una utilidad.

2.1.3.- Clasificación de microempresas

Existen algunos criterios para clasificar las empresas (Bravo , 2013, pág. 3).

Por su naturaleza

Empresas industriales: son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos”

Empresas comerciales: son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores u consumidores.

Empresas de servicios: son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

Las microempresas se clasifican de acuerdo a sus actividades las mismas que se detallan continuación:

Empresas industriales se encargan de transformar la materia prima en un producto final; empresas comerciales se dedican a la compra- venta de productos finales y empresas de servicio se dedican a la prestación de servicios a cambio de una determinada cantidad de dinero.

2.2.- Cafetería

Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Cafeter%C3%ADa>: “Una cafetería es un establecimiento donde se sirven al público aperitivos y platos fríos y calientes, simples o combinados, además infusiones y bebidas en general, principalmente en la barra o mostrador y a cualquier hora”. Último acceso 25 de marzo de 2016

La cafetería es un lugar donde ofrecen café y otras clases de bebidas acompañadas de otros productos, en compañía de toda la familia o amigos.

2.3.-Café

Recuperado de (<https://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>, 2016) : El café es la bebida que se obtiene a partir de las semillas tostadas y molidas de los frutos de la planta de café. Es una bebida altamente estimulante, pues contienen cafeína. Suele tomarse como desayuno o en la sobremesa después de las comidas, y es una de las bebidas sin alcohol más socializadoras en muchos países. Último acceso 25 de marzo de 2016.

El café es el producto final obtenido después de varios procesos de transformación que haya tenido, y es una bebida que se puede consumir antes o después de cualquier comida.

2.4.- Estudio de mercado

“El estudio de mercado requiere de análisis complejos de toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión” (Meza Orozco, 2013, pág. 22).

“El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto” (Sapag Chain , 2014, pág. 26).

El estudio de mercado se define como la investigación de campo donde se podrá obtener información acerca de los posibles clientes y de los competidores del mercado, con el objetivo de conocer si el proyecto va ser factible o no.

2.4.1.-Mercado

“Mercado es el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único, y por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar” (Alboledo Velez , 2013, pág. 83).

“Es el área formado por personas y organizaciones que están interesadas y dispuestas a comprar un producto para obtener beneficios que satisfarán una necesidad o deseo específico” (Velásquez, 2014, pág. 33)

El mercado es un lugar donde ofrecen bienes o servicios los cuales son adquiridos por clientes a cambio de dinero, a fin de satisfacer sus necesidades.

2.4.2.- Mercado meta

“Se define a un grupo de personas o segmento de la totalidad de un mercado con determinadas características que tienen una necesidad, ya sea por su naturaleza, entorno o gusto, que el producto o servicio puede satisfacer” (Alboledo Velez , 2013, pág. 83).

“El mercado meta corresponde al ejercicio de identificar cuáles son los segmentos de mercados que la empresa atenderá. En otras palabras el mercado meta se define las personas o entidades a las cuales la empresa ofrecerá sus productos o servicios” (Velásquez, 2014, pág. 142).

El mercado meta se refiere a la selección de una determinada población de mercado, que poseen ciertas características las mismas que nos ayudará a conocer sus necesidades para saber si el bien o servicios va a ser de su preferencia.

2.4.3.-Oferta

“Se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrece o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveen de bienes o servicios” (Alboledo Velez , 2013, pág. 88).

“El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicios que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinado precio” (Sapag Chain , 2014, pág. 55) .

La oferta son las personas que se dedican a vender u ofrecer productor o servicios en un determinado lugar

2.4.4.- Demanda

“Es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar sus utilidad, bienestar y satisfacción” (Alboledo Velez , 2013, pág. 86).

“La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores” (Sapag Chain , 2014, pág. 81).

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que el mercado necesita para cubrir sus necesidades.

2.4.5.- Producto

“El producto puede ser un bien o servicio, es el resultado natural del proceso productivo” (Alboledo Velez , 2013, pág. 84).

“Es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquellos que necesita o que desea un consumidor” (Velásquez, 2014, pág. 32)

Producto es un bien o servicio destinado para la venta, que se oferta en un mercado, cuyo objetivo es satisfacer las diferentes necesidades de las personas.

2.4.6.- Precio

“Es el valor. Expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado” (Alboledo Velez , 2013, pág. 88)

El precio es el valor en términos monetarios que tiene un producto y este depende de la oferta y demanda existente.

2.4.7.- Producción

“Se define como la forma en que una serie de insumos se transforma en producto mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.” (Ortega Castro, 2010, pág. 131).

“La producción es la creación de bienes o servicios de alta calidad y venderlo con facilidad” (Velásquez, 2014, pág. 33)

La producción es la transformación de la materia prima en un producto final, mismo que después de una serie de proceso, es puesto a la venta para el público.

2.4.8.- Publicidad

“Se define como una forma de comunicación pagada y que” no es personal” si no masiva, que se realiza de producto o servicio, entendiéndose que es producto también puede ser una idea, iniciativa, sitio o experiencia” (Diaz P., 2011, pág. 111).

Es la comunicación masiva de cierta información, que se quiere dar a conocer a un determinado grupo de personas sobre un producto o servicio, por medio de la radio, televisión, diario y vallas publicitarias.

2.5.- Estudio técnico

“El estudio técnico es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ellos es necesario identificar tecnologías,

maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc.” (Meza Orozco, 2013, pág. 23).

“El estudio técnico debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado” (Sapag Chain , 2014, pág. 144).

Determinar los recursos necesarios para el funcionamiento del proyecto (tipo de tecnología, a mano de obra, financiamiento, espacio físico, etc.), que se vaya a utilizar durante su operación, mismo que ayudaría a tener un desarrollo óptimo del servicio para lograr satisfacer las necesidades de las personas.

2.5.1.-Tamaño del proyecto

“Es su capacidad de producción del bien o de prestación del servicio durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata”. (Alboledo Velez , 2013, pág. 145)

“Es la capacidad instalada o capacidad de producción la cual viene expresada en unidades de producción por un periodo de tiempo determinado” (Sapag Chain , 2014, pág. 181) .

Es la capacidad instalada propuesta, es decir cuántos productos se elaboraran un determinado tiempo.

2.5.2.-Localización

“Consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario” (Alboledo Velez , 2013, pág. 157).

“La localización analiza los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia” (Sapag Chain , 2014, pág. 203)

La localización de un proyecto, implica el análisis de factores que intervendrán en la ejecución, de los cuales dependerá la rentabilidad del negocio a implementarse.

- **Macro localización**

“Se refiere a la zona general donde se instalará la empresa o negocio” (Alboledo Velez , 2013, pág. 157).

“Macro localización es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determina sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes” (Sapag Chain , 2014, pág. 205).

La macro localización de un proyecto analiza el lugar o región donde se pretende realizar el proyecto en el que se analiza aspectos para la implantación del mismo.

- **Micro localización**

“Es el punto preciso, dentro de la macro-zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio” (Alboledo Velez , 2013, pág. 157)

“Micro localización conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo” (Sapag Chain , 2014, pág. 206)

La micro localización se refiere al lugar exacto donde se levantará las instalaciones donde se estará realizando las actividades que establece el proyecto.

2.5.3.-Ingeniería

“Se define como una propuesta técnica de solución a ciertas necesidades individuales o colectivas, privadas o sociales” (Araujo Arevalo, 2012, pág. 78).

“Se entiende por ingeniería de proyectos, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se define todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto” (Sapag Chain , 2014, pág. 206)

Ingeniería de proyecto hace referencia a todos los recursos necesarios tales como: tecnología, equipos y maquinaria, materia prima, recurso humano, infraestructura, etc. para poner en marcha el proyecto.

2.5.4.-Inversión

“La inversión corresponde al periodo de realización del proyecto. Se inicia cuando se toma la decisión de invertir en el proyecto y termina cuando se concluye la ejecución satisfactoriamente del proyecto” (Diaz P., 2011, pág. 272)

“La inversión constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado” (Sapag Chain , 2014, pág. 262).

La inversión se clasifica en:

- **Inversión fija**

Están formados por todos aquellos bienes tangibles que es necesario adquirir inicialmente y durante la vida útil del proyecto, para cumplir con las funciones de producción, comercialización y distribución de los productos. Los principales rubros que lo integran se describen a continuación: terrenos, construcciones en general y obras civiles, muebles y enseres, vehículos y derechos de propiedad intangible. (Araujo Arevalo, 2012, pág. 103)

Las inversiones fijas son las compras de activos que requiere la empresa para garantizar su funcionamiento inicial.

- **Inversión diferida**

Se integra con las erogaciones para llevar a cabo la inversión del proyecto, desde el surgimiento de la idea hasta su ejecución y puesta en marcha. Usualmente está conformada por: trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos y gastos en patentes y licencias, etc. (Araujo Arevalo, 2012, pág. 105)

Las inversiones diferidas son aquellos derechos y servicios necesarios para el estudio e implantación del proyecto, no están sujetos a desgaste físico.

2.5.5.- Capital de trabajo

“Es el recurso financiero requerido para las operaciones del proyecto, de acuerdo con un programa de acción” (Díaz P., 2011, pág. 273).

FÓRMULA:

$$\textit{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente} \quad (1)$$

Es el dinero que se necesita para poner en marcha el proyecto.

2.5.6.- Flujograma

Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Flujograma> : Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso. Amas de secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas. Ultimo acceso 16 de junio de 2016.

Los flujogramas son una representación gráfica de un procedimiento, es decir, describe de forma secuencial los diferentes procesos que emplee la organización.

2.6.- Estudio financiero

“El estudio financiero consiste en determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios de mercado. Es decir, se requiere medir lo que el proyecto gana o pierde desde el punto de vista comercial-financiero” (Diaz P., 2011, pág. 299)

El estudio financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionar las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (Sapag Chain , 2014, pág. 30)

El estudio financiero uno de los componentes más importantes de todos los proyectos de inversión porque permite analizar la información para saber si es factible o no el proyecto.

2.6.1.- Estados financieros

“Los estados financieros son su manifestación fundamental, pues comunican la situación y el desarrollo financiero de una entidad a una fecha determinada o por un periodo definido; también proveen información de la entidad acerca de su posición financiera, del resultado de sus operaciones y de los cambios en el capital o patrimonio contable y de sus recursos o fuentes. (Romero López , 2013, pág. 85)

Son medios de comunicación que utilizan las empresas para dar a conocer a las personas interesadas los cambios económicos que ha tenido la entidad en periodo determinado.

- Estado de situación financiera

“El estado de situación financiera llamado también balance general o estado de posición financiera, muestra información relativa sobre los recursos y obligaciones financieras de la entidad a una fecha determinada” (Romero López , 2013, pág. 94).

Es el instrumento contable mediante el cual se presenta el efecto acumulado de las operaciones efectuadas en el pasado y es emitido tanto por entidades lucrativas como no lucrativas” (Guadalupe, 2012, pág. 99)

Es un estado que indica la situación financiera de la empresa a una fecha determinada, y da a conocer los recursos que utilizó para alcanzar sus objetivos y sus fuentes de procedencia, sean estas externas o internas.

- Estado de Resultados Integral

“Es un estado de actividad que detalla los ingresos y los gastos durante un periodo de tiempo determinado” (Hansen , 2012, pág. 21).

“Informe contable básico que representa de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado” (Zapata, 2011, pág. 284).

“El estado de resultados informa el resultado de las operaciones de la entidad en un periodo dado, y muestra sus ingresos, costos, gastos, utilidad o pérdida neta del ejercicio” (Romero López , 2013, pág. 86)

El estado de resultados indica la información referente a las operaciones que una entidad ejecuto durante un periodo contable, y muestra sus ingresos, costos y gastos y determina su respectiva utilidad o pérdida neta.

- Estado de Evolución del Patrimonio

El estado de cambios en el patrimonio es un estado financiero básico que muestra los cambios en la inversión de los propietarios o dueños, la utilidad o pérdida neta, o en su caso el resultado integral y el movimiento de las reservas durante el periodo. (Romero López , 2013, pág. 157)

“Es preparado al final del periodo, con el propósito de demostrar objetivamente los cambios ocurridos en la partidas patrimoniales” (Zapata, 2011, pág. 330)

El estado de evolución del patrimonio suministra información acerca del valor de patrimonio neto de la institución y de cómo este varia a los largo del ejercicio contable.

- Estado de Flujo de Efectivo

“Es un estado Financiero que presenta los ingresos de efectivo y lo pagos en efectivo de una entidad durante un periodo determinado” (Hansen , 2012, pág. 22).

“Es el informe contable principal que representa de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo” (Zapata, 2011, pág. 389).

El estado de flujo de efectivo señala en incremento la disminución de los flujos de efectivos y permite analizar la forma en que la empresa obtiene los flujos de efectivo y aquellos factores que pueden afectar su solvencia o liquidez.

2.6.2.- Notas explicativas

Las notas a los estados financieros son explicaciones y análisis que amplían el origen y significado de los datos y cifras que se presentan en éstos; proporciona información acerca de ciertos eventos económicos que han afectado y podrían afectar a la entidad. (Romero López , 2013, pág. 86)

Las notas explicativas son el análisis de los datos o cifras que contienen los estados financieros, y son parte integrante de éstos.

2.6.3.- Proyecciones financieras

“Las proyecciones financieras es el análisis que se desarrolla para anticipar cuáles serán las eventuales ganancias o pérdidas de un proyecto comercial” (Araujo Arevalo, 2012, pág. 137).

Las proyecciones financieras consisten en el análisis de un negocio, lo que permitirá determinar si a futuro existirá una mayor utilidad o pérdidas, es importante porque dependiendo de los resultados del estudio realizado, el empresario podrá tomar decisiones sobre el negocio.

2.6.4.-Valor actual neto (VAN)

“Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente”. (Araujo Arevalo, 2012, pág. 137)

Si el VAN es positivo se considera que es favorable, ya que cubre el valor mínimo de rechazo representado por la tasa de descuento.

Si el VAN es igual o cercano a cero, el proyecto apenas cubre el costo mínimo.

Si el VAN es negativo la rentabilidad está por debajo de la tasa de aceptación, por lo tanto el proyecto debe descartarse.

FÓRMULA:

$$VAN = CF_0 + CF_1/(1+r)^1 + CF_2/(1+r)^2 + CF_3/(1+r)^3 + \dots + CF_n/(1+r)^n \quad (2)$$

Dónde:

CF: Representa el flujo de efectivo

R: tasa de descuento

N: duración de proyecto

El VAN no es más que el valor medido en dinero de hoy.

2.6.5.-Tasa interna de retorno (TIR)

“Es la tasa de actualización que iguala a cero el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto” (Araujo Arevalo, 2012, pág. 136).

“La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace al VAN=0. Es otro de los factores de análisis del proyecto que nos indica principalmente cuan rentable es un proyecto” (Sequeda , 2014, pág. 99).

El indicador TIR muestra la rentabilidad del proyecto.

FÓRMULA:

$$TIR = TRi + (TRs - TRi) \left[\frac{VANi}{VANi - VANs} \right]; \quad (3)$$

TRi = Tasa de redescuento inferior

TRs = Tasa de redescuento superior

VANi= Valor actual neto inferior

VANs= Valor actual neto superior

2.6.6.-Costo de oportunidad

“El costo de oportunidad es la totalidad de los beneficios que se dejan de percibir cuando se selecciona una, de entre dos o varias alternativas de inversión” (Diaz P., 2011, pág. 301).

FÓRMULA:

$$TCO = \left(\frac{CO}{I} \right) * 100\% \quad (4)$$

Dónde:

TCO: Tasa costo de oportunidad

CO: Costo de oportunidad

I: Inversión

El costo de oportunidad es una manera de medir lo que nos cuesta algo.

2.6.7.- Relación costo/beneficio

“Es la cantidad de prima o ganancia extraordinaria, que genera cada peso de inversión, expresado en valor presente” (Alboledo Velez , 2013, pág. 357).

2.6.8.- Punto de equilibrio

“Es aquel en el cual los ingresos provenientes de las ventas son iguales a los costos de operación y de financiación. Este punto también se denomina umbral de rentabilidad” (Alboledo Velez , 2013, pág. 308).

FÓRMULA:

$$PE = \frac{CF}{VBP - CV} \quad (5)$$

Dónde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos fijos

CV= Costos variables

VBP=Valor bruto de la producción: ingresos máximos estimados o ingresos al 100% de la capacidad instalada.

Es un método utilizado para determinar el punto en que las ventas con iguales a los costos y gastos, es decir, la empresa no tenga perdidas ni obtiene utilidades.

2.6.9.- Periodo de recuperación de la inversión

El método de periodo de recuperación, conocido también como método de reembolso, tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él” (Ortega Castro, 2010, pág. 309).

El tiempo de recuperación se entiende como el periodo (años, meses y días) necesario para recuperar la inversión que se realizó en el proyecto.

2.6.10.- Rentabilidad

“La rentabilidad se entiende como la búsqueda y obtención de máximas utilidades respecto a un volumen de inversión dado” (Ortega Castro, 2010, pág. 303).

La rentabilidad se refiere a las utilidades que una determinada inversión vaya a generar, es decir, si es rentable es aceptable

2.6.11.- Análisis financieros

“El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores financieras” (Ortega Castro, 2010, pág. 303)

2.6.12.- Indicadores financieras

“Los indicadores financieros son utilizados para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada” (Romero López , 2013, pág. 242)

- Índice de liquidez

“El índice de liquidez conocida también como razón circulante muestra el monto de recursos que la empresa destina a cubrir las erogaciones necesarias para cubrir su operación” (Araujo Arevalo, 2012, pág. 133)

FÓRMULA:

$$\text{Índice de liquidez} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}} \quad (6)$$

El índice de liquidez permite identificar el grado de liquidez con que cuenta la entidad para cubrir sus obligaciones contraídas durante su operación.

- Índice de endeudamiento

El índice de endeudamiento permite medir la porción de activos financiados por deuda, cuyo resultado se expresa normalmente en porcentaje, relaciona la cantidad de recursos que han sido aportados por fuentes externas a la entidad, tanto a corto como a largo plazo. (Romero López , 2013, pág. 243)

FÓRMULA:

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \quad (7)$$

Este índice permite identificar el grado de endeudamiento que tiene la empresa, y su capacidad para asumir sus pasivos durante su proceso contable.

- Indicador de rentabilidad

“El índice de rentabilidad llamada también índice de productividad representa las utilidades en relación con la inversión necesaria para obtenerlas, o la utilidad generada por los activos” (Romero López , 2013, pág. 246).

FÓRMULA:

$$\text{Índice de rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \quad (8)$$

Este índice permite medir el nivel o grado de rentabilidad que obtiene la empresa ya sea con respecto a las ventas, monto de los activos de la empresa, a fin de saber la utilidad generada.

2.6.13.- Impuestos

“El impuesto es un tributo de tipo pecuniario que las personas naturales o jurídicas obligadas a llevar contabilidad deben pagar a favor del Estado, y que es utilizada para financiar sus gastos de funcionamiento” (Díaz P., 2011, pág. 439)

Los impuestos son la contribución que las personas y empresas obligadas a llevar contabilidad deben pagar a favor del Estado, mismos que son usados para financiar obras a favor del pueblo. Dentro de estos impuestos tenemos: Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a la Renta, Impuesto a los Consumos Especiales, Retenciones en la Fuente, etc.

2.7.- Estructura organizacional

“El estudio organizacional es el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto” (Meza Orozco, 2013, pág. 28).

“Es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una empresa para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación” (Sapag Chain , 2014, pág. 227).

Esta estructura define la forma de organización que requiere la unidad empresarial, es decir, sus necesidades funcionales y reglamentos que regularan sus actividades durante su operación.

2.7.1.- Organización

“La organización permite la asignación de personal especializado en los diferentes puestos que permita un adecuado uso de recursos, y así lograr los objetivos establecidos”. (Meza Orozco, 2013, pág. 28)

Hace referencia al equipo de trabajo quienes ocuparan sus respectivos puestos de trabajo dentro de la empresa, siempre en función de la obtención de los objetivos.

- Misión

“La misión es la razón de ser, es el propósito o motivo por el cual existe, y por tanto, da sentido y guía sus actividades” (Rodríguez R. A., 2011, pág. 60).

“La misión es lo que hace la empresa para satisfacer una necesidad de los usuarios y clientes” (Rodríguez H. S., 2011, pág. 279).

Es el motivo por la cual se creó la empresa, es decir, que va hacer por sus clientes al que va dirigido.

- Visión

“Es una declaración que ayuda a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo” (Rodríguez R. A., 2011, pág. 61).

“La visión es mental, es la manera de pensar de todos los miembros de la empresa, sobre todo de la alta dirección” (Rodríguez H. S., 2011, pág. 279)

Son los objetivos que la empresa desea alcanzar dentro de un determinado tiempo en beneficio de todos sus colaboradores.

- Valores

“Los valores son importante para el estudio del desarrollo organizacional porque establecen las bases para la comprensión de las actitudes y la motivación; además influyen en las percepciones” (Hernández, 2011, pág. 19).

“Los valores son creencias altamente arraigadas de todos los que participan en la organización para alcanzar la estrategia” (Rodríguez H. S., 2011, pág. 280).

Los valores son principios que nos permite orientar nuestro comportamiento dentro o fuera de una organización en función de realizarnos como personas.

- Políticas

“La política son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repita dentro de la organización” (Hernández, 2011, pág. 19).

Son normas y responsabilidades de cada área, mismas que son dictadas desde el nivel jerárquico más alto de la empresa, que complementa el logro de los objetivos de la organización.

- Organigrama

Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>: Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, incluyen las estructuras departamentales, y en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competencias de vigor. Último acceso 19 de junio de 2016

El organigrama es una herramienta que permite definir la estructura organizacional de una determinada organización.

- **Orgánico Estructural**

“El orgánico estructural describe los niveles de los órganos de autoridad, coordinación y apoyo, así como sus interrelaciones” (Diaz P., 2011, pág. 385)

Se trata de que en una empresa existan cargos y funciones para cada miembro de la organización, a fin de que las actividades se ejecuten de forma organizada.

- **Orgánico Funcional**

“El orgánico funcional es aquellos en el cual la división del trabajo se hacen agrupando especialistas que realizan un trabajo semejante, y garantizan eficacia en su realización, y permite multiplicar y optimizar el uso de los recurso en una organización” (Diaz P., 2011, pág. 385).

Son las funciones que deben cumplir de manera eficiente cada representante y miembro de la empresa en beneficio de la misma.

2.7.2.- Base legal

Recuperado de <http://aceproject.org/main/espanol/ei/eic.htm> (s.f.): “La base legal son las bases sobre la cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política”. Último acceso el 25 de marzo de 2016.

Son las leyes a las que una empresa debe sujetarse para no cometer ningún tipo de infracción que afecte a futuro sus intereses.

CAPÍTULO III

3.- ESTUDIO DE MERCADO

Para el presente proyecto mediante el estudio de mercado se evaluará el nivel de aceptación de la cafetería estilo europeo-americana en su mercado meta, utilizando la información obtenida mediante la aplicación de las encuestas, donde se determine el comportamiento de los consumidores, las necesidades de consumo e identificar el producto que satisfaga su necesidad; también se analizará la competencia existente en el cantón Cotacachi.

3.1.- Introducción

Para la elaboración del estudio de mercado cabe señalar que se realizó en el cantón Cotacachi, al sector urbano, tomando en cuenta a una población económicamente activa de 6.506 personas tanto hombres como mujeres, de los cuales se ha tomado a las personas de 19 a 45 años de edad en adelante, incluyendo una población de entre 450 extranjeros residentes en el cantón; se ha sumado también una población de 179.000 personas entre extranjeras y nacionales que visitan Cotacachi anualmente; en las cuales se calculó el tamaño de la muestra con un nivel de confianza del 95% y un error del 5% obteniendo así una muestra de 383 personas. Con la aplicación de la encuesta y una observación directa a varias cafeterías se estudiaron los precios, productos similares que se comercializan, lo cual aportó al desarrollo del proyecto.

3.2.- Objetivos del estudio de mercado

3.2.1.- Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para la creación de una cafetería estilo europeo-americana en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

3.2.2.- Objetivos específicos

- a) Determinar las características que debe poseer el producto y el servicio de cafetería estilo europeo americana.
- b) Determinar el mercado meta y el segmento de mercado al cual está dirigido el servicio de cafetería
- c) Identificar el comportamiento de la demanda con respecto a la creación de la cafetería estilo europea americana
- d) Identificar el comportamiento de la oferta
- e) Analizar el precio que el cliente potencial estaría dispuesto a pagar por el producto y servicio.
- f) Analizar estrategias de promoción para dar a conocer el servicio.

3.3.- Variables

- a) Servicio
- b) Mercado meta
- c) Demanda
- d) Gustos y preferencias
- e) Oferta
- f) Precio

g) Promoción

3.3.1.- Indicadores

➤ Servicio

a) Descripción del producto y servicio

b) Competencia

➤ Mercado

a) Aspecto demográfico

b) Aspecto económico

➤ Demanda

a) Poder adquisitivo

b) Proyección de la demanda

➤ Gustos y preferencias

a) Calidad del producto

b) Precios

c) Ambiente del establecimiento

➤ Oferta

a) Servicio de cafetería

➤ Precios

a) Fijación de precios

b) Precios actuales del servicio

➤ Promoción

a) Estrategias de promoción

3.3.2- Matriz de relación de las variables del mercado

Cuadro 4 Matriz de Relación de las Variables del Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS	PÚBLICO META
a) Determinar las características que debe poseer el producto y el servicio de cafetería estilo europeo americana.	Servicio y Producto	Descripción del servicio	Primaria	Encuestas	Habitantes del cantón Cotacachi
		Competencia			
b) Determinar el mercado meta y el segmento de mercado al cual está dirigido el servicio de cafetería	Mercado meta y segmento de mercado	Aspecto demográfico	Secundaria	Lincografía	Habitantes del cantón Cotacachi
		Aspecto económico	Primaria	Encuestas	
c) Identificar el comportamiento de la demanda con respecto a la creación de la cafetería estilo europea americana	Demanda	Poder adquisitivo	Primaria	Encuestas	Habitantes del cantón Cotacachi
		Proyección de la demanda	Primaria	Bibliografía	
		Gustos y preferencias del consumidor	Primaria	Encuestas	
d) Identificar el comportamiento de la oferta	Oferta	Servicios de cafetería	Secundaria	Bibliografía	
e) Analizar el precio el cual el cliente potencial estaría dispuesto a pagar por el producto y servicio.	Precios	Fijación de precios	Primaria	Encuestas	Cafetería
		Precios actuales del servicio	Primaria	Observación	
f) Analizar estrategias de promoción para dar a conocer el servicio.	Promoción	Publicidad	Primaria	Encuesta	Habitantes del cantón Cotacachi

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

3.4.- Identificación del servicio

La cafetería estilo europea americana en Cotacachi ofrecerá a sus clientes un servicio diferenciado con productos de calidad que reconozca y valore las bondades del café ecuatoriano, que vuelva mágica la sensación de servirse una taza de café preparada de manera artesanal estilo americano; disfrutando de un ambiente y decoración estilo europeo



Gráfico 1 Imagen del servicio

Elaborado por: Las Autoras:

En cuanto a la tipo de bebidas que se ofertarán existen las siguientes

- Bebidas calientes

Entre las más relevantes están: expreso, capuchino, americano, mocachino, café al Ron, tintos, chocolate tradicional y aromáticas.

- Bebidas frías:

Malteadas jugos, batidos, cocteles.

- Entremeses:

Postres a base de diferentes frutas, brownies, muffies, sándwiches, galletas, postre ecuatorianos entre otros.

3.4.1.- Análisis del servicio a ofrecer

La cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi será un lugar que se diferenciará de su competencia, por ofertar productos de excelente calidad, contará con un ambiente acogedor, una infraestructura diseñada con espacios personalizados de acuerdo a las necesidades del cliente por ejemplo: asuntos de negocios, celebración de fechas importantes; área de relajación. Además contará también con personal capacitado para brindar un servicio que satisfaga al cliente.

Dentro del servicio de cafetería el cliente podrá deleitarse con los siguientes productos:



Café Americano,



Espresso,



Capuccino,



Mocaccino



Chocolate



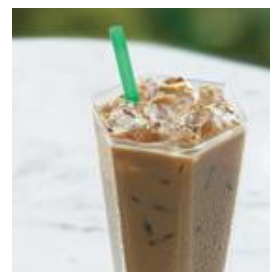
Café Latte



Café Mocha Blanco



Té,



Helado Vainilla Latte



Helado Café Mocha Blanco



Fresa Cream



Malteada



Muffin con Pasas



Panqué de Naranja



Tarta de Mora



Cheese Cake de Frambuesa



Chocolate chip cookies



Sandwich Clásico



Quimbolitos



Arepas



Humitas

3.4.2.- Servicios sustitutos

Dentro de los servicios sustitutos a la cafetería que se encuentran en el cantón Cotacachi existen restaurantes, heladerías y bares donde frecuentan personas de todas las edades a degustar los productos que estos establecimientos ofrecen.

3.4.3.- Mercado meta

Para este proyecto el mercado meta se encuentra en el cantón Cotacachi el cual está conformado por 40.036 habitantes entre hombres y mujeres. Cabe resaltar que actualmente existe una concentración de extranjeros residentes en el cantón de entre 450 a 500 familias aproximadamente.

3.4.4.- Segmentación de mercado

Para determinar el segmento de mercado al cual está dirigido el servicio de la cafetería se consideraron los siguientes aspectos:

➤ **Aspecto demográfico**

El servicio de cafetería está dirigido tanto a hombres y mujeres del cantón Cotacachi de edades comprendidas entre 19 años en adelante identificados como clientes potenciales debido a que están en capacidad de generar sus propios recursos económicos.

➤ **Aspecto económico**

Dentro del cantón Cotacachi se cuenta con personas de niveles socio económicos altos, medios altos, medios, medios bajos y bajos; determinados en base a sus ingresos mensuales. Este proyecto está dirigido a un nivel socio económico medio, medio alto y alto; pero esto no significa que las personas que se encuentran en otros niveles económicos no puedan acceder a este servicio; por lo que los precios se fijarán en base a la inflación y situación económica que tiene el país, poniendo a disposición del cliente un servicio que esté al alcance de su poder adquisitivo y satisfaga su necesidad.

3.4.5.- Población y muestra

➤ Identificación de la población

La población a ser considerada dentro del presente estudio es la población económicamente activa (PEA) ocupada del cantón Cotacachi misma que según el censo del año 2010 son 6.506, de un total de 40.036 habitantes de los cuales se ha tomado a las personas de 19 a 45 años en adelante para el cálculo de la muestra, incluido una población aproximada de 450 extranjeros residentes en el cantón, a esta muestra se le suma 179.000 turistas nacionales y extranjeros que visitan Cotacachi anualmente.

➤ Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra a ser estudiada, se realizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \delta^2}{(e)^2(N-1) + Z^2 \delta^2} \quad (9)$$

Dónde:

n= número de encuestas a levantar

N= población a investigar

Z= nivel de confianza 95% (1.96)

δ²= 0.25 que es el valor de la varianza constante

e= 0.05 que es el error del muestreo del 5%

Dando resultado lo siguiente:

$$n = \frac{185.506 * (1.96)^2 * (0.25)}{(0.05)^2(185.506 - 1) + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{178.159,9624}{463,7625 + 0,9604}$$

$$n = \frac{178.159,9624}{464,7249}$$

$$n = 383$$

Una vez realizado el cálculo se obtuvo una muestra de 383 habitantes del cantón Cotacachi a quienes se aplicó la encuesta de forma aleatoria, mismos que proporcionaron la información necesaria e importante para el desarrollo del proyecto.

3.4.6.- Fuentes de información

La información primaria se obtuvo de forma directa de los habitantes del cantón Cotacachi, por medio de los instrumentos de investigación:

➤ **Encuesta**

Se aplicó la encuesta con el objetivo de determinar la posibilidad y aceptación para crear una cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi provincia de Imbabura.

➤ **Observación**

La observación como técnica de investigación fue muy importante para conocer los servicios, productos y precios que se ofertan en una cafetería.

➤ **Información secundaria**

De forma conjunta a la información primaria se obtuvo información de fuentes secundarias como libros, revistas, internet y opinión de expertos con el objetivo de sustentar a información a investigar.

3.4.7. Resultados de las encuestas aplicadas a los habitantes del catón Cotacachi

1) Género

Tabla 1 Género

GÉNERO	Frecuencia	%
FEMENINO NACIONALES	111	29%
MASCULINO NACIONALES	96	25%
FEMENINO EXTRANJEROS	104	27%
MASCULINO EXTRANJEROS	72	19%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

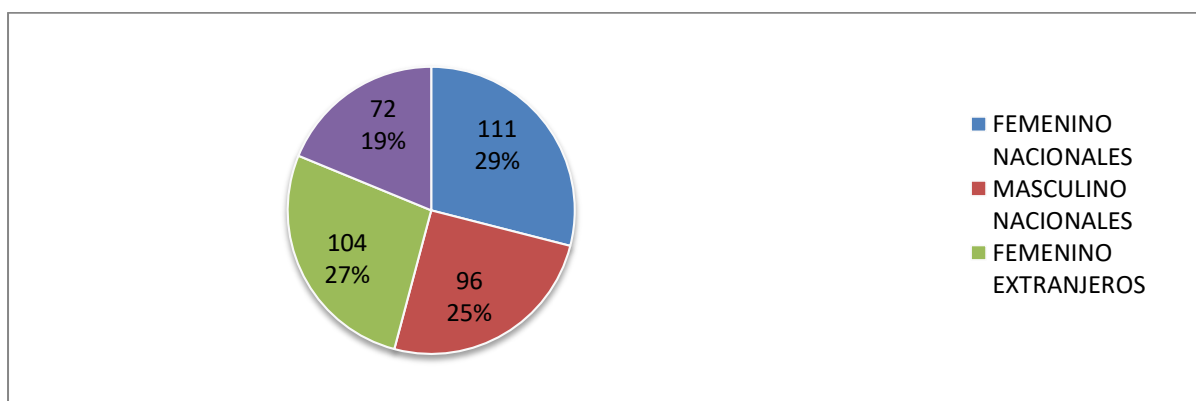


Gráfico 2 Género

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo a las encuestas aplicadas se observa que existe una distribución proporcional de las personas nacionales y extranjeras.

2) Distribución Poblacional

Tabla 2 Distribución poblacional

DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL	Frecuencia	%
NACIONALES	207	54%
EXTRANJEROS	176	46%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

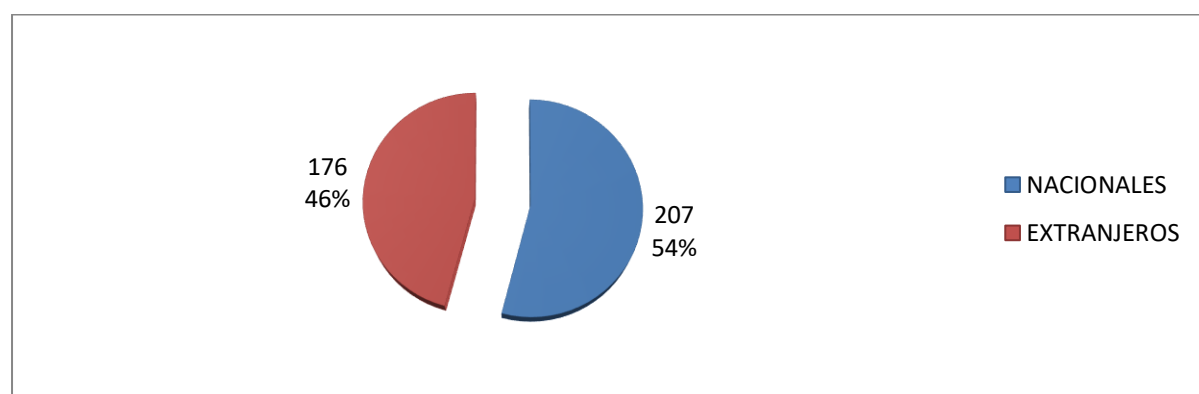


Gráfico 3 País de Origen

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Se observa en el gráfico que la mayor parte de la población muestra son personas del cantón Cotacachi y la otra parte de la población es extranjera, ellos al igual que las personas del Cantón Cotacachi son una parte importante para llevar a cabo el proyecto.

3) Edad

Tabla 3 Edad

EDAD	Frecuencia	%
19-25	44	11%
26-33	72	19%
34-41	60	16%
42 o más	207	54%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

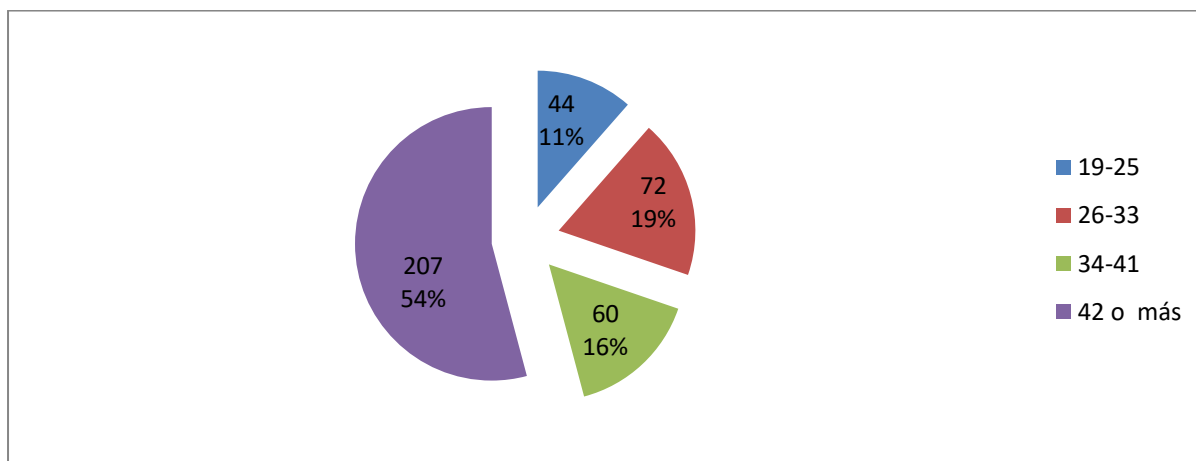


Gráfico 4 Edad

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De las encuestas realizadas se determina que un poco más de la mitad de la población muestra se encuentra entre los 42 años de edad en adelante dentro incluyendo a personas nacionales y extranjeras residentes y visitantes.

4) Profesión

Tabla 4 Profesión

PROFESIÓN	Frecuencia	%
ESTUDIANTE	27	7%
NEGOCIO PROPIO	63	17%
EMPLEO RELACIÓN DE DEPENDENCIA	166	43%
JUBILADO	127	33%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

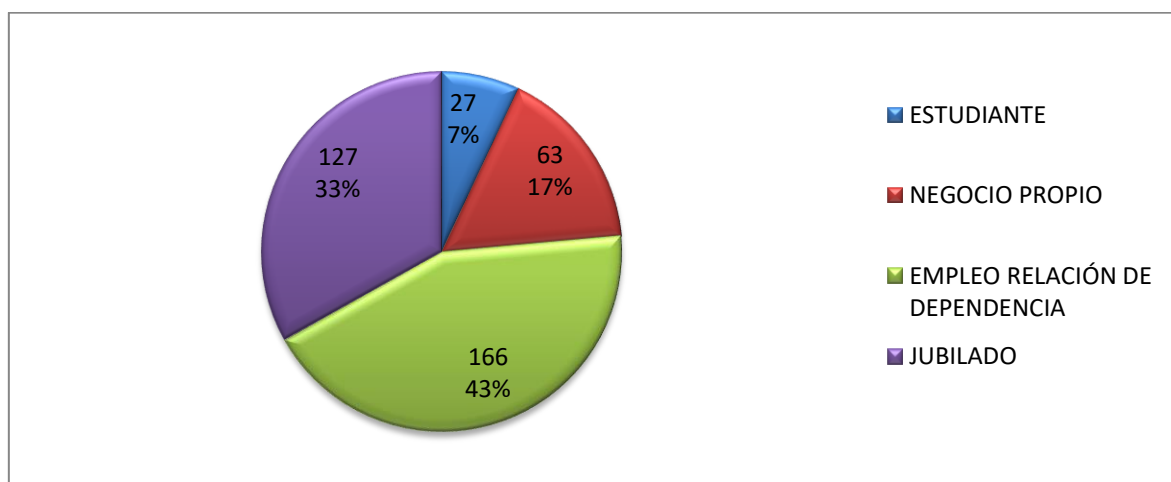


Gráfico 3.1 Profesión

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Según las encuestas aplicadas a la muestra de 383 personas indica que el 166 de los encuestados son empleados con relación de dependencia pero cabe recalcar que la mayoría se debe a las personas del cantón, mientras que el 127 son jubilados en este caso la mayoría es por los residentes extranjeros del cantón, seguido por 63 que cuentan con negocios propios y 27 son estudiantes.

5) ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Tabla 5 Ingresos Mensuales

INGRESOS MENSUALES	Frecuencia	%
ENTRE \$400.00- \$600.00	76	20%
ENTRE \$650.00 Y \$800.00	85	22%
MÁS DE \$900.00	222	58%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

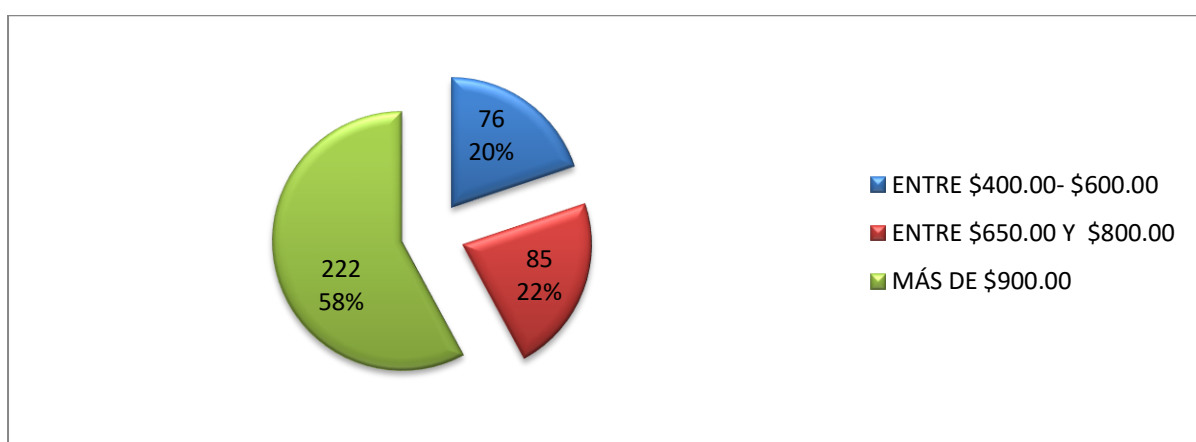


Gráfico 5 Ingresos Mensuales

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo a las encuestas aplicadas se puede observar que el promedio de ingresos mensuales de los encuestados tanto nacionales como extranjeros es la fracción más grande con ingresos de \$ 900,00 dólares.

6) ¿Usted toma café?

Tabla 6 Consumo de café

CONSUMO	Frecuencia	%
SI	313	82%
NO	70	18%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

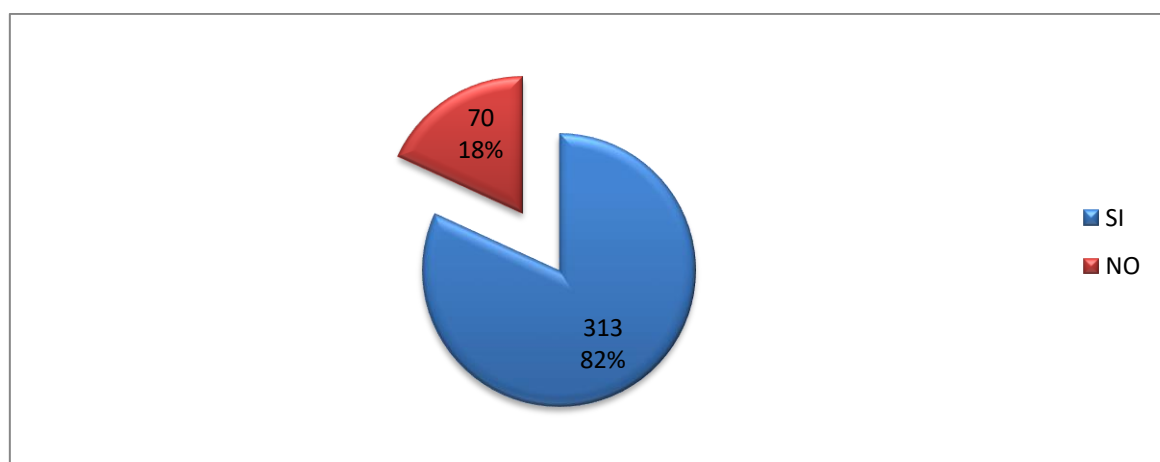


Gráfico 6 Consumo de café

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Una vez realizado las encuestas a una muestra de 383 personas tanto nacionales como extranjeros del Cantón Cotacachi se tiene como resultado que la gran parte SI toma una taza de café; mientras que la diferencia es una mínima cantidad que consume café; por no ser de su agrado o por recomendaciones médicas.

7) ¿Que tan frecuente toma café?

Tabla 7 Frecuencia del consumo de café

CONSUMO DE CAFÉ	Frecuencia	%
UNA VEZ AL DÍA	167	44%
VARIAS VECES AL DÍA	146	38%
UNA VEZ A LA SEMANA	70	18%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

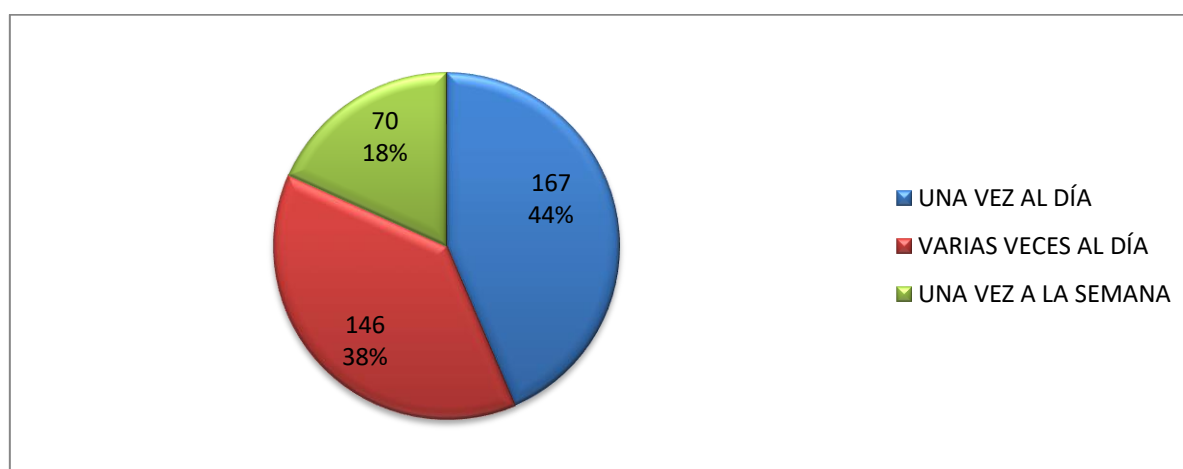


Gráfico 7 Frecuencia del consumo del café

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

A través de las encuestas aplicadas se observa que la muestra se fracciona en tres partes donde dos de ellas, son las más grandes, de consumir una vez por día el café y con menos de 21 personas le sigue consumir varias veces al día café.

8) ¿Cuál de las siguientes clases de café es su preferido?

Tabla 8 Café Preferido

CAFÉ PREFERIDO	Frecuencia	%
ESPRESSO	114	30%
CAPUCCINO	95	25%
AMERICANO	83	22%
MOCACCINO	48	13%
OTRO	42	10%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

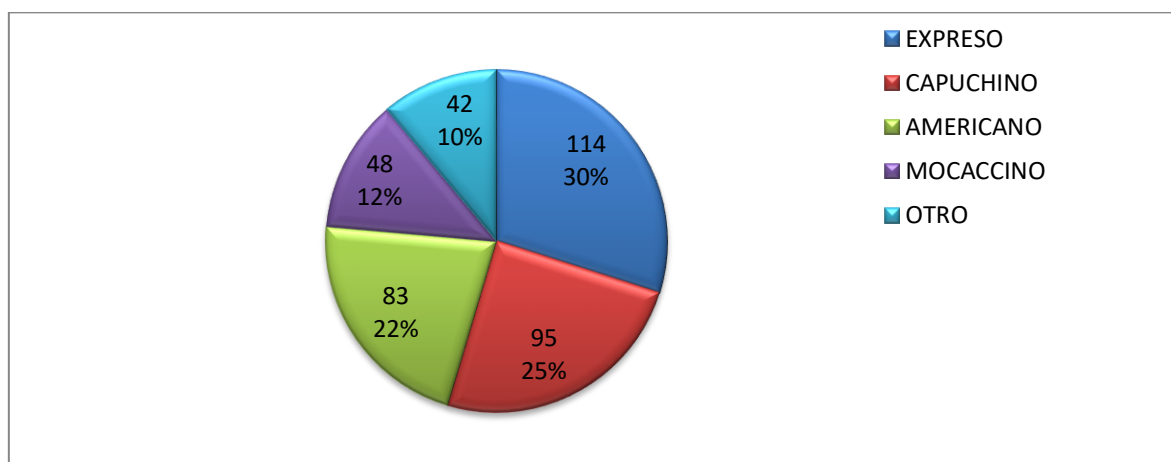


Gráfico 8 Café Preferido

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo a las encuestas aplicadas se puede decir que existe una mayor preferencia por el café expreso, seguido por capuchino, americano, mocaccino y otro tipo de café.

Cabe recalcar que estos resultados son de acuerdo a los gustos y preferencias de los residentes nacionales y extranjeros del Cantón.

9) ¿A qué hora del día usted consume café?

Tabla 9 Hora del día en que toma café

HORA DEL DÍA EN QUE TOMA CAFÉ	Frecuencia	%
EN LA MAÑANA	235	61%
EN LA TARDE	53	14%
EN LA NOCHE	53	14%
TODO EL DÍA	43	11%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

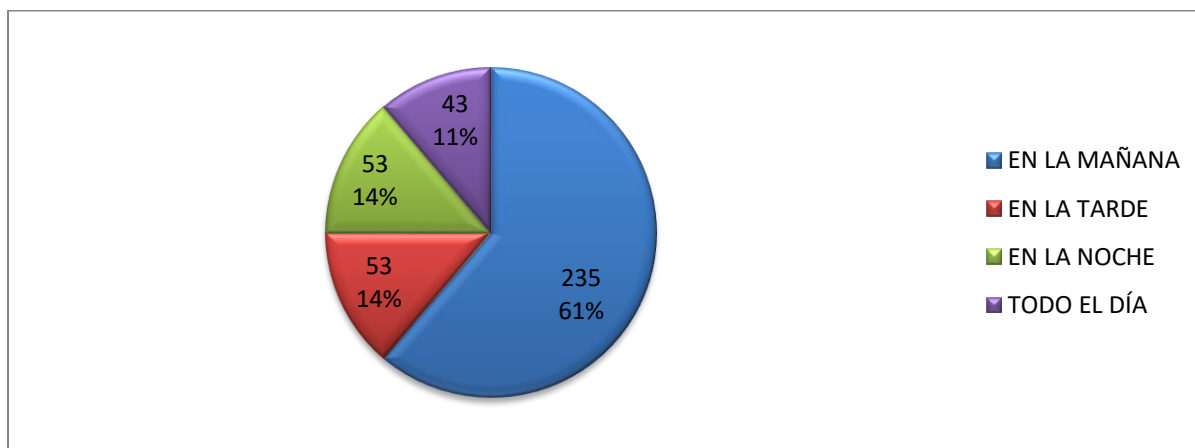


Gráfico 9 Hora del día en que toma café

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En lo que respecta al horario del consumo del café, se puede observar en el gráfico que la mayor parte de las personas prefieren tomar café por la mañana, mientras que una mínima parte lo prefiere consumir en la noche, tarde o varias veces durante el día.

10) ¿De los siguientes sitios, a cual usted acude frecuentemente para consumir café?

Tabla 10 Lugares a los que acude frecuentemente a tomar café

LUGARES	Frecuencia	%
SOLID ROCK	33	9%
CASA DE FRUTAS	10	3%
CAFÉ RÍO ÍNTAG	122	32%
BAR Y ARTE	21	5%
LAFAYETTE	31	8%
OTRO	164	43%
TOTAL	362	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

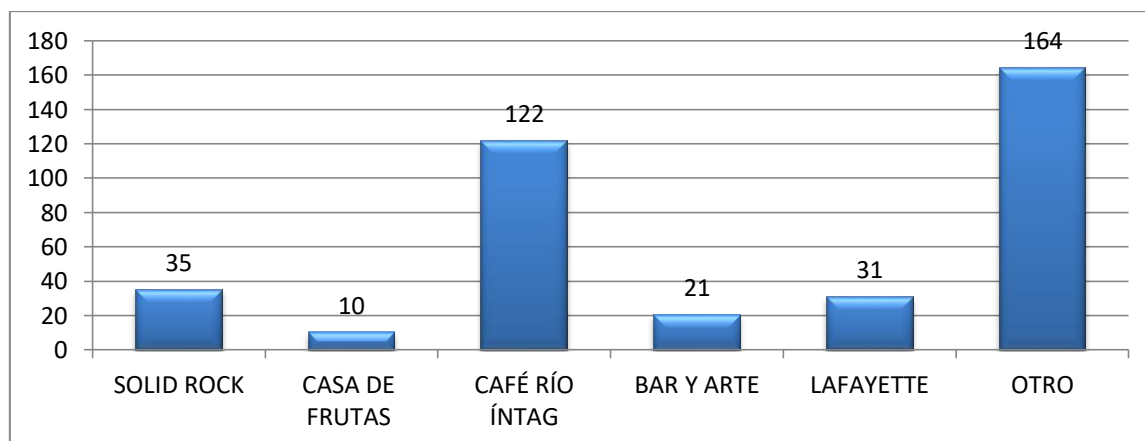


Gráfico 10 Lugares a los que acude frecuentemente a tomar café

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

De acuerdo a las encuestas se determina que la mayoría de personas prefieren tomar café a otros sitios del cantón, manifestando que prefieren consumirlo en sus hogares seguido por una gran parte de personas que acuden al Café Río Intag; se lo considera un potencial competidor en el mercado de servicios de cafetería.

11) ¿Qué prioriza en una cafetería?

Tabla 11 Qué prioriza en una cafetería

FACTORES	Frecuencia	%
LOCALIZACIÓN	43	11%
INFRAESTRUCTURA	37	10%
LIMPIEZA	77	20%
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	105	27%
PRECIO	55	14%
SERVICIO	67	18%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

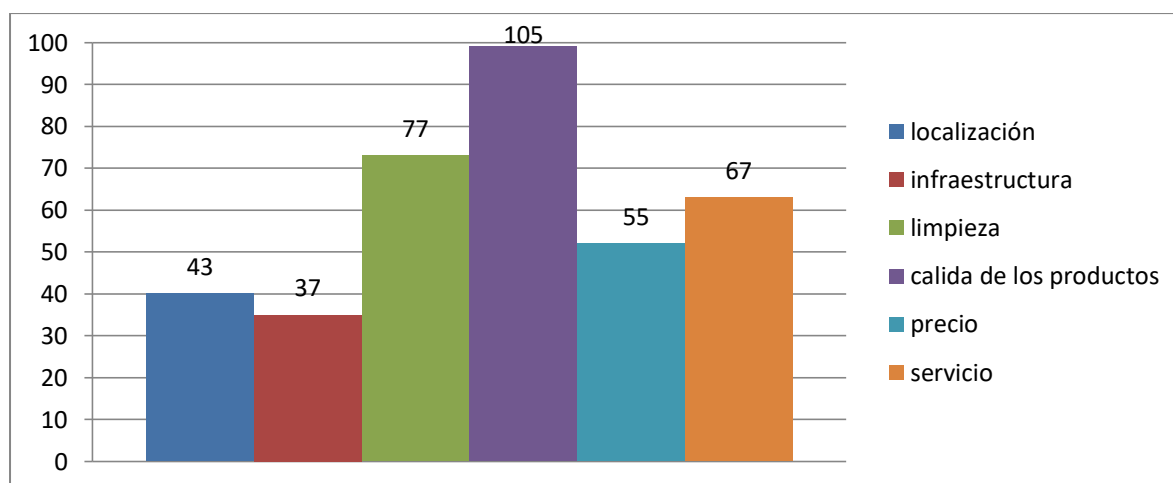


Gráfico 11 Qué prioriza en una cafetería

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

En las encuestas realizadas se puede observar 3 factores que sobresalen en el gráfico y son: la calidad de los productos aspecto importante que los clientes toman en cuenta al momento de visitar una cafetería, seguido por la limpieza y el servicio.

12) ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos?

Tabla 12 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos

CAFÉ EXPRESSO			
INTERVALOS	Frecuencia	%	
\$1,00 - \$1,25	306	80%	
\$1,50- \$1,75	77	20%	
TOTAL	383	100%	

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

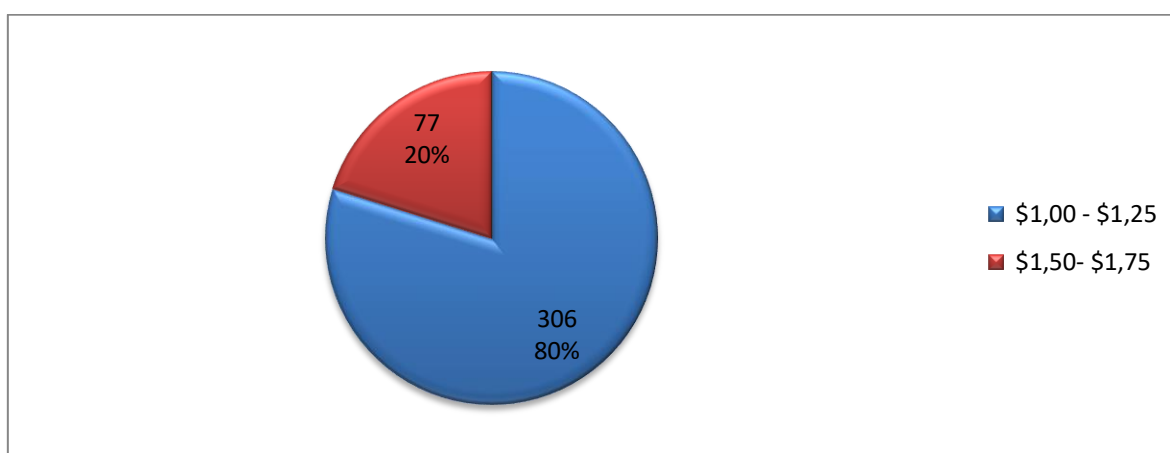


Gráfico 12 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

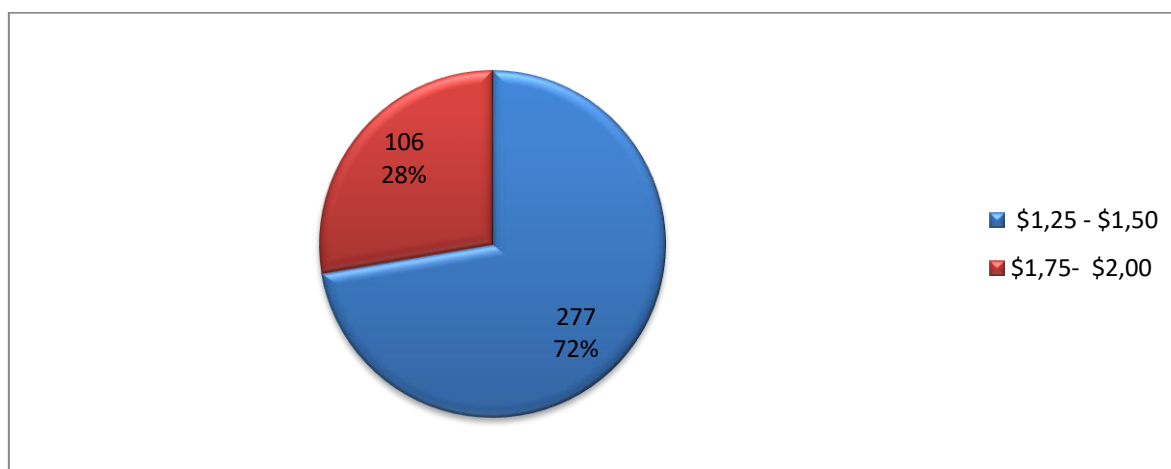
El 80% de las personas nacionales y extranjeras están dispuestas a pagar por el café expreso \$ 1,25; y el 20% restante pagarían un \$ 1,75 por la misma.

Tabla 13 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos

CAFÉ AMERICANO			
Intervalos	Frecuencia	%	
\$1,25 - \$1,50	277	72%	
\$1,75- \$2,00	106	28%	
TOTAL	383	100%	

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 13 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos**

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

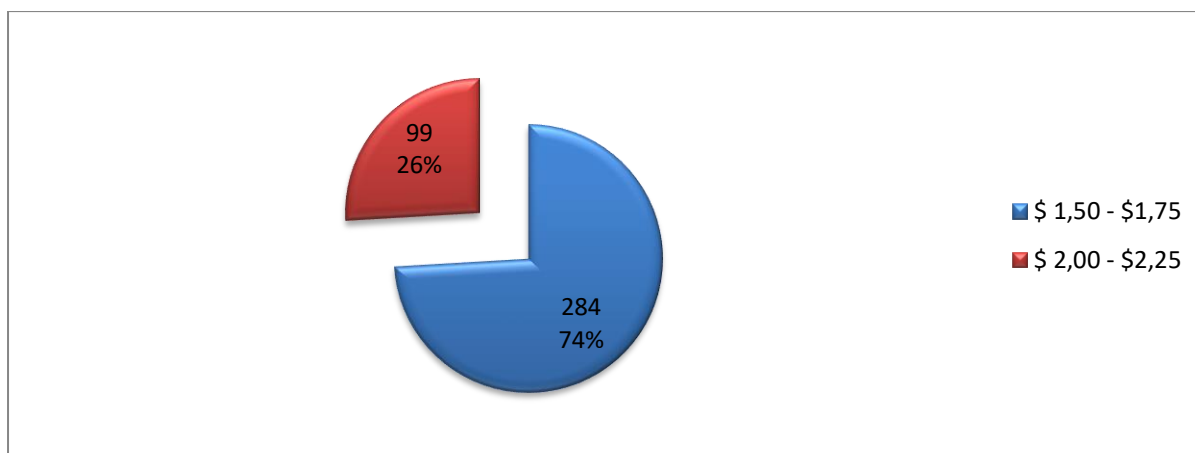
El 72% de las personas nacionales y extranjeras están dispuestas a pagar por el café americano \$1,50; y el 28% restante pagarán \$2,00 por la misma

Tabla 14 *Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos*

CAFÉ CAPUCHINO		
INTERVALOS	Frecuencia	%
\$ 1,50 - \$1,75	284	74%
\$ 2,00 - \$2,25	99	26%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 14** *Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos*

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

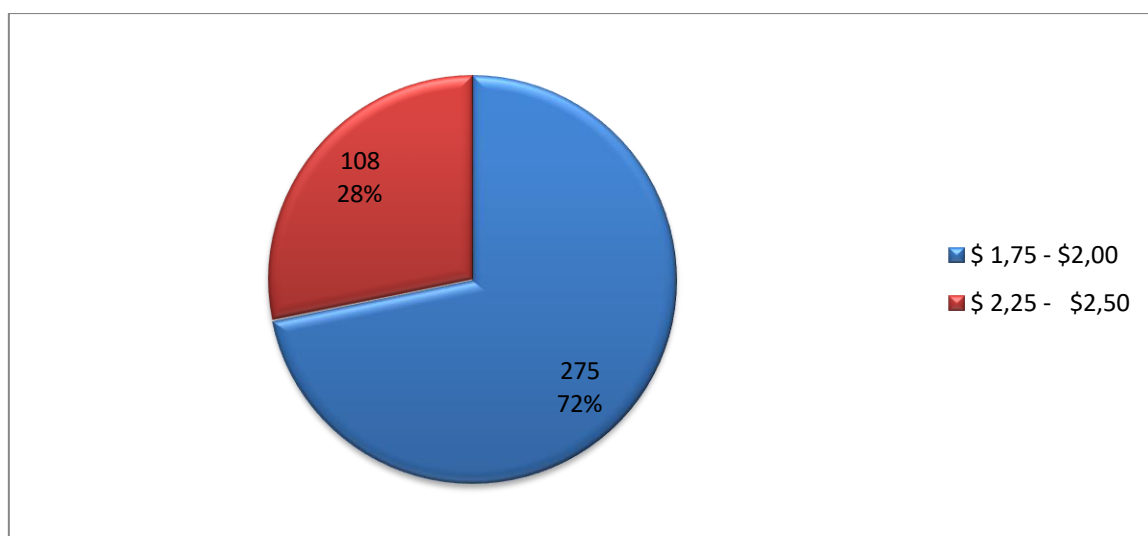
La mayor parte de personas nacionales y extranjeras indican estar dispuestas a pagar por el café capuchino 1,75; y la población restante del 28% indica que pagarían un 2,25 por la misma.

Tabla 15 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos

CAFÉ MOCACHINO		
INTERVALOS	Frecuencia	%
\$ 1,75 - \$2,00	275	72%
\$ 2,25 - \$2,50	108	28%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

**Gráfico 15 Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos**

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Indica de acuerdo al gráfico que una gran mayoría de las personas nacionales y extranjeras están dispuestas a pagar por el café Mochachino 2,00; y pocas personas que pagarían un 2,50 por la misma.

13) ¿Cuánto suele gastar en una cafetería?

Tabla 16 Consumo

CONSUMO	Frecuencia	%
MENOS DE \$10.00	294	77%
\$10-\$15	70	18%
\$15-\$20	15	4%
MÁS	3	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

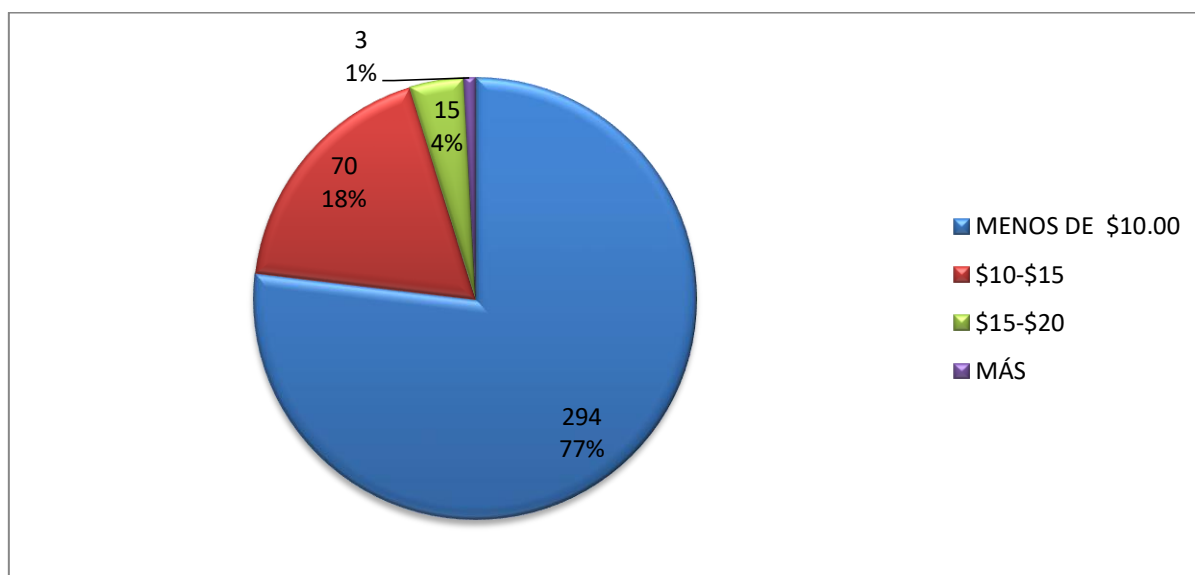


Gráfico 16 Consumo

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Se puede determinar una gran mayoría de personas nacionales y extranjeras consumen menos de \$10,00 dólares, al contrario de pocas que consumen más de \$ 20,00 dólares.

14) ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca de la nueva cafetería?

Tabla 17 Medio de comunicación para publicidad

PUBLICIDAD	Frecuencia	%
Televisión	40	12%
Internet/Facebook/ e-mail	171	45%
Volantes	41	11%
Posters	18	5%
Boca a boca	98	25%
No interesa	89	2%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

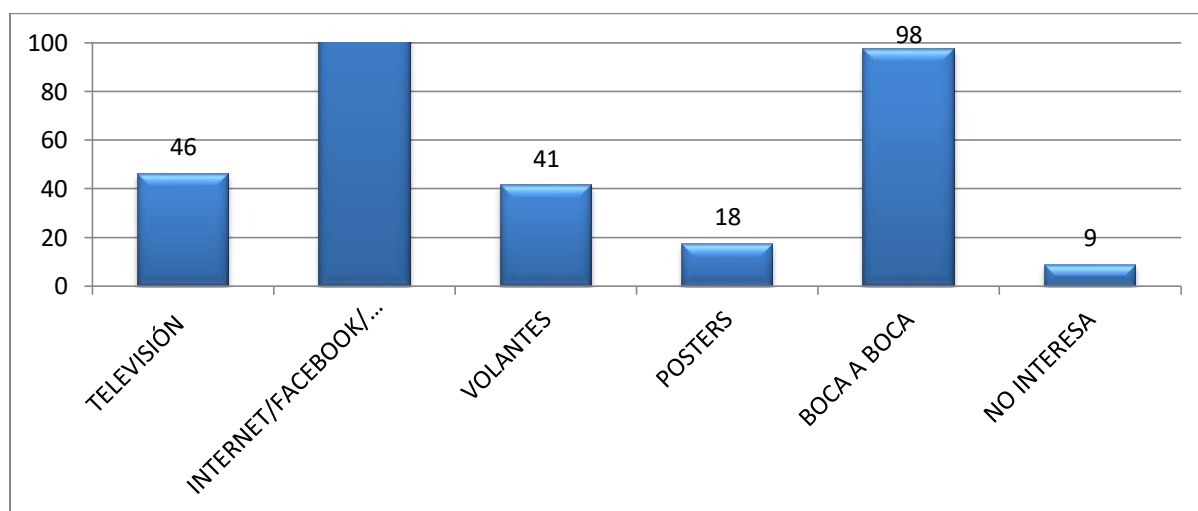


Gráfico 17 Medio de comunicación para publicidad

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Una vez realizado las encuestas se determina que una gran mayoría de personas nacionales y extranjeros le gustaría recibir información acerca de una nueva cafetería a través del internet, seguida como segunda opción la publicidad boca a boca.

15) ¿Con qué tipo de producto le gustaría consumir café?

Tabla 18 Producto para acompañar una taza de café

PRODUCTO	Frecuencia	%
PASTELES	77	20%
QUIMBOLITOS	25	7%
EMPANADAS	53	14%
HUMITAS	45	12%
HAMBURGUESAS	76	20%
SANDUCHE	40	10%
AREPAS	37	10%
OTROS	30	8%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

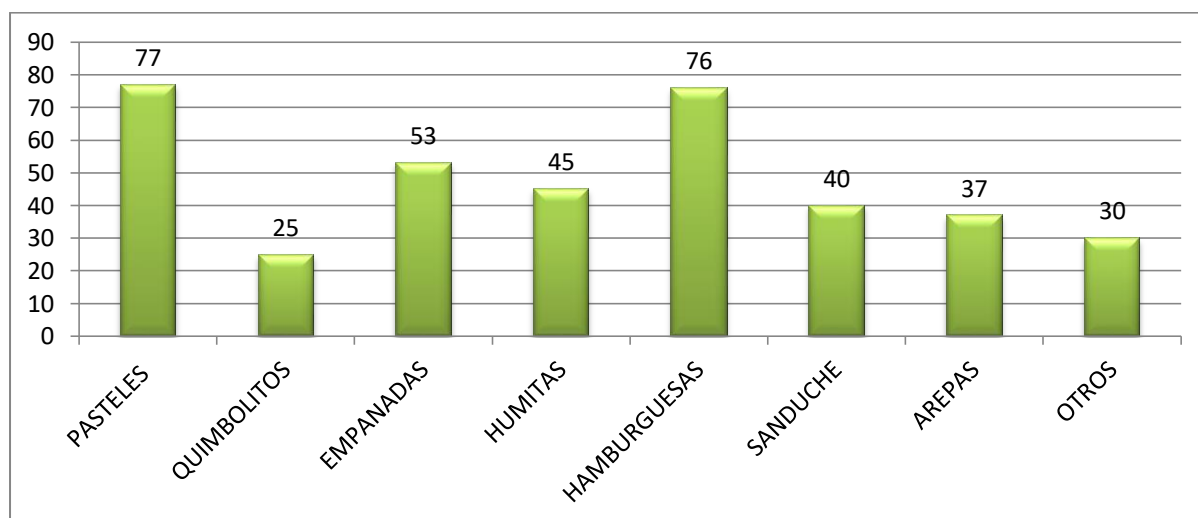


Gráfico 18 Producto para acompañar una taza de café

Fuente: Encuesta a la demanda del Cantón Cotacachi, diciembre 2015

Elaborado por: Las Autoras

Análisis:

Las personas encuestadas indican que prefieren acompañar su bebida con diversos productos, es por eso que sea creado un menú con productos dulces y salados para satisfacer las necesidades de los clientes.

3.4.8.- Entrevista

ENTREVISTA CAFETERÍA RÍO INTAG

Fecha: 17 -12- 2015

Nombre del entrevistado: Abigail Lara

1. ¿Qué le motivo a empezar su negocio?

La idea nace de ser un emprendedor independiente con la creación de su propia empresa ya que la rutina de trabajar en oficina no complacía con todas sus expectativas.

2. La empresa maneja indicadores de gestión?

Bueno la verdad es que la empresa considera como un indicador esencial la satisfacción del cliente después de ser atendido en este lugar.

3. ¿La empresa cuenta con un manual de funciones donde se detalla las responsabilidades de cada uno de sus trabajadores?

No cuenta la empresa con un manual de funciones, pero se planifican con todos los empleados las actividades del negocio y se asigna estas actividades por turnos a los empleados.

4. ¿En caso de que usted tenga que realizar funciones fuera de la institución, como coordina con su equipo de trabajo las actividades?

Coordino con los empleados que estén de turno ese día pues no tengo un administrador; por lo que pongo a cargo al empleado con mayor experiencia

5. ¿Cómo identifica usted las necesidades de sus clientes?

A través del indicador de satisfacción y buzón de sugerencias

6. ¿Qué estrategias utiliza para sus ventas y de qué manera?

Bueno, se muele el café el momento que el cliente se encuentra en el negocio para que sienta su aroma, se pone a disposición del cliente carteleros para que pongan sus anuncios, invitaciones, promociones, y el valor agregado se les oferta un refresco (más de bebida gratis).

7. ¿Tiene conexiones con agencias de viajes?

No utilizamos como medio de promoción el Facebook del negocio.

8. Al momento de vender su producto ¿Qué políticas utiliza con sus clientes?

El pago en efectivo por ser precios sumamente bajos que no sobre pasan los \$10 por cliente.

9. ¿Qué tipo de acciones considera antes de introducirse en un nuevo mercado?

La capacitación es fundamental para que una empresa tenga crecimiento, buena administración y un plan de negocio sustentables, plan de mercado y análisis de costos.

10. ¿Cuáles es su producto estrella?

El café gourmet identificado en la empresa como café Eddy, éste se vende entre 50 y 65 tazas por día.

11. ¿Cuál diría que es su principal competidor?

No considera tener un competidor ya que hay mercado para todos

12. Con que tipo de proveedores cuenta la empresa?

Con respecto al café nuestro único proveedor es la Asociación Agroartesanal de Caficultores orgánicos Río Intero AACRI, en relación a los demás productos se los obtiene de la compra de un supermercado como el Tía o Supermaxi.

13. Qué porcentaje de clientes visitan su empresa diariamente?

Entre consumidores y turistas de paso al menos un promedio de 70 clientes entre semana y fines de semana.

14. Aproximadamente cuáles son sus ventas semanales?

Las ventas mensuales tiene un porcentaje de 60% y 40% es ganancia personal, por ejemplo en el primer año de la empresa el punto de equilibrio con respecto a las ganancias se convirtieron en números amarillos , pero no se quedaron en rojo; pero en los dos años siguientes se convirtieron en números blancos.

Los precios de cafés varían desde 1,75 hasta 4,60 según el tipo de bebida y preferencia del consumidor.

3.5.-Análisis de la oferta

En el cantón Cotacachi actualmente se ha visto un gran crecimiento de negocios en la industria de los alimentos y bebidas que se haya innovando de forma permanente sus productos y servicios debido a la gran afluencia turística y residencial de los extranjeros, con el objetivo de captar mayor número de clientes y resistir su competencia.

Se conoce que existen 6 establecimientos identificados como cafeterías y 2 como fuentes de soda según información del catastro de patentes del GAD Municipal de Cotacachi, mismos que tienen una amplia oferta gastronómica del cantón y que tienen una gran acogida por parte del cliente extranjero por ofertar productos de su agrado y gusto, podemos por ejemplo mencionar Café Rio Intag, Lafayette, heladera Sun of Land.

Con respecto a la investigación de mercado, a través de las entrevistas realizadas a la oferta real los propietarios de las cafeterías más conocidas en el cantón, se obtuvo información que permiten conocer que su denominación va de acuerdo al producto que ofertan, su tiempo en el mercado, ubicación, precios, cantidad de turistas tanto extranjeros como nacionales que los visitan de forma semanal y mensual.

Además permite conocer cómo están estructuradas estas empresas, su organización (número de empleados), proveedores, producto, horarios de atención entre otros.

Con la información obtenida se proyectará la oferta para los años siguientes y establecer las condiciones física, organizacional y funcional para la creación de una nueva unidad productiva considerando como competencia perfecta a la cafetería Río Intag por desarrollar la misma actividad que se propone en este proyecto y contar con las condiciones necesarias con respecto al servicio de cafetería.

3.5.1- Proyección oferta

En el cantón Cotacachi de acuerdo a las investigaciones de campo realizadas a los lugares de bebidas y sodas se determina que existe un solo lugar que ofrece el servicio de cafetería de las mismas características que este estudio desea crear. Es por ese motivo que se realiza la proyección de la oferta del presente proyecto se ha tomado a la cafetería RÍO INTAG por su producto y tiempo en el mercado como referencia para este estudio.

A continuación para determinar la proyección de la oferta en términos cantidades, se toma un promedio de entre 50 y 65 tazas diarias del producto estrella identificado como café Eddy producto similar a un café espresso que de acuerdo a la entrevista a los 5'30'' el experto fija que ese es el rango de producción diaria que multiplicada por los 365 días del año nos da la cantidad de aproximada de 21.170 bebidas ofertadas en el mercado'', de un rango de 3 tipos de productos que se usarán posteriormente en la determinación de la proyección de la demanda insatisfecha del presente proyecto, mismos que se utilizan para un período de cinco años, con la aplicación de la tasa de crecimiento del sector servicios a nivel nacional del 0.4% según estadísticas del Banco Central del Ecuador.

Tabla 19 Proyección de la Oferta en Unidades

PRODUCTOS	AÑOS					
	2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bebidas calientes	23.725	23.820	23.915	24.011	24.107	24.203
Entremeses	7.300	7.329	7.359	7.388	7.418	7.447
TOTAL CANTIDAD	31.025	31.149	31.274	31.399	31.524	31.650

Fuente: Encuesta a la Cafetería Río Intag del cantón Cotacachi

Elaborado por: Las Autoras

3.6 Análisis y proyección de la demanda

3.6.1. Poder adquisitivo

El poder adquisitivo de las personas que acudirán a la cafetería estilo europea americana del cantón Cotacachi se determina en base a sus ingresos, que pueden ser por actividades de negocios, funcionarios públicos y privados u otras actividades comerciales.

3.6.2.-Proyección de la demanda

Cabe señalar que se ha considerado como una demanda total para el presente proyecto a una población de 32.830 personas del cantón Cotacachi de las edades de 19 a 45 años en adelante tanto hombres como mujeres, .representado por un 82% .según las encuestas realizadas en las cuales señalan respondieron que si consumen café

Para realizar la proyección de la demanda se utilizará el método del crecimiento exponencial utilizando la tasa de crecimiento del sector servicio anual del país es de 0,4%.

Población del cantón Cotacachi	118.796	
% de personas que si consumen café en Cotacachi	82%	
Población Inicial	97.413	Personas

$$Pp = Pb (1+I)^n \quad (10)$$

Dónde:**Pp** = Población futura**Pb**= Población inicial**I**= tasa de crecimiento anual**n**= Año proyectado**Cálculos:****Año 2015**= 97.413**Año 2016**= 97.413 (1+0,004) ^1= 97.802**Año 2017**=97.413 (1+0,004) ^2= 98.194**Año 2018**=97.413 (1+0,004) ^3=98.586**Año 2019**=97.413 (1+0,004) ^4= 98.981**Año 2020**= 97.413 (1+0,004) ^5= 99.377**Tabla 20 Proyección de la demanda**

AÑO	DEMANDA
Año 0	97413
Año 1	97802
Año 2	98194
Año 3	98586
Año 4	98981
Año 5	99377

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** Las Autoras**3.6.3- Demanda Insatisfecha**

Es importante estimar una demanda insatisfecha que nos permita identificar aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado; para determinar si existe mercado para el nuevo servicio.

Tabla 21 Diferencia entre Oferta y Demanda

PRODUCTOS	DEMANDA -OFERTA	AÑOS					
		2016	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BEBIDAS	Demanda	97.413	97.802	98.194	98.586	98.981	99.377
CALIENTES	Oferta	31.025	31.149	31.274	48.022	48.214	48.407
	Diferencia	66.388	66.653	66.920	50.565	50.767	50.970
ENTREMESES	Demanda	97.413	97.802	98.194	98.586	98.981	99.377
	Oferta	7.300	7.329	7.359	7.388	7.418	7.447
	Diferencia	90.113	90.473	90.835	91.198	91.563	91.929

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 22 Demanda Insatisfecha

PRODUCTOS	AÑOS					
	2016	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BEBIDAS	66.388	66.653	66.920	50.565	50.767	50.970
CALIENTES						
POSTRES	90.113	90.473	90.835	91.198	91.563	91.929
TOTAL	156.500	157.126	157.755	141.763	142.330	142.899

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

En el análisis del cuadro anterior se puede observar que existe una demanda insatisfecha, que puede ser cubierta con la creación de un nuevo negocio.

3.7.-Gustos y preferencias de la demanda

En base a las encuestas los consumidores exponen que se necesita variedad de establecimientos que brinden el servicio de cafetería en el cantón Cotacachi; por ser el café una bebida muy apetecida por los habitantes en especial la población extranjera. Señalan que prefieren que los productos a ofertar sean variados, de calidad y a un precio accesible para la población nacional y extranjera. Además exponen que es necesario un ambiente que brinde las condiciones adecuadas para disfrutar de una conversación o reuniones de trabajo, que satisfagan sus necesidades y expectativas, en cuanto a servicio de cafetería.

3.8.- Análisis y proyección de precio

3.8.1.- Fijación de precios

Para fijar el precio del servicio de cafetería se realizó en base a los costos y gastos que se incurran, sobre esto también aplicaremos un porcentaje del 30% para obtener una rentabilidad, también se analizará la inflación que tiene el país, para determinar un precio justo para el mercado.

3.8.2.- Precios actuales del servicio

Para determinar los precios del servicio de cafetería, se ha considerado los precios que están actualmente vigentes en el mercado. Para la proyección de los precios se hará en base a la tasa de inflación del año 2015 del 3,38% según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 23 Proyección de precios

Detalle Bebidas	Precio Año base	Año1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Calientes						
Espresso	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71	1,77
Capuchino	1,75	1,81	1,87	1,93	2,00	2,07
Mocachino	1,75	1,81	1,87	1,93	2,00	2,07
Americano	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71	1,77
Chocolate	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28	2,36
Aromáticas	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71	1,77
Entremeses						
Pasteles	2,75	2,84	2,94	3,04	3,14	3,25
Sanduches	1,75	1,81	1,87	1,93	2,00	2,07
Quimbolitos	1,25	1,29	1,34	1,38	1,43	1,48
Humitas	1,25	1,29	1,34	1,38	1,43	1,48
Empanadas	1,75	1,81	1,87	1,93	2,00	2,07
Arepas	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28	2,36

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

3.9.-Estrategia de marketing mix

3.9.1.- Producto

- La materia prima del producto será de la más alta calidad, se ofrecerá una selección de bebidas calientes, bebidas frías, alta repostería y cocteles que agradaran al paladar.
- Las bebidas serán elaboradas artesanalmente por manos expertas que harán una buena preparación y presentación de las bebidas.
- Entregar un servicio de cafetería genuino de estilo europeo americano, en un ambiente acogedor, eficiente y amable.

3.9.2.- Precio

El precio de los productos será justo y accesible para toda la economía existente en el cantón; se fijará un precio acorde con la competencia; costos de producción y margen de utilidad; pero esto no indica que la calidad del producto se perderá.

3.9.3.- Plaza

La entrega del servicio y producto será directamente hacia el cliente, que acudirá a la cafetería para ser atendido por el personal autorizado y capacitado ya que el producto es de consumo inmediato.

3.9.4.- Promoción

La promoción de los productos se hará por medio de ofertas especiales por estreno de la cafetería estilo europea americana, en fechas exclusivas; se darán descuento de acuerdo a un valor de consumo que se establecerá durante el funcionamiento de la cafetería, además se realizarán cuñas publicitarias a través de la radio Cotacachi 93.2 FM y por medio de las redes sociales.

3.10.- Conclusiones del estudio de mercado

- El servicio de cafetería estilo europeo americana contará con una gran variedad de cafés, aguas aromáticas, jugos, batidos, sandwiches, postres, entre otros productos que son muy apetecidos por el cliente nacional y extranjero; en especial el café al ser un producto 100% orgánico.
- Para este proyecto el mercado meta es la población económicamente activa que representa un 54% del total de la muestra a investigar, mientras que los turistas nacionales y extranjeros que visiten el cantón Cotacachi tanto hombres como mujeres es del 46%, cabe señalar que se ha identificado como clientes potenciales a las personas extranjeras residentes en el cantón quienes demandan más este servicio por su cultura de tomar café durante el día.
- El proyecto está dirigido a un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto de la población cotacacheña e incluida la población extranjera que de acuerdo a las encuesta realizadas el 58% de ellos percibe un ingreso mensual de entre \$900,00 dólares; pero esto no descarta la oportunidad de que el servicio de cafetería esté al alcance de los demás niveles económicos, partiendo de que es un servicio disponible para todo cliente que guste de visitar una cafetería de calidad.
- Con la creación de la nueva cafetería este proyecto estaría cubriendo un 90% de la demanda insatisfecha con respecto a bebidas calientes en el primer año de funcionamiento, pero con respecto a bebidas frías y postres se estaría cubriendo un 40%; incrementando a un 3% cada año para en un futuro de cinco años alcanzar a cubrir un 100% de esta demanda.
- En el cantón Cotacachi existe solo una cafetería identificada como competencia potencial a la que se desea crear como es Cooffe Amarella, sin embargo existen otros lugares similares a este como heladería- cafetería, restaurantes y tiendas de postres que inclusive están

registradas dentro del catastro de servicios turísticos de Cotacachi en el Ministerio de Turismo; pero que no han sido tomados en cuenta como nuestra competencia por que sus actividades de negocio no son específicamente de servicio de cafetería.

- La fijación de los precios se hizo en referencia a los precios existentes en el mercado y de la oferta, en base a los costos y gastos que se incurran en la elaboración de los productos, tomando en cuenta un porcentaje sobre estos costos para obtener rentabilidad.

CAPÍTULO IV

4.-ESTUDIO TÉCNICO

4.1.- Tamaño del proyecto

El objetivo del estudio técnico está en determinar la capacidad física o real de producción de bienes y servicios, durante un periodo de tiempo normal, considerando como aspectos primordiales: la ingeniería y economía para crear una cafetería moderna con estilo europeo americana que responda las necesidades de una demanda exigente, que oferte un producto de alta calidad con el mejor servicio en cafetería donde su infraestructura, decoración y ambiente son parte importante de este proyecto

La idea principal de este negocio es satisfacer la necesidad de nuestro cliente potencial y a la vez determinar los equipos, materias primas e insumos de calidad necesarios, para su operación normal, monto de inversión, características y especificaciones técnicas, espacio físico de acuerdo a normas y principios de la administración de la producción.

4.2.- Localización del proyecto

4.2.1.- Macro localización del proyecto

La cafetería estilo europea americana estará localizada en la Sierra Norte del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Cotacachi; es el cantón más extenso de los seis que son parte de la provincia de Imbabura cuenta con vías de acceso de primer y segundo orden en excelentes condiciones que comunican con cantones y ciudades aledañas.

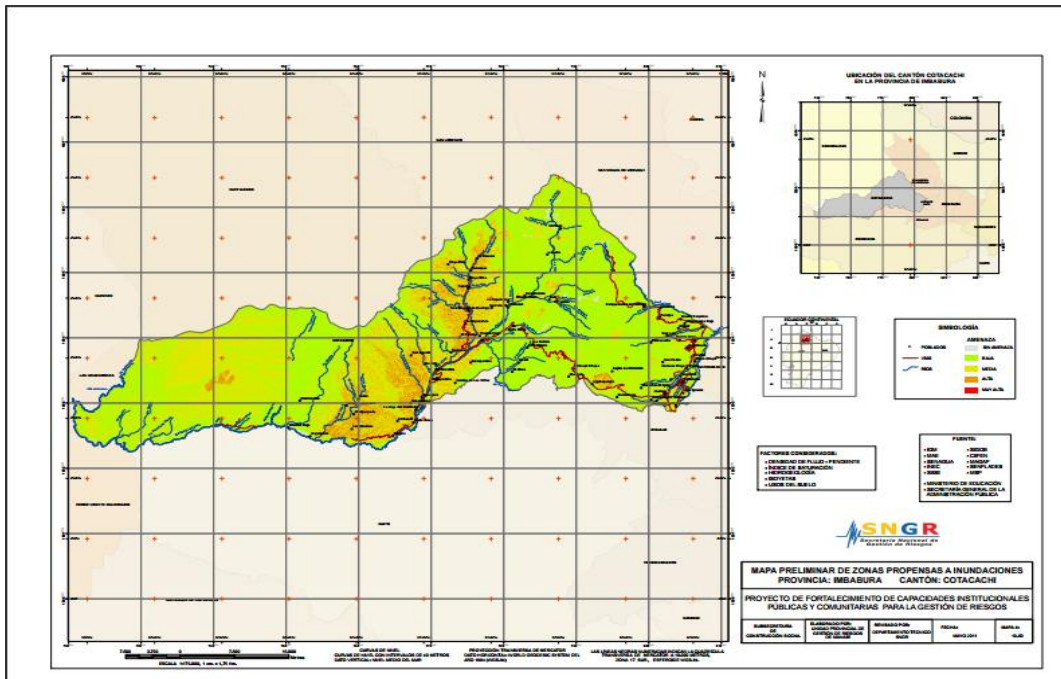


Gráfico 19 Mapa Político de Cotacachi

Fuente: www.gestionderiesgos.gob.ec/

Elaborado por: Las Autoras

4.2.2.-Microlocalización

La cafetería estilo europea americana se ubicará en el cantón Cotacachi en la parte centro como es en la calle 10 de Agosto y la calle Gonzales Suárez, cuenta con vías de primer orden donde existe gran flujo comercial y de visitantes de Cotacachi, a pocos pasos del parque la Matriz y a tres cuadras del parque San Francisco.

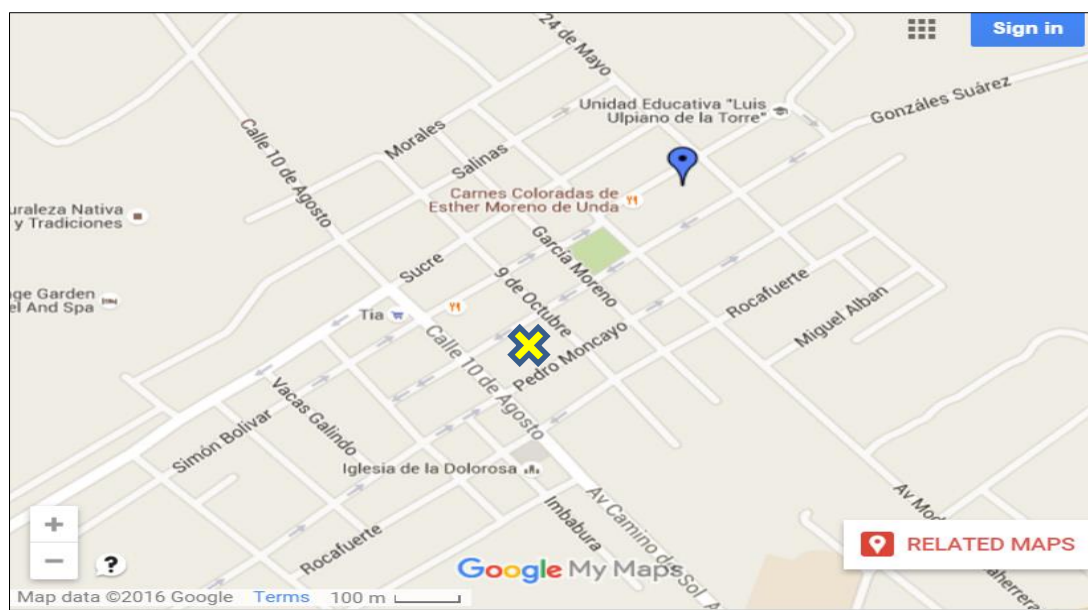


Gráfico 20 Ubicación de la Cafetería Estilo Europeo Americana

Fuente: www.google.com/maps

Elaborado por: Las Autoras

4.2.3.- Determinación óptima de la localización

En esta parte del proyecto se elaborará una matriz de valoración que a través del método cualitativo por puntos se busca determinar de forma precisa la ubicación de la cafetería, tomando en consideración como factores determinantes los siguientes:

Clientes	25%
Disponibilidad de espacio físico	15%
Proveedores	10%
Vías de acceso	15%
Servicios básicos	10%
Arriendo local	10%
Ruido	10%
Seguridad	5%

Para realizar la evaluación de los sectores se asignará un valor ponderado de 0 a 5

Tabla 24 Escala de evaluación para determinar la localización de la cafetería

ESCALA DE EVALUACIÓN	
Excelente	5
Muy buena	4
Buena	3
Regular	2
Pésimo	1
Indiferente	0

Elaborado por: Las Autoras

A continuación se conocerá el análisis de los posibles lugares de localización de la cafetería estilo europea americana.

Tabla 25 Lugares para localización

Factor	%	Calle Gonzales Suárez y 10 de Agosto		Barrio "la Pradera"	
		Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación
Clientes	25%	5	1,25	3	0,75
Disponibilidad de espacio físico	15%	4	0,60	4	0,60
Proveedores	10%	5	0,50	4	0,40
Vías de acceso	15%	5	0,75	5	0,75
Servicios básicos	10%	4	0,40	5	0,50
Arriendo local	10%	3	0,30	4	0,40
Ruido	10%	2	0,20	3	0,30
Seguridad	5%	4	0,20	7	0,35
CALIFICACIÓN TOTAL			4,2		4,05

Elaborado por: Las Autoras

Después de haber elaborado la ponderación se llegó a determinar que la ubicación óptima de la cafetería estilo europea americana es en la calle 10 de Agosto y Gonzales Suárez, por ser el sector que posee las mejores características para el desarrollo del proyecto, luego de haber sido comparado con una alternativa más de localización; con un total de 4,2 puntos, mismo que significa muy buena dentro de la escala de evaluación.

4.3.- Ingeniería del proyecto

Debe mencionarse que para esta parte del proyecto se debe empezar por determinar aspectos propios de la ingeniería tales como: arrendamiento, proceso de producción, maquinaria y equipo, tecnología, mano de obra y materia prima.

4.3.1.- Arrendamiento Local

Constituye todo lo que concierne al espacio físico necesario para el funcionamiento administrativo y operativo de la cafetería, en este caso la microempresa de servicios de cafetería funcionará en un lugar arrendado, por que al momento no se dispone de un terreno donde se ubique la unidad productiva.

4.3.2.- Disponibilidad de mano de obra

El personal operativo de la microempresa estará conformado por 3 personas con conocimientos necesarios y capacitado en servicio de cafetería incluyendo un barista quien se encargará de la elaboración de cafés y sus variedades, además que estarán en constante capacitación para un buen desempeño laboral

4.3.3.- Disponibilidad de materia prima

La microempresa contará con proveedores locales y nacionales seleccionados de acuerdo a la materia prima e insumos que se utilizarán en la producción de bebidas calientes, frías, postres, cocteles y demás productos que se ofertarán en la cafetería.

Además la materia prima base en este caso el café será de gran calidad organoléptica.

Cuadro 5 Proveedores de materia prima

PROVEEDOR	PRODUCTO
CAFECOM CAFÉ DE LOJA	Café de Loja Descafeinado 400gr Café Cariamanga Gourmet 400gr
CAFÉ RIO INTAG	Café tostado en grano y molido 420 gr
SUPERMAXI	Productos básicos (azúcar, huevos, harina, pulpa de frutas, leche, etc.)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras año 2016

Para la preparación de las bebidas calientes se considerará como materia prima básica el café, con respecto a postres y bocaditos no hay un producto que se considere como materia prima básica.

4.3.4.-Maquinaria y equipo

En cuanto a la maquinaria y equipo cabe resaltar que no es de sofisticada tecnología; por ser maquinaria semi-manual en las condiciones idóneas para un proceso de producción eficaz y eficiente evitando incurrir en costos elevados, varios de estos son artefactos eléctricos no muy complejos que a continuación se detalla:



Máquina de café



Molino de café



Refrigerador



Microondas



Waflera Industrial



Tostadora



Extractor de jugos



Batidora Industrial



Horno eléctrico



Licuadora



Utensilios de cocina

4.3.5.- Capacidad de producción

Se establece que la capacidad de producción de la microempresa será el volumen de producción y su capacidad instalada; en condiciones normales de trabajo que cubran la demanda insatisfecha del servicio de cafetería determinada en el estudio de mercado.

4.3.6.- Operación del proyecto

❖ Flujogramas del Proceso productivo o de producción

Es un conjunto de actividades o procesos detallados de manera gráfica, sintetizada, cronológica y ordenada; que permite al analista comprender hechos, movimientos y etapas de estas operaciones que están representadas con símbolos y flechas que se conectan entre ellas; pueden ser de diferentes ámbitos.

❖ Importancia de realizar un flujograma

El diseñar un flujo grama es importante porque permite comprender, definir y analizar cada uno de los pasos que forman parte de un sistema o proceso que desarrolla un negocio o empresa. También permite establecer el inicio del proceso a detallar y su final e identificar puntos de decisión importantes para realizar mejoras y resolver problemas que se presenten.

4.4 Flujograma de operaciones

El siguiente flujograma representa el tiempo que se ocupa para brindar el servicio de cafetería.

Cuadro 6 *Flujograma de operaciones del servicio de cafetería*

		Actividades	Tiempo previsto (minutos)
1		Bienvenida al cliente.	No tiene tiempo
2		Registro la orden del pedido	No tiene tiempo
3		Revisa disponibilidad de los insumos para elaborar el producto.	1 minutos
4		Preparación del producto	5 minutos
5		Sirve al cliente su pedido	No tiene tiempo
6		Registra consumo y emite factura	2 minutos
7		Cobro factura y archivo factura	1 minuto
		TOTAL	9 minutos

Elaborado por: Las Autoras año 2016

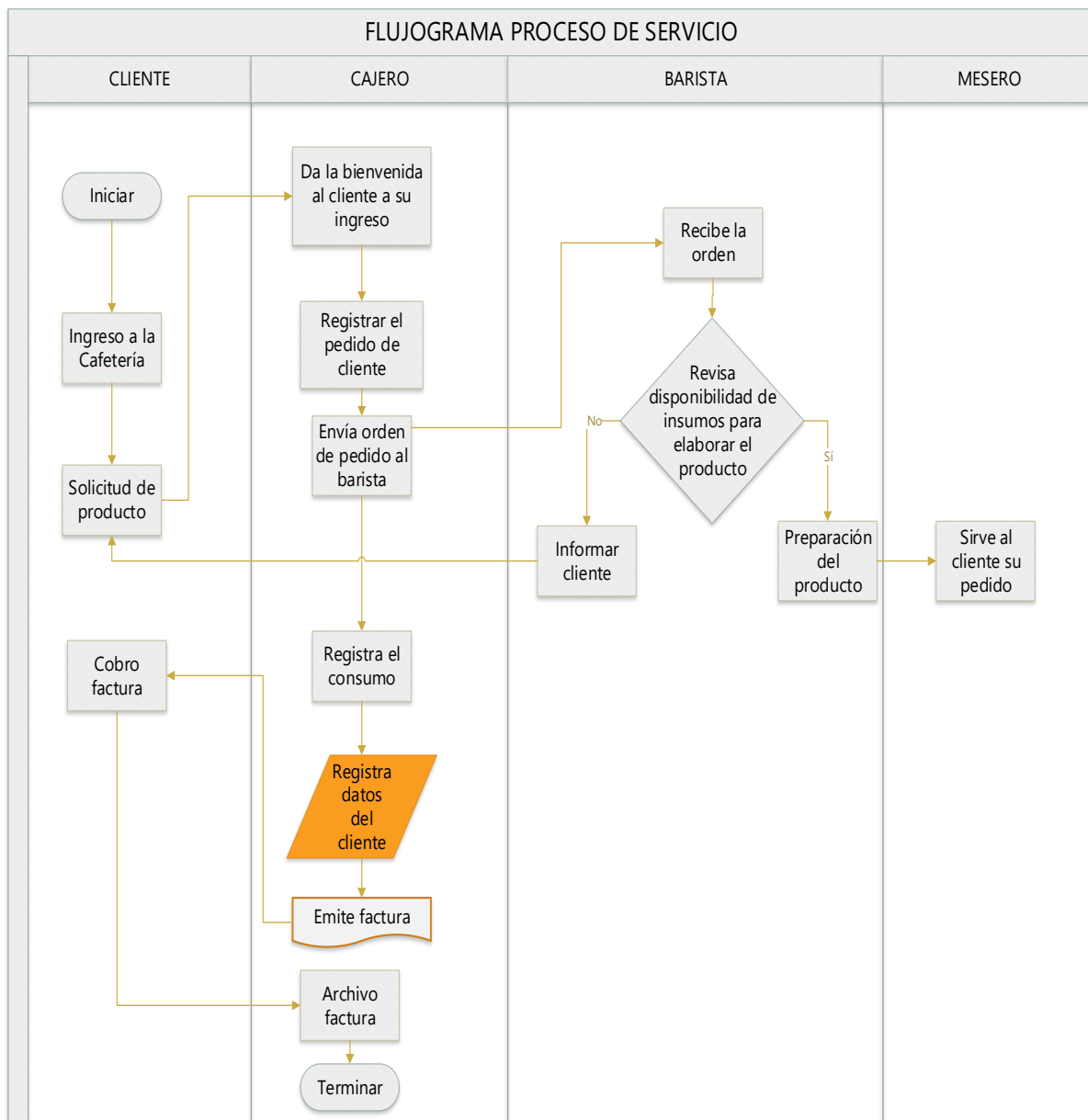
Cuadro 7 *Flujograma de operación de una taza de Capuccino*

El siguiente flujograma representa el tiempo que se ocupa para elaborar un Capuccino

		Actividades	Tiempo previsto (minutos)
1		Adquisición de los insumos y materiales	No tiene tiempo
2		Colocar en el café en la cafetera y filtrarlo	2 minutos
3		Poner leche en una taza y emulsificar	2 minutos
4		Mezclar la leche con el café y aplicar el arte latte	3 minutos
		Total	7 minutos

Elaborado por: Las Autoras año 2016

Gráfico 21 Flujo grama del servicio

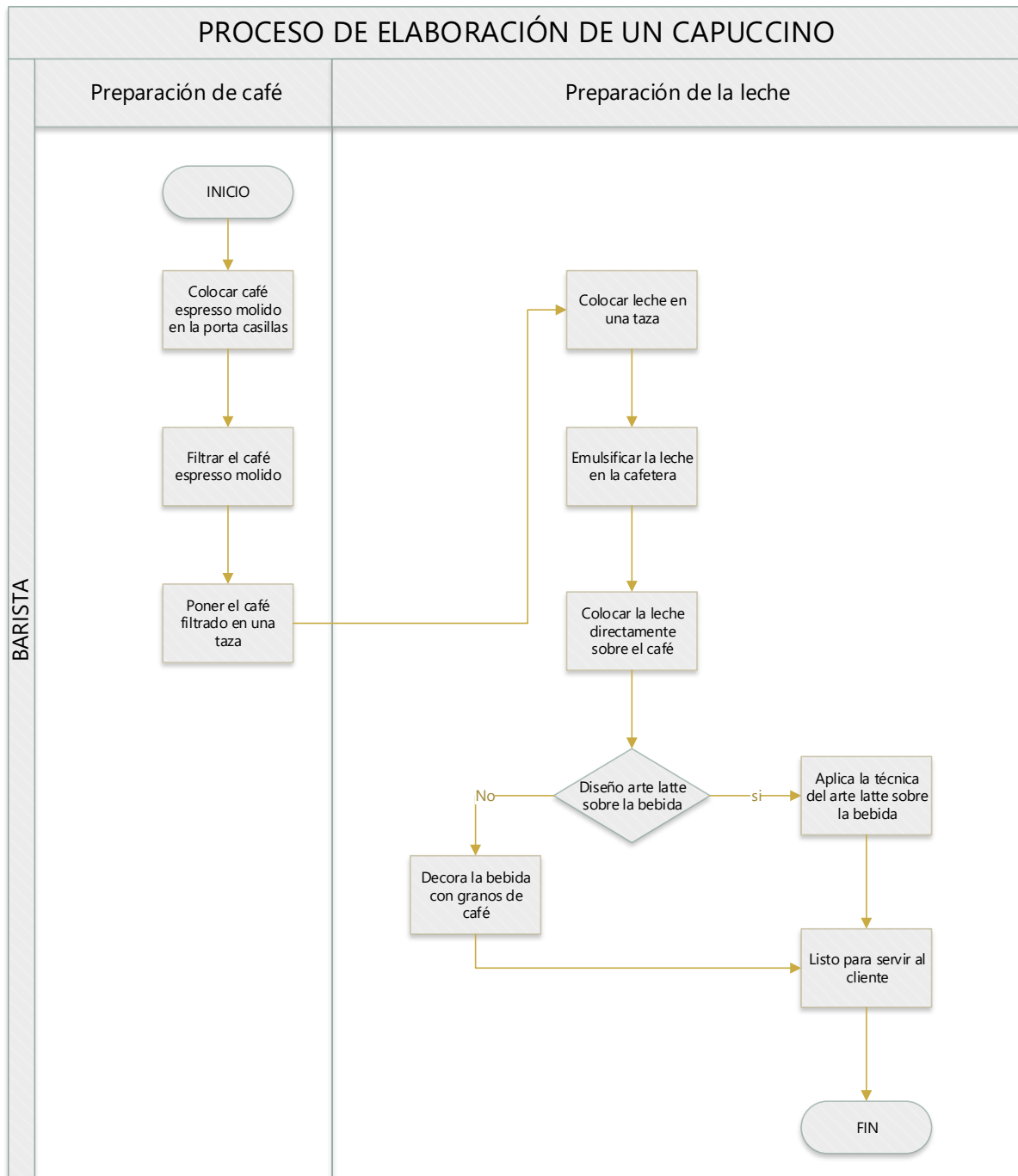


Elaborado por: Las Autoras año 2016

a) Descripción del flujo grama del servicio de cafetería

- El proceso de servicio de cafetería inicia cuando el cliente se dirige e ingresa a la cafetería a consumir un producto en particular.
- El cliente es atendido por el cajero, quien se encarga de elaborar la orden del pedido donde se detalla el producto solicitado.
- El cajero envía la orden del pedido al barista.
- El barista revisa si existe la materia prima e insumos necesarios para elaborar el producto, y en caso de no contar con la materia prima, la orden regresa a caja para informar al cliente que no tienen ese producto
- En caso de contar con la materia prima e insumos necesarios el barista preparará el producto solicitado.
- El producto será servido al cliente por el mesero o ayudante barista.
- Una vez que el cliente ha consumido el producto se dirige a caja a cancelar su pedido.
- El cliente cancela el valor del producto consumido.
- El cajero recibe el dinero y emite una factura detallando el producto y el monto a pagar.
- EL cajero entrega la factura y archiva la copia de la misma.

Gráfico 22 Flujo grama del proceso de producción de Cappuccino



Elaborado por: Las Autoras año 2016

b) Descripción de la producción de un Cappuccino

- El barista coloca el café molido espresso en la porta cacillos de la máquina cafetera, para filtrar el café, para posteriormente colocarlo en una taza.
- En cuanto a la leche el barista coloca una taza y media de leche entera en el parte de la cafetera llamada grupo vaporizador para emulsificar la leche por un tiempo de 30 segundos,
- Una vez emulsificada la leche el barista coloca directamente la leche sobre el café filtrado,
- Si se desea realizar un diseño sobre la bebida el barista va aplicando la técnica del arte latte sobre la bebida.
- Y si no lo desea el cliente el diseño sobre la bebida, el barista realiza cerca de la taza de capuchino una decoración hecha con granos de café,
- Posteriormente el mesero sirve el capuchino al cliente.

4.4.- Presupuesto técnico

4.4.1.-Inversiones fijas

Tabla 26 Arriendo Local

Descripción	Valor USD
Arriendo Local	
Valor por mes	250,00
Meses año	12
TOTAL	3.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 27 Muebles y equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Valor USD	
		V. Unit.	V. Total
Escritorio	1	100,00	100,00
Silla	1	50,00	50,00
Archivador aéreo	1	85,00	85,00
CAFETERIA			
Mesas de 4 puestos (incluye sillas)	10	150,00	1.500,00
mesas de 2 puestos (incluye sillas)	8	130,00	1.040,00
Punto de audio	1	1.000,00	1.000,00
Punto de venta	1	3.000,00	3.000,00
Adecuaciones	1	1.500,00	1.500,00
COCINA			
Mesa de acero	1	300,00	300,00
Estantería Almacenamiento de menaje	1	200,00	200,00
TOTAL			8.775,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

- **Equipo de Computación**

Tabla 28 Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Valor USD	
		V.Unit	V Total
Computador Portátil Hp	1	800,00	800,00
Impresora EPSON L220	1	200,00	200,00
TOTAL			1.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

- **Maquinaria y Equipo**

Tabla 29 Maquinaria y Equipo

Descripción	Cant.	Valor USD	
		V. Unit.	V. Total
Máquina de café	1	8.000,00	8.000,00
Molino de café	1	400,00	400,00
refrigerador Whirlpool	1	900,00	900,00
Cocina Encimera Inducción Whirlpool	1	389,00	389,00
Horno industrial	1	350,00	350,00
Microonda Indurama	1	204,63	204,63
Sanduchera Oster	1	77,89	77,89
Licadora Oster	1	161,85	161,85
Waflera Umco industrial	1	150,00	150,00
Batidora industrial	1	300,00	300,00
Extractor de jugos UM6501	1	180,00	180,00
TOTAL			11.113,37

Fuente: Investigación Directa

- **Equipo de Menaje**

Tabla 30 Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad	Valor USD	
		Unitario	Total
VAJILLA			
Tazas para café blancas	50	1,50	75,00
Platos para base de taza	50	1,50	75,00
Platos postre	50	1,50	75,00
CUBERTERÍA			
Cucharillas	50	0,6	30,00
Cucharas postre	50	0,8	40,00
Tenedores	50	1,00	50,00
Cuchillos	50	1,00	50,00
Set de cuchillos	1	100,00	100,00
Cilindro de gas	2	50,00	100,00
CRISTALERÍA			
Vaso liso	25	0,98	24,50
Copas de vino	25	0,98	24,50
Vaso chupito	25	0,41	10,25
Jarras	5	9,37	46,85
		TOTAL	701,10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

4.4.2.-Inversiones diferidas

Consiste en todos los gastos en los que se incurrirán para la creación del negocio.

- **Gasto de Constitución**

Tabla 31 Gastos de Constitución

Descripción	Valor USD
	V. Total
Gastos de investigación	1.000,00
Gastos de constitución	500,00
TOTAL	1.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

4.4.3.- Costos operativos

- **Mano de obra directa**

En presente proyecto se ha considerado importante contar con 3 personas; 2 de ellas en el área de producción, un cocinero, un barista y una persona en el área de servicio.

Tabla 32 Mano de Obra Directa

Cargo	Meses Año	Valor USD	
		Sueldo Mes	Sueldo Año
Barista	12	400,00	4.800,00
Cocinero	12	366,00	4.392,00
Mesero	12	366,00	4.392,00
TOTAL		1.132,00	13.584,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

4.4.4.- Gastos generales

- **Gastos servicios básicos**

Tabla 33 Gastos Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2016
<u>Luz</u>	
Consumo (por mes)	45,00
Meses año	12
Consumo (por año)	540,00
<u>Agua</u>	
Consumo (por mes)	15,00
Meses año	12
Consumo (por año)	180,00
<u>Teléfono</u>	
Consumo (por mes)	20,00
Meses año	12
Consumo (por año)	240,00
<u>Internet</u>	
Consumo (por mes)	20,00
Meses año	12
Consumo (por año)	240,00
TOTAL...	1.200

Elaborado por: Las Autoras

- **Gasto útiles de limpieza**

Tabla 34 Gasto útiles de Limpieza

Descripción	Valor USD
Útiles de Limpieza	
Consumo mes	20,00
Meses año	12
TOTAL	240,00

Elaborado por: Las Autoras

4.4.5.- Gastos administrativos

Los gastos administrativos están compuestos por pagos de sueldos de dos trabajadores; siendo este el número óptimo de empleados para el desarrollo de las actividades de la cafetería; misma que cumplirá con sus obligaciones hacia los trabajadores de forma eficiente.

Tabla 35 Gastos de Administración

Cargo	Meses	Valor USD	
		Sueldo Mes	Sueldo Año
Gerente	12	800,00	9.600,00
Contadora	12	500,00	6.000,00
TOTAL...		1.300,00	15.600,00

Elaborado por: Las Autoras.

4.4.6.- Gastos de ventas

Tabla 36 Gasto Publicidad

Descripción	Valor USD
Publicidad:	
Publicidad en medios	50,00
Meses año (trimestral)	4
SUBTOTAL	200,00

Elaborado Por: Las Autoras.

4.5.-Capital de trabajo

EL capital de trabajo que se requiere para el arranque del emprendimiento y que corresponde al primer mes es de **3.660,25** dólares americano, resultado de la sumatoria de los costos operacionales, gastos administrativos y gastos de venta; rubros que divididos para doce meses se detalla a continuación.

Tabla 37 Capital de Trabajo

Descripción	Valor USD	
	Valor Mensual	Valor Anual
Costos de producción	1.825,16	21.901,93
Gastos de Administración	1.822,18	21.866,13
Gastos de Ventas	167,24	2.006,93
Gastos Financieros	507,64	6.091,73
SUBTOTAL	4.322,23	51.866,72
Imprevistos 5%	216,11	2.593,34
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	4.538,34	54.460,05

Elaborado Por: Las Autoras.

Fórmula:

Costos operacionales (21.901,95) + Gastos administrativos (21.866,13) + Gastos de ventas (2006,93) + Gastos financieros (6.091,73) + 5% Imprevistos (2.593,34) = 54.460,05/12 meses = **4.533,84**

4.6.-Inversión total del proyecto

La inversión necesaria para la puesta en marcha de la cafetería estilo europeo americana que se desea crear es de \$ 77.549,52 dólares americanos, misma que se destalla a continuación:

Tabla 38 Inversión Total del Proyecto

Descripción	Valor USD
	V. Total
Inversión Fija	21.589,47
Inversión Diferida	1.500,00
Inversión Capital de Trabajo	54.460,05
TOTAL INVERSIÓN	77.549,52

Elaborado Por: Las Autoras.

4.7.-Financiamiento

Tabla 39 Financiamiento

Descripción	Valor	%
Fondos propios	31.019,81	40
Fondos financiados	46.529,71	60
TOTAL	77.549,52	100

Elaborado Por: Las Autoras.

La inversión total del proyecto asciende a \$77.546,52 monto preciso para cubrir las necesidades de capital de trabajo; financiamiento al cual se aplicado una política de 40/60, donde el 60% de la inversión total se financiará a través de un crédito que se solicitará al Banco Nacional de Fomento y el 40% restante será aporte propio de las inversionistas, de manera que permita iniciar las operaciones del nuevo negocio con normalidad.

4.8.- Diseño de instalaciones

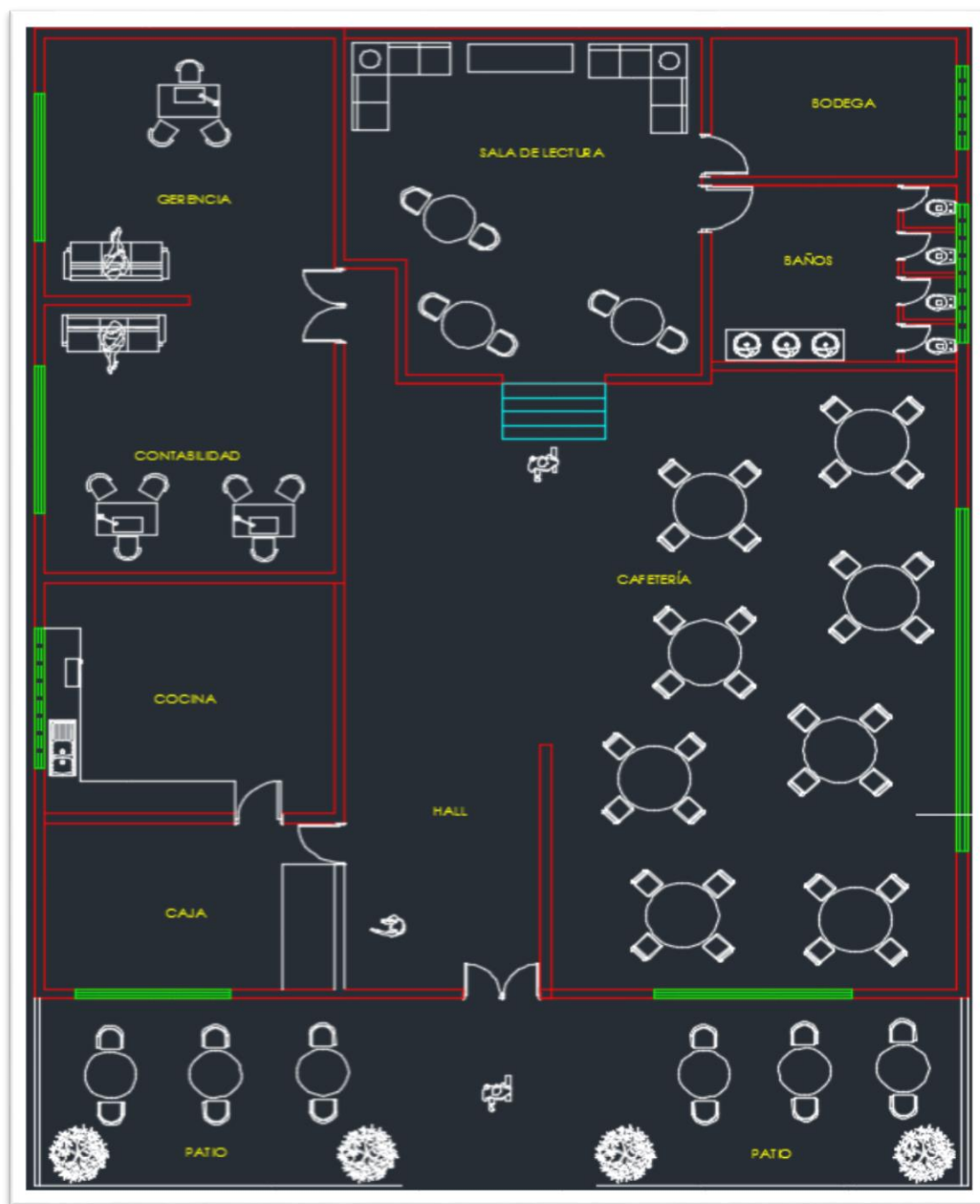


Gráfico 23 Instalaciones Físicas

Elaborado Por: Las Autoras.

4.9.- Distribución de la cafetería

Para efectos de la ejecución del presente proyecto el espacio físico se distribuirá en cinco áreas, como son: gerencia y contabilidad, sala de atención al cliente, la caja, la cocina, la bodega, y baños descritos a continuación.

a) Gerencia

Este espacio se encuentra junto al departamento de contabilidad, por ser departamentos que trabajan coordinadamente dentro de la microempresa, considerado también como la dirección desde donde se orientan los esfuerzos y recursos para un correcto funcionamiento de la organización

b) Salón

Es un área amplia de ambiente relajado donde el cliente puede disfrutar de bebidas y comidas ligeras, acompañado de la mejor música clásica. Los salones están decorados con objetos y cuadros de estilo europeo y americano; posee una fachada exterior moderna y en su interior cuenta con tres salones interesantes de lectura, reuniones privada y área libre mismos que generan una gran comodidad al cliente.

c) La caja

Espacio físico cercano a la cocina, al mostrador donde el cajero tome los pedidos y estos a su vez son enviados al personal de cocina o al barista que se encuentra cerca para preparar de manera inmediata, logrando un servicio rápido, eficaz y oportuno, evitando la espera y molestia del cliente. Aquí también se custodia el dinero en efectivo, cheques y demás documentos que emiten como facturas, y es el primer lugar donde se recibe al cliente dando la primera imagen del lugar con una buena atención, educación y presencia.

d) La cocina

Esta área está ubicada cerca de caja de modo que los pedidos de los clientes no se hagan esperar, esta acondicionada para conservar en las mejores condiciones de orden, limpieza, iluminación y ventilación; donde sus paredes y pisos son de cerámica y de fácil limpieza.

e) Bodega

Este lugar se utiliza como depósito temporal de los productos, materias primas y equipos necesarios para el funcionamiento de la cafetería, aquí se mantienen registros ingreso y salida de los productos que se encuentran ordenados a través del uso de kardex.

c) Baños

Este lugar de aseo personal cuenta con puertas de cierre automático para que el usuario evite el contacto con la puerta, mantiene un rótulo de señalización de caballeros y damas e instrucciones sobre el lava manos, depósito de la basura o el papel toalla utilizado.

CAPÍTULO V

5.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio económico financiero es importante realizarlo dentro de un proyecto que se pretende llevar a cabo; ya que a través de este análisis se podrá establecer el monto necesario de recursos económicos, costos y gastos de operación, nivel de rentabilidad para el inicio de las operaciones de la microempresa, que son base importante para la evaluación financiera del proyecto y determinar su viabilidad; así también realizar los estados financieros proyectados para conocer los flujos de efectivo que permitan determinar la factibilidad del proyecto.

5.1 Evaluación financiera

La evaluación financiera permite medir la rentabilidad del proyecto a través del uso de herramientas de evaluación financiera los mismos que estiman y calculan los beneficios netos que se esperan obtener de la inversión en el negocio.

5.2.- Inversiones fijas requeridas

Es necesario para iniciar el proyecto, realizar una inversión en maquinaria, herramientas y equipos tangibles necesarios para la producción y entrega del servicio y/o producto. A continuación, se detalla en el siguiente cuadro la inversión fija de la nueva cafetería.

Tabla 40 Inversión Fija

Descripción	Valor Total
Maquinaria y Equipos	11.113,37
Equipo de cómputo	1.000,00
Muebles de oficina y equipo	8.775,00
Menaje (No depreciables)	701,10
Total Inversión Fija	21.589,47

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras.

5.3.-Inversión variable

Dentro de la inversión variable está el capital de trabajo del primer año de operación del negocio.

Tabla 41 Inversión Variable

Descripción	Valor USD	
	Valor Mensual	Valor Anual
Costos de producción	1.825,16	21.901,93
Gastos de Administración	1.822,18	21.866,13
Gastos de Ventas	167,24	2.006,93
Gastos Financieros	507,64	6.091,73
SUBTOTAL	4.322,23	51.866,72
Imprevistos 5%	216,11	2.593,34
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	4.538,34	54.460,05

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras.

5.4.-Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos se puede apreciar en el siguiente cuadro donde se presentan los cálculos realizados por cada clase de bebida; para establecer los ingresos originados por cada una de ellas dentro del proyecto sobre un periodo determinado. Se presupuesta en dólares

Tabla 42 Presupuesto de Ingresos

GENERACIÓN DE INGRESOS						
Años Rubros	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CAFÉ EXPRESSO						
Cantidad	48	48	48	48	48	48
Precio	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71	1,77
Meses año	365	365	365	365	365	365
Subtotal...	26.280,00	27.168,26	28.086,55	29.035,88	30.017,29	31.031,87
CAFÉ CAPUCCINO						
Cantidad	45	45	45	45	45	45
Precio	1,75	1,81	1,87	1,93	2,00	2,07
Meses año	365	365	365	365	365	365
Subtotal...	28.743,75	29.715,29	30.719,67	31.757,99	32.831,41	33.941,11
CAFÉ AMERICANO						
Cantidad	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Precio	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71	1,77
Meses año	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Subtotal...	21.900,00	22.640,22	23.405,46	24.196,56	25.014,41	25.859,89
CAFÉ MOCACCINO DE VAINILLA						
Cantidad	25	25	25	25	25	25
Precio	1,75	1,81	1,87	1,93	2,00	2,07
Meses año	365	365	365	365	365	365
Subtotal...	15.968,75	16.508,49	17.066,48	17.643,33	18.239,67	18.856,17
TARTA DE MORA						
Cantidad	12	12	12	12	12	12
Precio	2,75	2,84	2,94	3,04	3,14	3,25
Meses año	365	365	365	365	365	365
Subtotal...	12.045,00	12.452,12	12.873,00	13.308,11	13.757,92	14.222,94
SANDWICH						
Cantidad	12	12	12	12	12	12
Precio	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71	1,77
Meses año	365	365	365	365	365	365
Subtotal...	6.570,00	6.792,07	7.021,64	7.258,97	7.504,32	7.757,97
BROWNIE						
Cantidad	9	9	9	9	9	9
Precio	1,30	1,34	1,39	1,44	1,48	1,54
Meses año	365	365	365	365	365	365
Subtotal...	4.270,50	4.414,84	4.564,06	4.718,33	4.877,81	5.042,68

TOTAL INGRESOS	115.778,00	119.691,30	123.736,86	127.919,17	132.242,84	136.712,64
-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

N° Clientes	191	224	224	224	224	224
Ingresos diario	317,20	327,92	339,01	350,46	362,31	374,56
Horas día	8	8	8	8	8	8
PRECIO PROMEDIO	1,72	2,05	2,12	2,20	2,27	2,35

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras.

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado se determina que existe una demanda insatisfecha por bebidas calientes y postres; de acuerdo al total estimado no cubierto se calculó el 82% de la población les gusta tomar café, para estimar la cantidad de bebidas y postres se producirán por día y determinar el número de clientes por hora..

5.5.-Determinación de los egresos

5.5.1.- Costos materia prima

Los costos de la materia prima se determinaron en base a la cantidad de insumos que se utilizan para elaborar ya sea una bebida o postre; en base a los costos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el caso de los productos de la canasta básica; los otros productos se determinó de acuerdo a costo de mercado

Tabla 43 Costos Materia Prima

..... RUBROS	AÑOS	AÑO BASE 2016					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		DETALLE	UNID.	CANT	P.UNIT	V. TOTAL					
CAFÉ ESPRESSO											
Café molido expreso	Gr	8	0,0202	0,16	0,17	0,17	0,18	0,18	0,18	0,19	
Agua	MI	80	0,0002	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	
Azúcar	Gr	2	0,0644	0,13	0,13	0,14	0,14	0,14	0,15	0,15	
Cantidad				40	40	40	40	40	40	40	
Meses año				12	12	12	12	12	12	12	

Subtotal				149,14	154,18	159,39	164,78	170,35	176,11
CAFÉ CAPUCCINO									
Café molido expresso	Gr	8	0,020	0,16	0,17	0,17	0,18	0,18	0,19
Agua	MI	40	0,0002	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Leche	MI	120	0,0025	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34	0,35
Azúcar	Gr	2	0,0644	0,13	0,13	0,14	0,14	0,15	0,15
Chocolate rallado	Gr	3	0,0750	0,23	0,23	0,24	0,25	0,26	0,27
Canela	Gr	1	0,0109	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Cantidad				30	30	30	30	30	30
Meses año				12	12	12	12	12	12
Subtotal...				301,18	311,36	321,88	332,76	344,01	355,64
CAFÉ AMERICANO									
Café molido expresso	Gr	8	0,0202	0,16	0,17	0,17	0,18	0,18	0,19
Agua	MI	180	0,0002	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Azúcar	Gr	2	0,0644	0,13	0,13	0,14	0,14	0,15	0,15
Cantidad				20	20	20	20	20	20
Meses año				12	12	12	12	12	12
Subtotal...				80,57	83,29	86,11	89,02	92,03	95,14
CAFÉ MOCACCINO DE VAINILLA									
Café molido expresso	Gr	8	0,0202	0,16	0,17	0,17	0,18	0,18	0,19
Jarabe de chocolate	MI	30	0,0750	2,25	2,33	2,40	2,49	2,57	2,66
Leche	MI	160	0,0025	0,40	0,41	0,43	0,44	0,46	0,47
Crema batida(leche condensada batida)	MI	80	0,0087	0,70	0,73	0,75	0,78	0,80	0,83
Esencia de vainilla	MI	5	0,0300	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17	0,18
Azúcar	Gr	2	0,0644	0,13	0,13	0,14	0,14	0,15	0,15
Cantidad				30	30	30	30	30	30
Meses año				12	12	12	12	12	12
Subtotal...				1.365,45	1.411,61	1.459,32	1.508,64	1.559,64	1.612,35
TARTA DE MORA									
Harina	Gr	250	0,0015	0,38	0,39	0,40	0,41	0,43	0,44
Mantequilla	Gr	50	0,004	0,21	0,22	0,23	0,23	0,24	0,25
Leche	MI	200	0,001	0,24	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
Huevos	Unidad	3	0,120	0,36	0,37	0,38	0,40	0,41	0,43
Azúcar	Gr	250	0,001	0,23	0,23	0,24	0,25	0,26	0,27

Esencia de vainilla	MI	10	0,030	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34	0,35
Mora	Gr	400	0,001	0,50	0,52	0,53	0,55	0,57	0,59
Canela en polvo	Gr	5	0,011	0,05	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
Cantidad				4	4	4	4	4	4
Meses año				12	12	12	12	12	12
Subtotal...				109,04	112,73	116,54	120,48	124,55	128,76
SANDWICH									
Pan	Gr	100	0,0030	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34	0,35
Queso	Gr	20	0,0155	0,31	0,32	0,33	0,34	0,35	0,37
Cantidad				4	5	5	5	5	5
Meses año				12	12	12	12	12	12
Subtotal...				29,27	37,82	39,10	40,42	41,79	43,20
BROWNIE									
Mantequilla	Gr	150	0,0042	0,64	0,66	0,68	0,70	0,73	0,75
Harina	Gr	100	0,0015	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17	0,18
Azúcar	Unidad	180	0,0009	0,16	0,17	0,17	0,18	0,19	0,19
Chocolate	Gr	25	0,0350	0,88	0,90	0,94	0,97	1,00	1,03
Huevos	Unidad	4	0,1200	0,48	0,50	0,51	0,53	0,55	0,57
Canela en polvo	Gr	1	0,0109	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Esencia de vainilla	Gr	2	0,0300	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07	0,07
Cantidad				4	4	4	4	4	4
Meses año				12	12	12	12	12	12
Subtotal...				113,99	117,84	121,82	125,94	130,20	134,60
Total Costo Materia Prima				2.182,05	2.689,07	2.546,88	2.632,97	2.721,96	2.813,97
Total Costo Materia Prima Indirecta				109,10	134,45	127,34	131,65	136,10	140,70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras.

Una vez desarrollada la descripción de cada uno de los productos con sus respectivos costos por materia y materiales, se procedió a calcular el costo por cada porción; este valor se lo multiplico por la cantidad de adquisición proyectada por cada año, incrementando el costo de forma proporcional al porcentaje de inflación del 3,38%.

Para determinar el costo de materia prima indirecta se calculó el 5% del total del costo de materia prima directa.

5.5.2.-Mano de obra directa

Para el cálculo del Salario Básico Unificado se partió con la información estadística de los salarios de años anteriores registrados en el Banco Central del Ecuador, que nos servirá para proyectar los salarios para los siguientes años.

(Art 117 Remuneración Unificada – Código de trabajo)

Tabla 44 Proyección de Salario Básico Unificado

AÑOS	SBU	%
2005	150	0
2006	160	6,67
2007	170	6,25
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
2013	318	8,90
2014	340	6,92
2015	356	4,71
2016	366	2,81
TOTAL		93,61

Fuente: www.bce.fin.ec

Elaborado Por: Las Autoras.

$$\text{La tasa promedio es: } \frac{\sum i}{n} = \frac{0.9361}{11} = 0.0851 \quad (11)$$

Por lo tanto la tasa de crecimiento es del 8,51% que se aplica cada año consecutivo.

Tabla 45 Salario Mensual Barista

Rubro	Valor USD					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	400,00	434,04	470,98	511,06	554,55	601,74

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 46 Salario Anual Barista

RUBRO	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 3	Año 4
SBU	4.800,00	5.208,48	5.651,72	6.132,68	6.654,57	7.220,88
Aporte Patronal	583,20	632,83	686,68	745,12	808,53	877,34
Fondo de Reserva		433,87	470,79	510,85	554,33	601,50
Décimo Tercero	400,00	434,04	470,98	511,06	554,55	601,74
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Vacaciones		217,02	235,49	255,53	277,27	300,87
TOTAL	6.149,20	7.323,38	7.946,60	8.622,86	9.356,66	10.152,92

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 47 Salario Mensual Cocinero

Rubro	Año Base 2016	Valor USD				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 48 Salario Anual Cocinero

Rubro	Año base 2016	Valor USD				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 3	Año 4
SBU	4.392,00	4.765,76	5.171,33	5.611,41	6.088,94	6.607,10
Aporte Patronal	533,63	579,04	628,32	681,79	739,81	802,76
Fondo de Reserva		396,99	430,77	467,43	507,21	550,37
Décimo Tercero	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Vacaciones		198,57	215,47	233,81	253,71	275,30
TOTAL	5.657,63	6.734,65	7.307,77	7.929,66	8.604,48	9.336,72

Elaborado Por: Las Autoras

Tabla 49 Salario Mensual Mesero

Rubro	Valor USD					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 50 Salario Anual Mesero

Rubro	Años					
	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	4.392,00	4.765,76	5.171,33	5.611,41	6.088,94	6.607,10
Aporte Patronal	533,63	579,04	628,32	681,79	739,81	802,76
Fondo de Reserva		396,99	430,77	467,43	507,21	550,37
Décimo Tercero	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Vacaciones		198,57	215,47	233,81	253,71	275,30
TOTAL	5.657,63	6.734,65	7.307,77	7.929,66	8.604,48	9.336,72

Elaborado Por: Las Autoras

5.5.3.-Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación de los considera el tercer elemento de los costos operacionales; estos costos son todos los elementos que indirectamente ayudan al proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado, estos son los servicios básico, luz, agua, teléfono, internet, depreciación y mano de obra indirecta.

Tabla 51 Distribución de los Costos

CONCEPTO	AÑO BASE 2016			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			Año 5		
	Fijo	Variable	Total	Fijo	Variable	Total	Fijo	Variable	Total	Fijo	Variable	Total	Fijo	Variable	Total	Fijo	Variable	Total
COSTO DE PRODUCCIÓN																		
COSTO DIRECTO			14.097,98			16.881,56			17.928,60			19.317,14			20.819,20			22.444,30
Mano de obra directa	11.806,83			14.058			15.254,38			16.552,52		17.961,14			19.489,64			
Materia Prima		2.182,05			2.689,07			2.546,88			2.632,97		2.721,96				2.813,97	
Materiales		109,10			134,45			127,34			131,65		136,10				140,70	
COSTO INDIRECTO			7.803,95			8.913,95			9.521,13			10.178,20			10.889,36			11.659,13
Servicios Básicos		260,98			268,81			276,88			285,18		293,74				302,55	
Útiles de Aseo	144,00			148,87			153,90			159,10		164,48			170,04			
Depreciación	1.141,34			1.141,34			1.141,34			1.141,34		1.141,34			1.141,34			
Mano de Obra Indirecta	5.657,63			6.734,65			7.307,77			7.929,66		8.604,48			9.336,72			
Arriendos	600,00			620,28			641,25			662,92		685,33			708,49			
SUMA	19.349,79	2.552,13	21.901,93	22.703,17	3.092,33	25.795,51	24.498,63	2.951,10	27.449,73	26.445,54	3.049,80	29.495,34	28.556,76	3.151,80	31.708,56	30.846,22	3.257,21	34.103,43
COSTO DE ADMINISTRACIÓN			21.866,13			28.648,85			30.264,89			32.521,07			34.960,97			37.599,94
Arriendos	900,00			930,42			961,87			994,38		1.027,99			1.062,74			
Servicios Básicos		557,98			576,09			594,79			614,09		634,03			654,61		
Útiles de Aseo	24,00			24,81			25,65			26,52		27,41			28,34			
Depreciación	856,75			856,75			856,75			856,75		856,75			856,75			
Sueldos y salarios	19.527,40			26.260,78			27.825,83			30.029,33		32.414,79			34.997,50			
SUMA	21.308,15	557,98	21.866,13	28.072,76	576,09	28.648,85	29.670,10	594,79	30.264,89	31.906,98	614,09	32.521,07	34.326,94	634,03	34.960,97	36.945,33	654,61	37.599,94
COSTO VENTA			2.006,93			3.578,71			3.652,89			3.729,54			3.808,75			3.890,61
Depreciación	1.353,95			1.353,95			1.353,95			1.353,95		1.353,95			1.353,95			
Servicios Básicos		380,98			392,87			405,12			417,77		430,80			444,25		
Publicidad	200,00			206,76			213,75			220,97		228,44			236,16			
Útiles de Aseo	72,00			74,43			76,95			79,55		82,24			85,02			
Arriendos	1.500,00			1.550,70			1.603,11			1.657,30		1.713,32			1.771,23			
SUMA	3.125,95	380,98	2.006,93	3.185,84	392,87	3.578,71	3.247,76	405,12	3.652,89	3.311,77	417,77	3.729,54	3.377,95	430,80	3.808,75	3.446,36	444,25	3.890,61
COSTOS FINANCIEROS			-			6.091,73			5.058,90			3.871,37			2.505,94			935,98
Interés				6.091,73			5.058,90			3.871,37		2.505,94			935,98			
COSTO TOTAL	43.783,89	3.491,10	45.774,99	60.053,50	4.061,29	64.114,79	57.416,49	3.951,02	66.426,41	61.664,29	4.081,66	65.745,95	66.261,65	4.216,63	70.478,28	71.237,90	4.356,07	75.593,98

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

El total de los costos operacionales es la sumatoria de materia prima directa, mano de obra directa e indirecta, servicios básicos, útiles de limpieza, publicidad, sueldos y salarios.

5.6.- Presupuesto gastos

5.6.1.-Gastos administrativos

El personal administrativo que se requiere para la puesta en marcha de la cafetería se refleja en los cuadros siguientes, para las proyección de los siguientes años se hace en base a la tasa de crecimiento del 8,51%; tomando como referencia los sueldos y salarios emitidos por el Ministerio de Relaciones Laborales, en valores mínimos ajustados a las posibilidades financieras y presupuestarias del proyecto, más los beneficios de ley, sin considerar los valores por concepto de fondos de reserva por ser el primer año, la microempresa no genera estos gastos.

Los costos de administración de este proyecto se componen de los siguientes conceptos:

- * Arriendos, cuya proyección se hizo en base a la tasa de inflación del 3,38% del año 2015 según datos del banco Central.
- * Servicios básicos como es la luz, agua, internet, teléfono proyectados a la tasa de inflación del año 2015.
- * Permisos y patentes necesarias para que el negocio necesita realizar para su funcionamiento.
- * Depreciaciones de los activos fijos que se pueden observar en el capítulo IV, útiles de oficina.
- * Sueldos y salarios del gerente y la secretaria contadora cuyas proyecciones se calculan en base a la tasa de crecimiento de los sueldos en base la información estadística de los salarios de años anteriores registrados en el Banco Central del Ecuador.
- * Útiles de limpieza, cuyo incremento se basa a la tasa de promedio de inflación

Tabla 52 Salario Mensual Gerente

Rubro	Valor USD					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	800,00	868,08	941,95	1022,11	1109,10	1203,48

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 53 Salario Anual Gerente

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	9.600,00	10.416,96	11.303,44	12.265,37	13.309,15	14.441,76
Aporte Patronal	1.166,40	1.265,66	1.373,37	1.490,24	1.617,06	1.754,67
Fondo de Reserva		867,73	430,94	467,62	507,41	550,59
Décimo Tercero	800,00	868,08	941,95	1.022,11	1.109,10	1.203,48
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Vacaciones		434,04	470,98	511,06	554,55	601,74
TOTAL	11.932,40	14.249,62	14.951,63	16.224,01	17.604,68	19.102,83

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 54 Salario Mensual Secretaría - Contadora

Rubro	Valor USD					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	500,00	542,25	588,72	638,18	693,18	752,17

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 55 Salario Anual Secretaría-Contadora

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	6.000,00	6.510,60	7.064,65	7.665,85	8.318,22	9.026,10
Aporte Patronal	729,00	791,04	858,36	931,40	1.010,66	1.096,67
Fondo de Reserva		397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Décimo Tercero	500,00	542,55	588,72	638,82	693,18	752,17
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Vacaciones		271,28	294,36	319,41	346,59	376,09
TOTAL	7.595,00	8.909,76	9.667,98	10.490,72	11.383,48	12.352,22

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 56 Arriendo Local

Descripción	Valor USD					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Local						
Valor por mes	\$250,00	\$258,45	\$267,19	\$276,22	\$285,55	\$295,20
Meses año	12	12	12	12	12	12
TOTAL	3.000,00	3.101,40	3.206,23	3.314,60	3.426,63	3.542,45

Elaborado Por: Las Autoras.

Tabla 57 Gastos Administrativos

	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	21.866,13	28.648,85	30.264,89	32.521,07	34.960,97	37.599,94

Elaborado Por: Las Autoras..

5.7 Gastos ventas

Los costos de ventas de este proyecto se componen de los siguientes conceptos:

- * Para difusión del servicio de cafetería se requiere realizar publicidad a través de medios de comunicación como radio, volantes, afiches, entre otros, valor que se incrementara de acuerdo a la tasa de inflación.
- * Arriendos, cuya proyección se hizo en base a la tasa de inflación del 3,38% del año 2015 según datos del banco Central.
- * Servicios básicos como es la luz, agua, internet, teléfono proyectados a la tasa de inflación del año 2015.
- * Permisos y patentes necesarias para que el negocio necesita realizar para su funcionamiento.
- * Depreciaciones de los activos fijos que se pueden observar en el capítulo IV, útiles de oficina.

* Sueldos y salarios del gerente y la secretaria contadora cuyas proyecciones se calculan en base a la tasa de crecimiento de los sueldos en base la información estadística de los salarios de años anteriores registrados en el Banco Central del Ecuador.

* Útiles de limpieza, cuyo incremento es en base a la tasa de promedio de inflación.

Tabla 58 Publicidad

Descripción	Valor USD					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad:						
Publicidad en medios	50,00	51,69	53,44	55,24	57,11	59,04
Meses año	4	4	4	4	4	4
TOTAL	200,00	206,76	213,75	220,97	228,44	236,16

Elaborado por: Las Autoras

5.8.- Gastos Financieros

Los gastos financieros son los intereses pagados, se consideran el monto anual del interés resultado de la suma del interés mensual para cada uno de los años.

Tabla 59 Amortización Anual

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	6.091,73	5.058,90	3.871,37	2.505,94	935,98
Total Financieros	6.091,73	5.058,90	3.871,37	2.505,94	935,98

Elaborado por: Las Autoras

5.9 Gastos depreciación

Las depreciaciones de los activos fijos se realizan acorde a la Ley de Régimen Tributario Interno, donde indica en que porcentajes se pueden depreciar los activos.

Tabla 60 Anexo Depreciación

Activo Fijo	Vida Útil	V. Original	Cálculo	Cuota Depreciación
Maquinaria y Equipo	10	11.113,37	17.792/5	1.111,34
Equipo de cómputo	3	1.000,00	1.120 / 3	333,33
Muebles de Oficina y Equipos	10	8.775,00	1010 / 10	877,50
No Depreciables		701,10		
TOTAL ACTIVOS		21.589,47	-	2.322,17

Elaborado por: Las Autoras

5.10.-Estados proformas**5.10.1.-Balance de Arranque****Tabla 61 Balance de Arranque**

Balance de arranque al año (cero)	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	77.549,52
Efectivo y Equivalentes de efectivo	1.500,00
Inversión	54.460,05
ACTIVO NO CORRIENTE	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	21.589,47
Equipo y Maquinaria	11.113,37
Equipo de Cómputo	1.000,00
Muebles de Oficina	9.476,10
PASIVOS	46.529,71
Deuda por pagar	46.529,71
PATRIMONIO	31.019,81
Inversión Propia	31.019,81
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	77.549,52

Elaborado Por: Las Autoras

5.10.2.-Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 62 Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Proyectadas	119.691,30	123.736,86	127.919,17	132.242,84	136.712,64
(-) Costos Proyectados	25.795,51	27.449,73	29.495,34	31.708,56	34.103,43
(=) Utilidad Bruta Proyectada	93.895,79	96.287,13	98.423,82	100.534,27	102.609,21
(-) Gastos:					
Administrativos	28.648,85	30.264,89	32.521,07	34.960,97	37.599,94
De Ventas	3.578,71	3.652,89	3.377,95	3.808,75	3.890,61
Financieros	6.091,73	5.058,90	3.871,37	2.505,94	935,98
Total gastos proyectados	38.319,28	38.976,68	39.770,39	41.275,66	42.426,53
(=) Utilidad Operacional proyectada	55.576,51	57.310,45	58.653,44	59.258,61	60.182,68
(-) 15% Participación Trabajadores	8.336,48	8.596,57	8.798,02	8.888,79	9.027,40
(=) Utilidad proyectada antes IR	47.240,03	48.713,88	49.855,42	50.369,82	51.155,28
(-) Impuesto a la renta 22%	10.392,81	10.717,05	10.968,19	11.081,36	11.254,16
(=) Utilidad Neta	36.847,22	37.996,83	38.887,23	39.288,46	39.901,12

Elaborado Por: Las Autoras

5.9.3.-Flujo de caja proyectado

Tabla 63 Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	77.549,52					
Utilidad Operacional		55.576,51	57.310,45	58.653,44	59.258,61	60.182,68
(+) Depreciación		2.322,17	2.322,17	2.322,17	1.988,84	1.988,84
TOTAL INGRESOS	0,00	57.898,68	59.632,62	60.975,61	61.247,45	62.171,52
(-) Inversión de reposición					0,00	
(+) Ventas de activos						0,00
Pago del principal		6.894,83	7.927,66	9.115,19	10.480,62	12.050,58
15% Participación Trabajadores		8.336,48	8.596,57	8.798,02	8.888,79	9.027,40
Impuesto a la renta 22%		10.392,81	10.717,05	10.968,19	11.081,36	11.254,16
TOTAL EGRESOS	0,00	25.624,12	27.241,28	28.881,40	30.450,77	32.332,14
FLUJO NETO (I-E)	-77.549,52	32.274,56	32.391,34	32.094,21	30.796,68	29.839,38

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

5.9.4.-Punto de equilibrio

El punto de equilibrio representa el número de productos que deben venderse para recuperar la inversión y ser igual a los costos de producción; es decir el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

Para el cálculo del punto de equilibrio se realiza mediante la siguiente formula

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} \quad (12)$$

Dónde:

PE=Punto de Equilibrio

CF=Costos Fijos

CV=Costos variables

V=Ventas

Tabla 64 Punto de Equilibrio

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS					
	2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	115.778,00	119.691,30	123.736,86	127.919,17	132.242,84	136.712,64
Costos Totales	47.274,99	64.114,79	61.367,51	65.745,95	70.478,28	75.593,98
Costos Fijos	43.783,89	60.053,50	57.416,49	61.664,29	66.261,65	71.237,90
Costos Variables	3.491,10	4.061,29	3.951,02	4.081,66	4.216,63	4.356,07
Punto de Equilibrio (Dólares)	45.145,17	62.162,77	59.310,32	63.696,74	68.444,02	73.582,46
Precio Promedio	1,72	2,05	2,12	2,20	2,27	2,35
Punto de Equilibrio (Unidades)	26.225	30.254	27.922	29.007	30.150	31.353

Elaborado Por: Las Autoras

$$PE = 43.783,89 - (3.491,10 / 115.778,00)$$

$$PE = 45.145,17$$

5.10.-Evaluadores financieros

Los evaluadores financieros tienen como propósito evaluar y estimar los beneficios netos que se esperan tener de la inversión que se realizará en la creación de la cafetería estilo europeo americana a través de los indicadores como: Valor Actual Neto (Van), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio/Costo, y Periodo de Recuperación.

5.10.1.-Determinación costo capital

El cálculo del costo capital se lo hace con la finalidad de conocer cuál es el rendimiento mínimo que tendrá el proyecto, lo que significa que en base a esta tasa se verificará la rentabilidad del mismo. A si tenemos un 6 % para la inversión propia que es la tasa promedio que la empresa captaría si coloca en instituciones financieras del país según el Banco Central

del Ecuador y un 14% es la tasa que se aplica en la inversión financiada que el Banco Nacional de Fomento está cobrando por los préstamos para nuevos proyectos de emprendimientos.

Para calcular la tasa de redescuento o tasa de rendimiento medio se realiza la siguiente operación:

Tabla 65 Costo de Capital

Estructura	Valor	%	Tasa ponderada	Valor ponderado
Fondos propios	31.019,81	40	6	2
Fondos financiados	46.529,71	60	14	8
Total	77.549,52	100		11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

5.10.2.-Tasa de rendimiento medio

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) * (1 + \text{Inf}) - 1 \quad (13)$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,11) * (1 + 0,0338) - 1$$

$$\text{TRM} = 14,75\%$$

La tasa de rendimiento para el presente proyecto está en un 14,75%; es decir que ese va hacer el rendimiento mínimo del proyecto en condiciones ideales, en una economía estable, sin inflación y con precios invariables.

Dónde:

$$\text{CK} = 0,11$$

$$\text{Inflación} = 0,0338$$

5.10.3.-Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es un indicador financiero por medio del cual se obtiene el valor actual de los flujos de efectivo futuros de la inversión. Para su cálculo se utiliza la tasa de rendimiento medio de 14,75% y se utilizará la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE 1}{(1+r)^1} + \frac{FE 2}{(1+r)^2} + \frac{FE 3}{(1+r)^3} + \frac{FE 4}{(1+r)^4} + \frac{FE 5}{(1+r)^5}$$

Dónde:

I=Inversión Inicial

FE= Flujo de Efectivo

r= Tasa de descuento

Tabla 66 Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	TRM 14,75%	Flujos Netos actualizados
0	-77.549,52		-77.549,52
1	32.274,56	0,871459695	28.125,98
2	32.391,34	0,759442000	24.599,35
3	32.094,21	0,661823094	21.240,69
4	30.796,68	0,576752151	17.762,05
5	29.839,38	0,502616254	14.997,76
			29.176

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

De acuerdo al resultado obtenido se determina que el proyecto de creación de la cafetería estilo europeo americana es atractivo por cuanto el VAN es positivo.

VAN= \$ 29.176

5.10.4.-Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es aquella que se calcula con la finalidad de saber si al final del periodo existe una rentabilidad o no del proyecto en mención durante su vida útil

$$\text{TIR} = -I + \frac{FE 1}{(1+r)^1} + \frac{FE 2}{(1+r)^2} + \frac{FE 3}{(1+r)^3} + \frac{FE 4}{(1+r)^4} + \frac{FE 5}{(1+r)^5} = 0 \quad (14)$$

Tabla 67 Tasa Interna de Retorno

Años	Flujos Netos	TRM 14,75%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-77.549,52		-77.549,52		-77.549,52
1	32.274,56	0,871459695	28.125,98	0,769751358	24.843,39
2	32.391,34	0,759442000	24.599,35	0,592517153	19.192,43
3	32.094,21	0,661823094	21.240,69	0,456090883	14.637,88
4	30.796,68	0,576752151	17.762,05	0,351076577	10.811,99
5	29.839,38	0,502616254	14.997,76	0,270241672	8.063,84
			29.176		0

: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

TIR 29,91%

VAN \$ 29.176

De acuerdo al resultado obtenido la TIR es 29,91%; es decir que el proyecto de creación de la cafetería estilo europeo americana es factible por cuanto la TIR es mayor que la tasa de rendimiento medio; e iguala a cero el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos totales del proyecto.

5.10.5.-Análisis beneficio costo

El beneficio costo es el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y egresos

El análisis beneficio costo se calcula mediante valores mayores o menores como se muestra a continuación

- **Beneficio Costo >1;** significa que los ingresos son mayores que los gastos, es decir que el proyecto es aceptable.
- **Beneficio Costo=1;** significa que los ingresos son iguales a los gastos entonces el proyecto es aceptable.
- **Beneficio Costo<1;** significa que los ingresos son menores a los gastos, entonces el proyecto no es aconsejable

A continuación se muestra el cuadro donde los ingresos y gastos actualizados se calcularon con la tasa del 14,75%.

Tabla 68 Beneficio Costo

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO (14,75%)	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	57.898,68	25.624,12	1,148	50.456,36	22.330,39
2	59.632,62	27.241,28	1,317	45.287,52	20.688,17
3	60.975,61	28.881,40	1,511	40.355,07	19.114,38
4	61.247,45	30.450,77	1,734	35.324,60	17.562,55
5	61.171,52	32.332,14	1,990	31.248,42	16.250,66
∑ INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS				202.671,96	95.946,14
BENEFICIOS /COSTOS					2,11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos en cuanto a la relación beneficio costo se indica que es de 2,11; lo que significa que por cada dólar de inversión se recupera 1,11 centavos de dólar; además es mayor a uno, que es un resultado favorable para una toma de decisión positiva con respecto al proyecto.

5.10.6.-Periodo de recuperación de la inversión

El indicador periodo de recuperación nos permite calcular el plazo de tiempo necesario para que los flujos de efectivo de la inversión recuperen su inversión inicial; en este caso el periodo de recuperación de la inversión se calculó en base a los flujos netos de efectivo actualizados con una tasa de rendimiento medio de 14,75%.

Tabla 69 Periodo de Recuperación de la Inversión

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados
0	77.549,52	
1	32.274,56	45.274,96
2	32.391,34	77.666,30
3	32.094,21	109.760,51
4	30.796,68	
5	29.839,38	

CALCULO TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Suma Flujos Netos	109.760,51	3	Años
Total de Inversión	77.549,52	X	Años
	X=	2,12	Años

2 Años, 1mes ,2 día

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

Análisis: Se determina que el tiempo de recuperación del proyecto en este caso de acuerdo a los flujos netos de efectivo, es de 2,12 periodos; es decir 2 años, con 1 mes y 2 días.

5.11.-Resumen evaluadores financieros

Tabla 70 Resumen Evaluadores Financieros

INDICADOR	RESULTADO	CONCLUSIÓN
VAN	29.176	Adecuado
TIR	29,91%	Adecuado
PE	26.225	Adecuado
BENEFICIO/COSTO	2,11	Adecuado
RECUPERACIÓN DINERO EN EL TIEMPO	2 Años, 1Mes,2 Días	Adecuado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Las Autoras

5.12.-Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una metodología que se aplica dentro de un proyecto de inversión para identificar variables de riesgos, que pueden afectar a la consecución del proyecto, entre estas variables están: volumen de producción, ingresos por ventas, costos de inversión, costo materia prima y materiales; determinando qué tan sensible es la TIR y el VAN.

En este proyecto se tomará como variable al precio de venta pronosticado disminuya en un 3% y los costos operacionales también disminuyan en un 3%; para saber qué cambios tendría la TIR y el VAN.

Tabla 71 Análisis de Sensibilidad del VAN y la TIR

Años	Flujos Netos	TRM 14,75%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-77.549,52		-77.549,52		-77.549,52
1	32.787,63	0,871459695	28.573,10	0,764199632	25.056,30
2	32.937,32	0,759442000	25.013,98	0,584001077	19.235,43
3	32.680,87	0,661823094	21.628,95	0,446293408	14.585,26
4	31.427,36	0,576752151	18.125,80	0,341057258	10.718,53
5	30.517,70	0,502616254	15.338,69	0,260635831	7.954,01
			31.131		-0

TIR 30,85%

VAN 31.131

Al analizar el cambio en el VAN y la TIR después de reducir el 3%; en los costos operacionales: se concluye que el proyecto puede ser atractivo, al no tener una TIR menor a la tasa de rendimiento del 14,75% y un VAN negativo, lo que muestra que no existen beneficios monetarios reales, que tendrá el proyecto ante la inversión

Años	Flujos Netos	TRM 14,75%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-77.549,52		-77.549,52		-77.549,52
1	29.885,39	0,871459695	26.043,92	0,795734798	23.780,85
2	29.921,42	0,759442000	22.723,58	0,633193868	18.946,06
3	29.540,80	0,661823094	19.550,79	0,503854395	14.884,26
4	28.156,97	0,576752151	16.239,59	0,400934475	11.289,10
5	27.110,45	0,502616254	13.626,15	0,319037513	8.649,25
			20.635		0

TIR 25,67%

VAN 20.635

Al analizar el cambio en el VAN y la TIR después de reducir el 3%; en los precios: se concluye que el proyecto puede ser atractivo, al no tener una TIR menor a la tasa de rendimiento del 14,75% y un VAN negativo, lo que muestra que no existen beneficios monetarios reales, que tendrá el proyecto ante la inversión

5.13.-Conclusión del estudio financiero

Una vez desarrollado el estudio financiero mediante el análisis de cada uno de los indicadores financieros; estos indican, en sus resultados que es factible la creación de la cafetería estilo europeo americana en el cantón Cotacachi provincia de Imbabura. Considerando que actualmente existe un crecimiento representativo de los negocios de esta

categoría así como gustos, referencias y exigencias de los consumidores potenciales y la importancia de ofertar un servicio diferenciado que influye en el cliente al decidir el lugar donde pasar un momento ameno con su familia, amigos, y disfrutar de una exquisita taza de café.

Con la creación de la nueva cafetería Cooffe Amarella se espera satisfacer las necesidades del segmento de mercado de consumidores de café que buscan exclusividad y atención preferencial; logrando así un cambio en la matriz productiva y la generación de fuentes de empleo.

Por otro lado con respecto a los estados financieros indican que el proyecto tiene solvencia y está en capacidad productiva, lo que hace que este no tenga riesgos es su ejecución; por lo contrario existe una tasa interna del retorno del 29,91%, un beneficio costo de 2,11 centavos de dólar y una recuperación de la inversión en 2 años, 1 mes y 2 días; tiempo predecible en que el negocio tendría un crecimiento en sus utilidades en cuanto a sus ingresos sean mayores a sus gastos

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1. Denominación de la empresa

6.1.1. Nombre o razón social

La nueva unidad productiva tendrá como nombre comercial COOFFE AMARELLA S.A esperando que este nombre busque impactar la atención del consumidor; además su denominación AMARELLA se debe a su significado que reúne las características esenciales que debe tener un café de calidad

6.1.2. Conformación jurídica

La microempresa se constituirá como Sociedad Anónima, se incluirá el nombre comercial, el capital social, mismo que está dividido en acciones para su constitución, donde las dos accionistas serán las encargadas de las obligaciones y toma de decisiones que contraiga el negocio, sean económicas como legales. (**Art 143 Sociedad Anónima – Ley de Compañías**).

6.1.3. Tipo de empresa

Será considera una microempresa productiva, encargada de brindar el servicio de cafetería de calidad a sus clientes nacionales y extranjeros.

6.1.4. Logotipo

El logotipo es la representación visual más importante de la microempresa, que debe ser suficientemente fuerte para ser reconocido en el mercado y para perdurar a través de los años.



Gráfico 24 Logotipo de la empresa

Elaborado Por: Las Autoras

6.2. Filosofía

La COOFFE AMRELLA cafetería practicará valores y principios, que se verán reflejados en el recurso humano con sus actitudes y procederes frente a sus clientes

La cafetería tendrá una misión y visión enfocada a la satisfacción de las necesidades de los clientes con el mejor servicio de cafetería.

Visión será enfocada al crecimiento continuo de la nueva unidad productiva, llegando a ser así una cafetería de primer orden.

6.2.1. Misión

Elaborar el mejor café y productos de alta calidad que satisfaga el paladar de nuestros clientes experimentando una sensación de pertenencia con el negocio, con un sitio atractivo de muy buen ambiente, haciendo un buen trabajo en equipo para deleitar a los mismos con, música

selecta y excelente servicio. Contribuyendo positivamente con la comunidad clientes, proveedores, accionistas y con nuestro planeta disminuyendo el impacto ambiental.

6.2.2. Visión

Buscar posicionamiento en el mercado local reconocidos como la mejor cafetería con un estilo europeo americana del Cantón Cotacachi, conservando nuestras fortalezas y ampliando nuestras alternativas de mejora para mantener la atracción y preferencia de nuestros clientes.

6.2.3. Objetivos

Los siguientes objetivos permiten visualizar los resultados que se desea alcanzar en cierto periodo de tiempo.

- * Brindar un servicio de alta calidad y diferenciado con respecto a la competencia.
- * Ofrecer productos de calidad que permita a la cafetería ser líder en el mercado local.
- * Ofrecer un lugar acogedor y muy agradable donde los clientes puedan compartir momentos amenos con sus familiares o amigos.
- * Trabajar conjuntamente con todo el personal de la cafetería para adquirir nuevos conocimientos que mejoren el servicio cada día.
- * Cumplir con todas las disposiciones y estándares de seguridad para dar una mayor tranquilidad al cliente.

6.2.4. Principios y valores

❖ **Principios**

Cafetería COOFFE AMARELLA buscamos alcanzar el 100% de satisfacción en nuestros clientes para ellos existen algunos principios básicos:

- ❖ **Calidad.-** Brindar productos elaborados con los mejores estándares de calidad.
- ❖ **Servicio.-** Ofrecer al cliente una atención de calidad, que satisfaga las necesidades y que le permita tener un alto grado de admiración y confianza al momento de adquirir el producto.
- ❖ **Limpieza.-** Cumplir con normas de salubridad e higiene para el manejo de los alimentos, ya que esencial para el cliente consumir productos libres de agentes contaminantes
- ❖ **Hospitalidad.-** Brindar un lugar atractivo y con un ambiente tranquilo y acogedor haciendo que el cliente se sienta como en su casa.
- ❖ **Seguridad.-** Contar con los parámetros necesarios para salvaguardar la integridad de cada uno de los integrantes de la microempresa como también de sus clientes, a fin de que se sientan seguros y en confianza.

❖ **Valores corporativos**

Los valores que se busca en el presente proyecto de la cafetería es inculcar al personal que labora en ella, que lo más importante y razón de ser de una microempresa es el cliente.

- **Respeto.-** Exista un trato amable y educado hacia nuestros clientes y empleado.
- **Transparencia.-** Verdad en las palabras e integridad en nuestros colaboradores, logrando conjuntamente que hoy y siempre mantengamos claridad en nuestras acciones.

- **Positvismo.**-Habilidad para trabajar intensa y activamente, manteniendo el interés y la calidad en la labor bajo condiciones que pueden ser inesperadas.
- **Creatividad.**-Aporte de nuevas ideas, originalidad en la construcción de concepto que llevan a la generación de cambios productivos en la cafetería.
- **Lealtad.**-Tener fidelidad hacia la cafetería y compañeros, con una convicción profunda por el servicio que prestamos.

6.3 Estructura orgánica

6.3.1 Organigrama estructural lineal

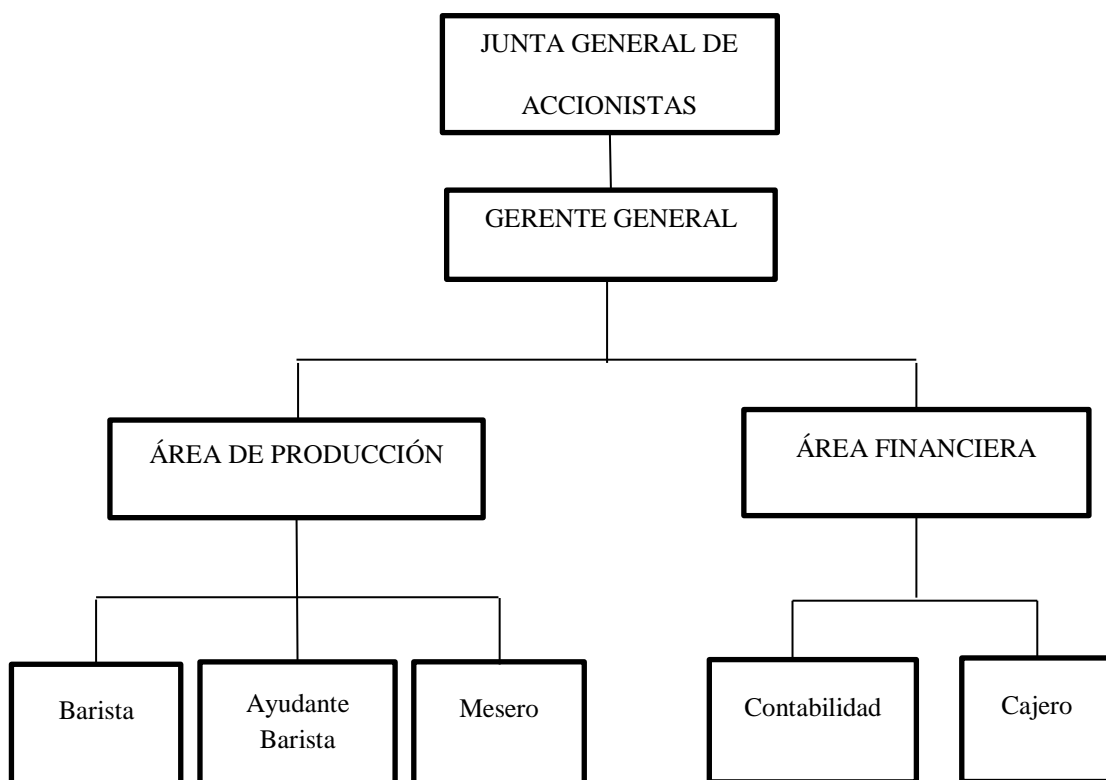



Gráfico 25 Organigrama Estructural Lineal


Elaborado Por: Las Autoras


6.3.2. Estructura funcional y descripción del puesto


Las funciones específicas de los puestos son los siguientes:


			COOFFE AMARELLA S.A MANUAL DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL PUESTO: Junta General de Accionistas (JGA)					
Examinar, evaluar y controlar la gestión financiera-económica administrativa de la organización a través de informes de los demás niveles y la toma de decisiones.					
RESPONSABILIDADES					
Tomar decisiones que conlleve a la gestión social, económica y administrativa de la organización, utilizando procesos eminentemente democráticos. Reformar el estatuto y demás normativa interna. Designar al gerente general de la organización Controlar y motivar el cumplimiento de los objetivos de la organización en todos los niveles jerárquicos.					
DISPOSICIONES GENERALES					
Mantendrá reuniones periódicas y solicitará informes en los que sean necesarios a los diversos departamentos en función del cumplimiento de los objetivos.					
ELABORADO POR:		AUTORIZADO POR:		REVISADO POR:	

			COOFFE AMARELLA S.A MANUAL DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente General					
El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la organización, porque será responsable de lograr la eficiencia y efectividad de la gestión administrativa de la misma.					
PERFIL REQUERIDO					
Título en Administración de empresas o afines Experiencia mínima de dos años en puestos afines 2 años mínimos a cargos relacionados					
RESPONSABILIDADES					
Velar por el cumplimiento de las leyes, políticas y normativas internas, tomando medidas correctivas y de mejora en caso de ser requeridas. Ejercer la representación legal de la organización ante terceros y resolver los problemas relacionados con el giro del negocio. Suscribir a nombre de la organización, contratos y demás actos jurídicos con proveedores, clientes y velar por el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la ley.					
COMPETENCIAS					
Responsabilidad		Comunicación efectiva oral y escrita		Toma de decisiones	
Liderazgo		Iniciativa		Trabajo en equipo	
Pensamiento crítico		Capacidad de negociación			
LABORADO POR:		AUTORIZADO POR:		REVISADO POR:	

			COOFFE AMARELLA S.A MANUAL DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL PUESTO: Barista					
Es un profesional encargado de crea nuevas y diferentes bebidas basadas en el café utilizando para ello diferentes tipos de bebidas entre ella leche, esencias y licores.					
PERFIL REQUERIDO					
Experiencia en barismo 2 años mínimo en cargos relacionados Disponibilidad de tiempo					
RESPONSABILIDADES					
Preparar y crear bebidas a bases de cafés especiales con diseños personalizados Cumplir de manera ágil los pedidos de los clientes Manipulación de alimentos Realizar mantenimiento básico del equipo utilizado de acuerdo a normas de seguridad y salud en el trabajo.					
COMPETENCIAS					
Capacidad para trabajar bajo presión Liderazgo Trabajo en equipo					
ELABORADO POR:		AUTORIZADO POR:		REVISADO POR:	

			COOFFE AMARELLA S.A MANUAL DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL PUESTO: Ayudante de Barista					
PERFIL REQUERIDO					
<p>Conocimiento en barismo o especialización en el área</p> <p>1 años mínimo en cargos relacionados</p> <p>Disponibilidad de tiempo</p>					
FUNCIONES					
<p>Ayudar al Barista en la preparación de las bebidas</p> <p>Inspeccionar y limpiar la maquinaria, las áreas de servicio, etc., para garantizar la seguridad y prácticas higiénicas de manejo de alimentos.</p> <p>Verificar la limpieza del menaje e insumos.</p> <p>Cuidar su presentación personal</p>					
COMPETENCIAS					
<p>Capacidad para trabajar bajo presión</p> <p>Comunicación efectiva</p> <p>Trabajo en equipo</p>					
ELABORADO POR:		AUTORIZADO POR:		REVISADO POR:	

			COOFFE AMARELLA S.A MANUAL DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL PUESTO: Mesero					
La persona que ocupe este cargo debe tener habilidad en atención al cliente. Decoración de mesas y buena presencia.					
PERFIL REQUERIDO					
Conocimientos en servir productos 1 año mínimo en cargos relacionados					
RESPONSABILIDADES					
Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía (no tutear al cliente). Tomar de manera ágil los pedidos de los clientes Servir los alimentos en la mesa. Hacer limpieza de forma inmediata de las mesas desocupadas.					
COMPETENCIAS					
Atención al Cliente y Amabilidad Comunicación efectiva Dominio del idioma a ingles					
ELABORADO POR:		AUTORIZADO POR:		REVISADO POR:	

			COOFFE AMARELLA S.A MANUAL DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL PUESTO: Contador					
Es el responsable que la información contable se confiable y oportuna para la toma de decisiones.					
PERFIL REQUERIDO					
Contador Público Autorizado (CPA) 3 años mínimos en cargos relacionados.					
RESPONSABILIDADES					
Revisar y registrar diariamente las transacciones de la organización. Revisar que la documentación contable sea correcta y cumpla con los requisitos legales. Contabilizar los roles de pago. Elaborar los estados financieros y las notas aclaratorias, Realiza el análisis financiero mediante el uso de los indicadores financieros.					
COMPETENCIAS					
Responsabilidad Reconocimiento de problemas Razonamiento deductivo e inductivo Visualización					
ELABORADO POR:		AUTORIZADO POR:		REVISADO POR:	

6.4.- Reglamento Interno de La Cafetería “Cooffe Amarella S.A.”

Dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 64 del Código de Trabajo en vigencia, y para los efectos legales determinados en el artículo 42 numeral 12 del mismo código, y en general,

para el mejor desenvolvimiento de las relaciones laborales entre la organización y sus trabajadores, de la CAFETERIA “COOFFE AMARELLA S.A.”

6.4.1.-Disposiciones Generales

Art 1.-El presente reglamento contiene las disposiciones que regulan el funcionamiento interno y las relaciones laborales entre la sociedad y los empleados.

Las disposiciones señaladas en el presente reglamento deben ser conocidas y cumplidas por todos los colaboradores de la sociedad.

➤ **Administración de COOFFE AMARELLA S.A.**

Art. 2.- La administración de la sociedad la ejerce el Gerente quien tiene las atribuciones determinadas en los reglamentos.

Al gerente como representante legal de la sociedad le corresponde ejercer todos los derechos que el Código de Trabajo concede a los patronos.

➤ **Orden jerárquico**

Art 3.- el orden jerárquico de COOFFE AMARELLA S.A. es el siguiente:

- Junta General de Accionista
- Gerente General
- Personal de apoyo (contador)
- Personal operativo (Barista)

➤ **De los contratos**

Art. 4.- Todas las personas aspirantes a un empleo para la cafetería deberá cumplir con los requisitos pedidos de acuerdo al puesto de trabajo.

Art. 5.- Si el trabajador sale favorecido se sujetará a un contrato a prueba que tendrá duración de 90 días, luego se suscribirá el correspondiente Contrato de individual de trabajo.

➤ **Jornadas de trabajo**

Art. 6.- La jornada ordinaria de trabajo para el personal administrativo será de ocho horas diarias y de cuarenta horas a la semana de lunes a viernes.

En el caso de personal operativo se establecerá de acuerdo a las necesidades del negocio, es decir, en dos jornadas de lunes a domingo con un día de descanso entre semana.

➤ **Horario de entrada y salida**

Art. 7.- El horario para personal administrativo es de 8:30 a 13:00 se otorgara una hora para el almuerzo y se regresara al puesto de trabajo a 14:00 hasta las 17:30 de lunes a viernes

Para el personal operativo el horario de trabajo será de 8:30 am a 8:00 pm con un horario estratégicamente elaborado por horas de trabajo, distribuido a continuación:

➤ **Distribución horario de trabajadores**

Tabla 72 Distribución horario trabajadores

Trabajador	Horario 1	Horario 2
Barista	9:00 hasta 2:30	4:00 hasta 7:30
Mesero	9:30 hasta 3:00	4:30 hasta 8.00
Ayudante de Barista	8:30 hasta 12: 30	2:00 hasta 6:30

Art. 8.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la cafetería según las necesidades de la misma siendo obligación se está dar aviso a los trabajadores.

Art. 9.- Ningún trabajador podrá ausentarse de la cafetería antes de terminar su jornada diaria sin previa autorización del encargado.

➤ **Vacaciones**

Art. 10.- los trabajadores por cada año completo de servicio prestados gozaran de quince días consecutivos de vacaciones remuneradas.

Las vacaciones del personal deben ser señaladas por la sociedad y serán concedidas a través de un oficio.

➤ **Permisos y licencias**

Art. 11.- Se concederá permisos en la CAFETERÍA COOFFE AMARELLA S.A, siempre y cuando sean debidamente justificados y por las causas establecidas en el Art. 42 numeral 9 del Código del Trabajo.

Art. 12.- Los permisos deben ser obligatoriamente solicitados por escrito y con 24 horas de anticipación, salvo en casos de calamidad doméstica grave, en los cuales se comunicará a la brevedad posible según lo permitan las circunstancias.

Art. 13.- El tiempo de los permisos o licencias no serán cancelados en la liquidación del salario, a excepción de que el gerente autorice compensar el tiempo faltante con tiempo igual de trabajo en horas distintas de las del turno o de la jornada ordinaria de cada trabajador

➤ **Obligaciones de los trabajadores**

Art. 14.- Son obligaciones de los trabajadores

Desempeñar con responsabilidad y eficiencia las funciones y deberes a su cargo de acuerdo a lo determinado por el Contrato de Trabajo.

Asistir cumplidamente a su trabajo y respetar el horario de trabajo.

Observar buena conducta durante el trabajo.

Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta

Mantener en buen estado de higiene y uso todos los bienes de la cafetería especialmente los utensilios de trabajo y uso del cliente.

Reemplazar a un compañero cuando se encuentre en el goce de sus vacaciones anuales o cuando falte por cualquier motivo.

➤ **Derechos de los trabajadores**

Art. 15.- Los derechos de los trabajadores son:

Percibir una remuneración justa de acuerdo con las funciones y responsabilidades que han sido asignadas o se le asigne.

Recibir un trato considerado y respetuoso, acorde a su dignidad y condición humana.

Todos los trabajadores tendrán la opción de presentar quejas formales al Gerente General en caso de ser discriminados.

A todo trabajador se le proporcionará los uniformes y los materiales necesarios para que pueda cumplir con las funciones específicas para las que fue contratado.

Capacitación en el área de sus labores, de conformidad con lo dispuesto por la gerencia.

➤ **Prohibiciones a los trabajadores**

Art. 16.- Son prohibiciones a los trabajadores:

* Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas.

* Abandonar injustificadamente el trabajo, ejercer actividades ajenas a sus funciones o que vayan en contra de la sociedad.

* Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes.

* Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva.

* Alterar o falsificar documentos, información o datos, o ejercer cualquier acto doloso.

* Sustraerse, hurtar o apropiarse de dinero de la Cafetería Cooffe Amarella S.A.

➤ **Obligaciones y Prohibiciones al empleador**

Art. 17.- Son obligaciones del empleador

- * Pagar las cantidades que corresponde al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código.
- * Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales.
- * Llevar un registro de los trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salidas, el mismo que se actualizara con los cambios.
- * Proporcionar a los trabajadores los instrumentos y materiales necesarios en condiciones adecuadas para la ejecución del trabajo.

Las demás establecidas en el **Art 42 del Código de Trabajo**

Art. 18.- Son prohibiciones al empleado.

- Imponer multas que no se hallaren en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobados.
- Retener más del 10% de la remuneración por concepto de multas.
- Cobrar al trabajador interés por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración
- Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores.
- Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo.

➤ **De las sanciones y multas al trabajador**

Art. 19.- Para las sanciones se considerara dos tipos de faltas o contravenciones:

1.- Faltas leves

Los atrasos o llegada tarde por más de 10 minutos sin justificación suficiente.

Llegar impuntual o no asistir a reuniones convocadas por sus Superiores.

Mantener conversaciones que no sean de trabajo y que impidan el regular desempeño de funciones con personal de la cafetería o personal ajeno a la misma por más de 10 minutos.

2.- Faltas graves

- Faltar en cualquier forma a sus superiores y compañeros de trabajo, perjudicando el ambiente de trabajo.
- Sustraerse los accesorios de trabajo, así como retirarlos de las instalaciones o lugar de trabajo sin el correspondiente permiso.
- Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de sustancias alucinógenas; ingerir bebidas alcohólicas o consumir narcóticos o estupefacientes durante la jornada laboral.
- Faltar al trabajo sin permiso de los superiores, así como retirarse del trabajo, durante las horas de servicio, sin el permiso respectivo o sin causa justificada.
- Escala y sanciones disciplinarias

Art. 20.- la siguiente escala de sanciones disciplinarias para las faltas contempladas en el Código de Trabajo, y el presente reglamento interno de Trabajo:

1.- Por primera vez que un trabajador incurra en un fallo, una sanción consiste en una llamada de atención verbal.

2.- Por segunda vez una sanción consiste en una llamada de atención escrita, con copia ala hoja de vida, dependiendo de la gravedad de la falta.

3.- Por la tercera vez una sanción una sanción consiste en una multa, que no superara el máximo permitido legalmente, dependiendo de la gravedad de la falta, llegando hasta la suspensión

definitiva de sus servicios. Antes de aplicarse una sanción disciplinaria se llevará a cabo una investigación y análisis.

6.4.3.-Disposiciones Generales

Art. 21.- Para el conocimiento de los trabajadores, el empleador entregará un ejemplar de este reglamento a cada uno de los trabajadores, de tal manera que la alegación de desconocimiento del reglamento no excusará ni justificará a ningún trabajador de la imposición de la sanción correspondiente por alguna falta cometida.

Art. 22.- Aprobado el presente reglamento por la autoridad competente, entrará en vigencia en forma inmediata, y éste podrá ser reformado en cualquier momento por la Junta General De Accionistas.

6.5. Base legal

Para la creación y el funcionamiento de la microempresa en el cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, se requiere el cumplimiento de requisitos exigidos por el estado u organismos reguladores, mismos que son tramitados en el Municipio del Cantón y en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

6.5.1. Requisitos para su funcionamiento

➤ Obtención del registro único de contribuyente (RUC)

- Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia de la cédula de ciudadanía
- Original y copia de la papeleta de votación
- Original del pago de la planilla de servicios (agua, luz o teléfono), del lugar donde se va realizar la actividad.

➤ Afiliación a la superintendencia de compañías

- Copia del RUC

- Copia de la cedula de ciudadanía
- Listado de maquinaria y equipos valorizados a precio de costo
- Croquis de ubicación con la dirección exacta de la microempresa.

➤ **Obtención patente municipal**

El impuesto de patentes municipales se graba a todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan cualquier actividad económica, los requisitos para establecimiento nuevos son:

- Copia de la cédula de ciudadanía (representante legal)
- Copia de la papeleta de votación (representante legal)
- Original del pago de la planilla de servicios (agua, luz o teléfono), del lugar donde se va realizar la actividad.

➤ **Permiso del Cuerpo de Bomberos**

- Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
- Autorización por escrito del representante de la compañía indicando la persona que va a realizar el trámite y copia de cedula de identidad de la persona.

➤ **Certificado de salud conferido por el Centro de Salud del MSP**

El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad de salud a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria. El trámite por primera vez se lo puede realizar en la dirección provincial y áreas de salud más cercanas. (**Art. 6 permiso de funcionamiento Reglamento para funcionamiento de establecimientos sujetos a control sanitario**)

Requisitos:

- * Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario.
- * Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC).

- * Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal
- * Documento que acrediten la personería jurídica del establecimiento.
- * Croquis de ubicación del establecimiento a escala 1:50.
- * Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

(Art 7 del Reglamento para funcionamiento de establecimientos sujetos a control sanitario)

➤ **Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo**

El registro único de turismo

Todo persona natural o jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrá el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el misterio de turismo. **(Art 47 Reglamento General a la Ley de Turismo)**

➤ **Trámites para el IESS**

Se da a conocer los requisitos que deben cumplir el empleador para la afiliación al Instituto de Seguridad Social.

➤ **Requisitos del empleador**

- Copia del RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación
- Copia de planilla de servicios básicos actualizada

Una vez que el patrono haya abierto el historial laboral de su actividad económica en el IESS, es obligación del mismo afiliar a sus trabajadores desde el primer día que empiecen a laborar en la cafetería, **(Art.- 2 sujetos de protección ley de seguridad social)**

➤ **Requisitos de afiliación para trabajadores**

- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación
- Documentos donde se identifique la dirección y número de teléfono del trabajador

6.6.- Flujograma de procedimiento de adquisición

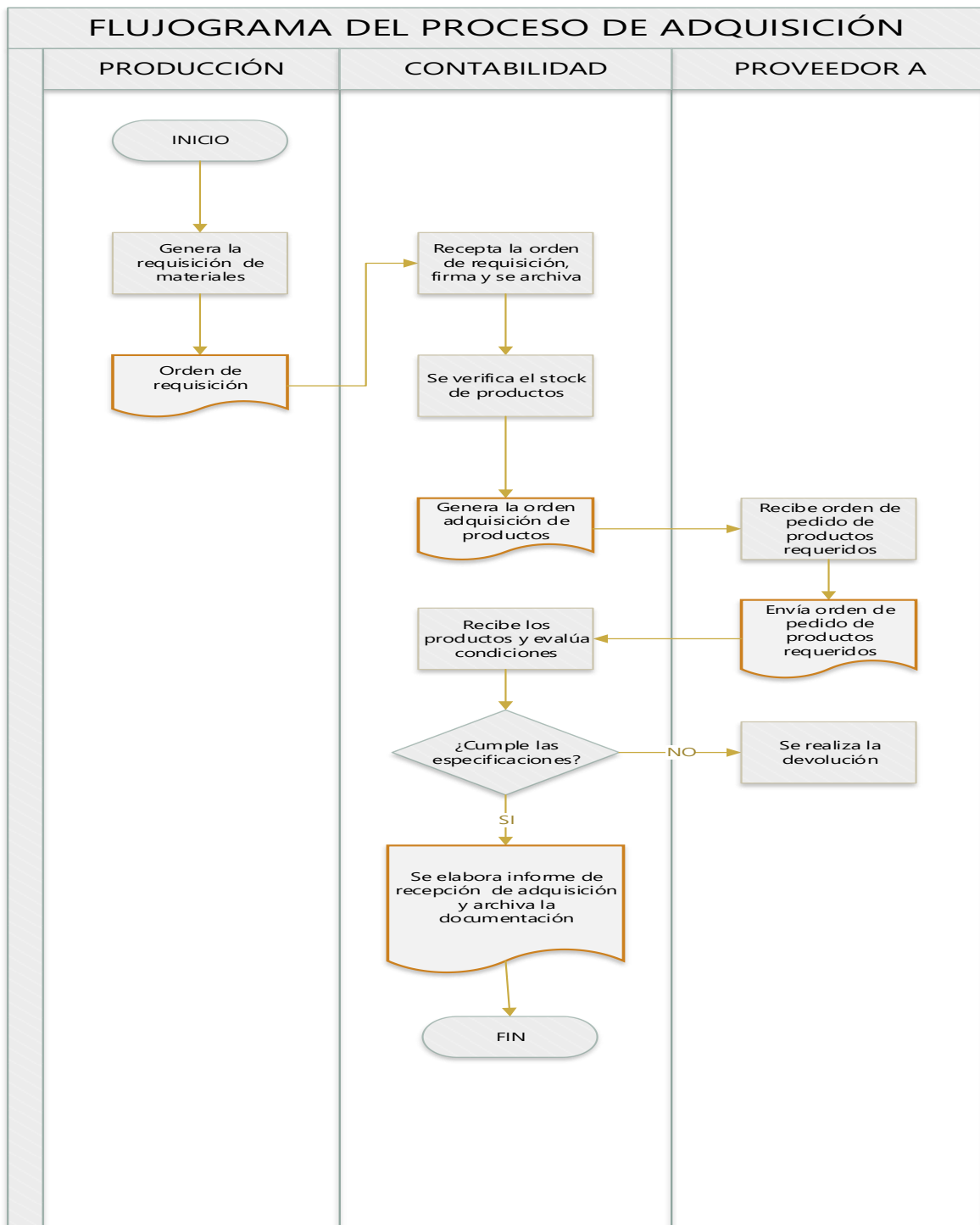


Gráfico 26 Flujo grama del proceso de adquisición

Elaborado por: Las Autoras año 2016

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1 Introducción

La implementación del proyecto genera efectos tanto positivos como negativos, que tienen que ser evaluados y analizados el grado de influencia que tiene sobre la sociedad, economía, y sobre todo en el medio ambiente que hoy en día es importante tratar a fin de que los productos no afecten a su entorno natural y de ser el caso buscar alternativas que eliminen o minimicen dichas amenazas, a través de planes ambientales.

Para determinar los impactos, se propone realizar una tabla donde se ira evaluando los puntos que fueron tomados del plan nacional de buen vivir; como mejorar la calidad de vida, crear nuevas unidades productivas y fortalecimiento del sector servicios, y la ley de gestión ambiental que hace referencia al cuidado del entorno en que se lleva a cabo la actividad comercial.

La metodología para validar los impactos positivos y negativos que probablemente generara la cafetería COOFFE AMARELLA S.A. es la siguiente escala de valoración:

Tabla 73 Valoración cualitativa y Cuantitativa de Impactos.

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Impacto Positivo Alto	3
Impacto Positivo Medio	2
Impacto Positivo Bajo	1
No hay Impacto	0
Impacto Negativo Bajo	-1
Impacto Negativo Medio	-2
Impacto Negativo Alto	-3

Elaborado por: Las Autoras

7.2 Impactos del proyecto

7.2.1 Impacto social

Tabla 74 Indicadores Sociales

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo							X
Mejoramiento de la calidad de vida de los involucrados						X	
Satisfacción de los consumidores							X
Fortalecimiento del sector turístico						X	
TOTAL						4	6

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = 2,5$$

Análisis:

El resultado de la matriz indica que el impacto social es alto positivo, porque a través de la creación de la cafetería se generaría plazas de trabajo para las personas de la localidad y por ende mejorar el estilo de vida. De igual manera los productos a ofrecer de calidad, logran satisfacer el paladar de los clientes.

7.2.2 Impacto económico

Tabla 75 Indicadores Económicos

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Integración de nueva unidad económica en el cantón Cotacachi							X
Incentivo a la inversión local						X	
Reinversión de capitales							X
TOTAL	6					2	6

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = 2,67$$

Análisis:

A nivel económico tiene alto impacto positivo; porque a través de la creación de nuevas unidades de productividad en el cantón se aportaría económicamente, como también mediante la reinversión se construiría o ampliaría la cafetería, generando fuentes de empleo.

7.2.3 Impacto ambiental

Tabla 76 Indicadores Ambientales

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación mínimo de desechos		X					
Reciclaje adecuado de desechos	X						
Capacitación en seguridad ambiental		X					
TOTAL	3	4					

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = -\frac{7}{3}$$

Nivel de Impacto Ambiental = -2,33

Análisis:

El impacto ambiental tendrá un impacto negativo, porque los procesos de elaboración de las bebidas a base de café y postres no generarán muchos residuos que afecten al medio ambiente, serán clasificados en desechos orgánicos e inorgánicos en envases plásticos.

En el caso de residuos orgánicos se entregará al carro de la basura, mientras que los materiales inorgánicos (botellas y vasos plásticas) serán reciclados para su venta respectiva que a su vez generar ingresos a la cafetería.

7.3 Impacto general

Tabla 77 Resumen De Impactos

INDICADORES	NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Económico								X
Impacto Social							X	
Impacto Ambiental			X					
TOTAL			2				2	3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\Sigma}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = -\frac{3}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = 1$$

Análisis:

De acuerdo con el análisis general de impactos, se estima que se tendrá un impacto bajo positivo, es decir, que la implementación del proyecto sería positivo porque aportaría de diferentes maneras al cantón, es decir, crear fuentes de empleo, aportar a la economía del cantón Cotacachi y cuidar el medio ambiente.

CONCLUSIONES

1. La falta de emprendimiento e inversión en el cantón Cotacachi, de acuerdo al diagnóstico realizado en la presente investigación, determinó la inexistencia de un servicio de cafetería gourmet al estilo europeo americano de calidad que cumplan con las expectativas del turista nacional y extranjero.
2. El marco teórico es la recopilación de bases teóricas de gran interés y de varios autores, mismo que permitió recopilar información para sustentar la elaboración del proyecto.
3. El estudio de mercado permitió determinar una demanda insatisfecha, con respecto al servicio de cafetería gourmet al estilo europeo americano de calidad, lo que es una oportunidad para el presente proyecto denominado la COFFE AMARELLA S.A.
4. En el estudio técnico e ingeniería se estimó los recursos necesarios para poner en marcha la cafetería COFFEE AMARELLA S.A como: la ubicación de la microempresa, infraestructura física, inversión económica para la adquisición de maquinaria, equipos, como también el recurso humano, a fin de obtener un proceso productivo eficaz.
5. En el estudio financiero mediante los resultados obtenidos, se pudo comprobar la factibilidad del proyecto, con indicadores positivos; con un VAN de y 27,54 una TIR del 31,46%.en referencia a la Tasa de Redescuento del 14,75%, lo que permite verificar la rentabilidad del proyecto.
6. En la estructura organizacional se define la conformación jurídica que tendrá la cafetería gourmet al estilo europeo americano de calidad, también su respectiva misión, visión, objetivos, políticas y valores corporativos, que permitan brindar un servicio de calidad a nuestros visitantes.
7. El nivel de impacto medio alto positivo que este proyecto generará en el ámbito económico y social, califican al proyecto aceptable, porque su ejecución aportará al desarrollo del Cantón Cotacachi enmarcándose sus actividades al cuidado del medio ambiente.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las empresas, emprendedores e inversionistas, elaborar y fundamentar proyectos de inversión, análisis de costos, y planes de negocios que permitan brindar un servicio de cafetería gourmet al estilo europeo americano de calidad en el Cantón Cotacachi; de acuerdo al análisis situacional de la presente investigación.
2. Para la elaboración del proyecto de factibilidad se debe realizar un marco teórico que sustente la información de la investigación con fuentes de libros innovadores con contenido de relevancia, que deben ser citados y referenciados con los parámetros bibliográficos establecidos por la institución
3. COOFFE AMARELLA S.A. deberá aplicar estrategias de marketing innovando el servicio gourmet de cafetería, a fin de establecer una ventaja competitiva y fidelización de los clientes para lograr posicionarse en el mercado con un servicio de calidad.
4. Es recomendable que la cafetería cuente con maquinaria y equipo de alta tecnología, materia prima de la mejor calidad y personal altamente calificado con el objetivo de deleitar a los clientes con productos autóctonos del Cantón Cotacachi.
5. Al tener el proyecto evaluadores económicos aceptables se recomienda su puesta en marcha, a través de créditos bancarios que las entidades financieras ofrecen para la inversión de nuevas unidades productivas, mismas que generaran ingresos y por ende plazas de trabajo dentro de la localidad.
6. La cafetería COOFFE AMARELLA S.A deberá cumplir con los parámetros establecidos por el marco legal vigente para su constitución que permita alcanzar los objetivos de la misión y visión, además de contar con talento humano altamente capacitado a fin de brindar un servicio de excelencia.
7. Con la creación de la cafetería COOFFE AMARELLA S.A deberá evaluar los impactos que sus actividades generen; de manera que se pueda mitigar los mismos a fin de evitar cualquier tipo de riesgos que afecten el entorno en la que se desenvuelve.

BIBLIOGRAFÍA

- Araujo Arevalo, D. (2012). *Análisis, Formulación y Evaluación Práctica*.
- Alboledo Velez , G. (2013). *Identificación, formulación y gerencia*.
- Bravo , M. (2013). *Contabilidad General*.
- Cardona, D. (2004). *Encrucijadas de la Seguridad en Europa y las Américas*.
- Castells, X. E. (2012). *Energía, Agua, Medioambiente, territorialidad, Sostenibilidad*.
- Chalifour.J. (1994).
- COMPAÑIAS, C. D. (s.f.).
- crístina. (2000). *nada*. cotacachi.
- Díaz P., N. F. (2011). *Formulación y criterios de Evaluación*.
- Ecolástico León, C., Cabildo Miranda, P., Vallespi , Claramunt Vallespi, R., & Claramunt Vallesti, T. (2013). *Ecología II: comunidades y ecosistemas*. Madrid.
- Guadalupe, S. (2012). *Administración Financiera*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Hansen , M. A. (2012). *NIF para PYMES*.
- Hernández, J. (2011). *Desarrollo Organizacional*. México: Pearson.
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>. (05 de 2016). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>
- Laudon, K. J. (2012). *SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL*.
- Meza Orozco, J. d. (2013). *Evaluación Financiera de proyectos*. Colombia: Eoe Ediciones.
- Montes Ponce de León, J. (2001). *Medio Ambiente y Desarrollo Sostenido*. Madrid.
- Ortega Castro, A. (2010). *Proyectos de Inversión*.
- Riesgo, F. d. (2014). *Francisco Cerón Pereira*.
- Rodríguez, H. S. (2011). *Introducción a la Administración*. México: Mc Graw Hill.
- Rodríguez, R. A. (2011). *El Emprendedor de Éxito*.
- saavedra. (2000). *las frases*.

Sapag Chain , N. (2014). Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogotá, Colombia: Mac Graw Hill.

Sequeda , P. (2014). Finanzas corporativas y valoración de empresas. Bogotá: Edicioones U.

Velásquez, M. (2014). Marketing conceptos y aplicaciones. Baranquillas, Colombia: Universidad Del Norte.

Zapata, P. (2011). Contabilidad General. Bogota, Colombia: Mc Graw Hill.

LINKOGRAFIA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Flujograma>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Cafeter%C3%ADa>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9,2016>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>

<http://aceproject.org/main/espanol/ei/eic.htm>

www.sri.gob.ec

www.supercias.gob.ec

www.ecuadorencifras.gob.ec

www.turismo.gob.ec

www.bce.fin.ec

ANEXOS

ANEXO 1.- FORMATO DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN
<p>Día</p> <p>Hora.....</p> <p>Cafetería.....</p> <p style="text-align: center;">ASPECTOS A OBSERVAR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios de los productos ofertados • Cantidad de clientes visitan el negocio diariamente • Aproximadamente cuáles son su venas semanales • Tipo de proveedores con los que cuenta el negocio • Conexiones con agencia de viajes • Producto estrella

ANEXO 2.-FORMATO GUÍA ENTREVISTA**“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ENTREVISTA CAFETERÍA RÍO INTAG****Fecha:****Nombre del entrevistado:**

1. ¿Qué le motivó a empezar su negocio?
2. La empresa maneja indicadores de gestión?
3. ¿La empresa cuenta con un manual de funciones donde se detalla las responsabilidades de cada uno de sus trabajadores?
4. ¿En caso de que usted tenga que realizar funciones fuera de la institución, como coordina con su equipo de trabajo las actividades?
5. ¿Cómo identifica usted las necesidades de sus clientes?
6. ¿Qué estrategias utiliza para sus ventas y de qué manera?
7. ¿Tiene conexiones con agencias de viajes?
8. Al momento de vender su producto ¿Qué políticas utiliza con sus clientes?
9. ¿Qué tipo de acciones considera antes de introducirse en un nuevo mercado?

10. ¿Cuáles es su producto estrella?
11. ¿Cuál diría que es su principal competidor?
12. Con que tipo de proveedores cuenta la empresa?
13. Qué porcentaje de clientes visitan su empresa diariamente?
14. aproximadamente cuáles son sus ventas semanales?
15. ¿Cuál es el mayor reto al que se enfrenta la empresa?
16. ¿Las actividades laborales están evolucionando según un producto/ proyecto/ estrategia?

ANEXO 3.-FORMATO DE LA ENCUESTA CONSUMIDORES EXTRANJEROS**“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Objective: Do a feasibility study to determine the level of interest in, or the necessity for the opening of an American style cafe in Cotacachi.

I appreciate your candid responses

Instructions: Answer the questions presented below. Choose only one answer unless indicated

Female

Male

In what country did you live in before coming to Ecuador?

USA

Canada

Europe

Other

Age:

19-25

26-33

34-41

42 and up

Profession:

Student

Business owner

Employee

Retired

What is your average monthly income?

- Between \$400.00- \$600 .00
- Between \$650.00 and \$800.00
- More than \$900.00

Is coffee one of your favorite drinks?

- Yes
- No
- Sometimes
- Never

How often do you drink coffee?

- Once a day
- Several times a day
- Once a week
- Never

Which of the following is your favorite kind of coffee?

- Espresso
- Cappuccino
- Mocaccino
- American
- Other
- I don't drink coffee

What time of day do you usually drink coffee?

- In the morning
- In the afternoon
- At Night
- All day
- Never

Where do you presently go most frequently for coffee in Cotacachi?

- Solid rock
- Casas de frutas
- Rio Intag
- Bar y Arte
- Lafayette
- Other
- Don't drink coffee

What is/are the most important characteristic/s you would look for in an American Style

Café in Cotacachi (select those that apply)

- Location
- Infrastructure/ interior design of the Café
- Cleanliness
- Quality of the products served
- Price
- Service

How much do you usually spend in a coffee shop during one week?

- Less than \$10.00
- \$10-\$15
- \$15-\$20
- More

What would you consider the best method of advertisement to receive information about

a new American style coffee shop?

- TV
- Internet/Facebook/e-mail
- Flyer
- Poster
- Word of mouth
- Not interested

What type of additional food service would you like to see if a new American style café was opened in Cotacachi? (select those that apply)

- Pastries
- Hamburger
- Sandwiches
- Ecuadorian snacks such as quimbolitos, humitas, and empanadas
- Colombian empanadas or arepas
- Others

How much would you pay for each kind of coffee?

Espresso

- \$1,00 - \$1,25
- \$1,50- \$1,75

Americano

- \$1,25 - \$1,50
- \$1,75- \$2,00

Capuccino

- \$ 1, 50 - \$1,75
- \$ 2, 00 - \$2,25

Mocaccino

- \$ 1,75 - \$2,00
- \$ 2,25 - \$2,50

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION

ANEXO 4 FORMATO DE LA ENCUESTA CONSUMIDORES NACIONALES**“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Objetivo: Realizar un estudio de factibilidad para determinar el nivel de aceptación para la creación de una nueva cafetería estilo europeo-americana en el cantón Cotacachi.

Instrucciones:

- Responda con la mayor sinceridad las siguientes preguntas que se presenten a continuación.
- Escoja una sola respuesta a menos que se lo indique

Fecha:**1) Género**

- Femenino
 Masculino

2) Edad:

- 19-25
 26-33
 34-41
 42 o más

3) Profesión:

- Estudiante
 Negocio propio
 Empleo bajo relación
 Jubilado

4) Cuáles son sus ingresos mensuales?

- Entre \$400.00- \$600.00
- Entre \$650.00 y \$800.00
- Más de \$900.00

5) ¿Usted toma café?

- Si
- No

3)¿Qué tan frecuentemente toma café?

- Una vez al día
- Varias veces al día
- Una vez a la semana
- Nunca

6) ¿Cuál de las siguientes clases de café es su preferido?

- Expreso
- Capuchino
- Americano
- Mocaccino
- Otro

7) ¿A qué hora del día usted consume café

- En la mañana
- En la tarde
- En la noche
- Todo el día

8) ¿De los siguientes sitios, a cual usted acude frecuentemente para consumir café?

- Solid rock
- Casas de frutas
- Café Rio Intag
- Bar y Arte
- Lafayette
- Otro

9) ¿Qué prioriza en una cafetería?

- Localización
- Infraestructura/diseño de interior de la cafetería
- Limpieza
- Calidad de los productos al servir
- Precio
- Servicio

10) ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por uno de estos productos?

Expreso

- \$1,00 - \$1,25
- \$1,50- \$1,75

Americano

- \$1,25 - \$1,50
- \$1,75- \$2,00

Capuchino

- \$ 1,50 - \$1,75
-
- \$ 1,50 - \$1,75

Mocaccino

- \$ 1,75 - \$2,00
- \$ 2,25 - \$2,50

11) Cuánto suele gastar en una cafetería?

- Menos de \$10.00
- \$10-\$15
- \$15-\$20
- Más

12) ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información acerca de la nueva cafetería?

- Televisión
- Internet/Facebook/ e-mail
- Volantes
- Posters
- Boca a boca
- No interesa

13) ¿Con que tipo de producto le gusta consumir café?

- Pasteles
- Quimbolitos
- Empanadas
- Humitas
- (hamburguesas, sándwiches)
- Otros

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 5: TABLA DE AMORTIZACIÓN

$$\text{Valor Presente} = \frac{VF * i * (1+i)^n}{\{(1+i)^n - 1\}} \quad VP = \frac{41.909 * 0,0117 * (1+0,17)^{60}}{\{(1+0,0117)^{60} - 1\}} = \frac{985,37}{1,0096} = 976,03$$

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO						
Capital:	40.207					
Interés:	14%	1,17	mensual			
Tiempo:	5 años	60	meses			
Nº	valor presente	Interés	Saldo soluto	Saldo Insoluto	Interés	Capital
1	936,39	470,43	465,96	39.742		
2	936,39	464,98	471,42	39.270		
3	936,39	459,46	476,93	38.793		
4	936,39	453,88	482,51	38.311		
5	936,39	448,23	488,16	37.823		
6	936,39	442,52	493,87	37.329		
7	936,39	436,75	499,65	36.829		
8	936,39	430,90	505,49	36.323		
9	936,39	424,98	511,41	35.812		
10	936,39	419,00	517,39	35.295		
11	936,39	412,95	523,44	34.771		
12	936,39	406,82	529,57	34.242	5.271	5.966
13	936,39	400,63	535,76	33.706		
14	936,39	394,36	542,03	33.164		
15	936,39	388,02	548,37	32.616		
16	936,39	381,60	554,79	32.061		
17	936,39	375,11	561,28	31.499		
18	936,39	368,54	567,85	30.932		
19	936,39	361,90	574,49	30.357		
20	936,39	355,18	581,21	29.776		
21	936,39	348,38	588,01	29.188		
22	936,39	341,50	594,89	28.593		
23	936,39	334,54	601,85	27.991		
24	936,39	327,50	608,90	27.382	4.377	6.859
25	936,39	320,37	616,02	26.766		
26	936,39	313,16	623,23	26.143		
27	936,39	305,87	630,52	25.512		
28	936,39	298,50	637,90	24.875		
29	936,39	291,03	645,36	24.229		
30	936,39	283,48	652,91	23.576		
31	936,39	275,84	660,55	22.916		

32	936,39	268,11	668,28	22.247		
33	936,39	260,30	676,10	21.571		
34	936,39	252,39	684,01	20.887		
35	936,39	244,38	692,01	20.195		
36	936,39	236,29	700,11	19.495	3.350	7.887
37	936,39	228,09	708,30	18.787		
38	936,39	219,81	716,58	18.070		
39	936,39	211,42	724,97	17.345		
40	936,39	202,94	733,45	16.612		
41	936,39	194,36	742,03	15.870		
42	936,39	185,68	750,71	15.119		
43	936,39	176,89	759,50	14.360		
44	936,39	168,01	768,38	13.591		
45	936,39	159,02	777,37	12.814		
46	936,39	149,92	786,47	12.027		
47	936,39	140,72	795,67	11.232		
48	936,39	131,41	804,98	10.427	2.168	9.068
49	936,39	121,99	814,40	9.612		
50	936,39	112,47	823,93	8.789		
51	936,39	102,83	833,57	7.955		
52	936,39	93,07	843,32	7.112		
53	936,39	83,21	853,19	6.258		
54	936,39	73,22	863,17	5.395		
55	936,39	63,12	873,27	4.522		
56	936,39	52,91	883,48	3.639		
57	936,39	42,57	893,82	2.745		
58	936,39	32,11	904,28	1.840		
59	936,39	21,53	914,86	926		
60	936,39	10,83	925,56	0	810	10.427
TOTAL		15.976	40.207			

Elaborado Por: Las Autoras

ANEXO 6. PROFORMAS INVERSIÓN FIJA


WORLD COMPUTERS
 Su inversión inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466
 RUC 0701084121001

NOMBRE: CRISTINA ANDRAMUNIO Y JESSICA QUISHPE

RUC:

CONTACTO: CRISTINA ANDRAMUNIO

TELÉFONO:

DIRECCIÓN: COTACACHI

REFERENCIA: COTACACHI

PROFORMA
0125801

FECHA: 18/01/2016

ASESOR: **KAREN CORDOVA**

TELÉFONO: **0980700385**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	PORTATIL DELL LATITUDE E5450 Procesador Intel Core i5 -5200U 5ta. Generacion Memoria Ram de 4 GB Disco duro de 500 GB Pantalla de 14" INC Windows 7 o 8,1 PROFESIONAL Intel HD Graphics 	1,395.00	2,790.00
1	MULTIFUNCION EPSON L220 Imprime, Copia y Scanea Blanco negro y color	283.04	283.04
1	Telefono Panasonic TS-500 Negro/Blanco OBSEQUIOS: Maleta y Mini Mouse	15.68	15.68
CONFIRMACION Y ENTREGA INMEDIATA		SUBTOTAL	3,088.72
GARANTIA DE 1 AÑO		IVA 12%	370.65
PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS POR ALZA DE IMPUESTOS		TOTAL	3,459.37

FORMA DE PAGO: CONTADO

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE... 26 AÑOS

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO







IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte **TELÉFONOS:** 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444
OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo **TELÉFONOS:** 2928 - 333 / 2925 - 743




ASTRA

Variedad de productos importados y de presentación

Sánchez y Cifuentes 9-43 y Olivedo. Telefax: 06 2955 575 Telf: 06 2951 570 - Casilla 647

• Nuestros Productos

• Corales y

expandibles

ASTRA C.A.

• Colchones, esponjas

y almohadas PARAISO

• Plásticos PICA

Artículos para el

hogar

• Hilos cadena ECUADOR

cierres, hilos, botones

• Puertas enrollables

NORMETALCO

• Materiales

didácticos y de

manualidades

• Papel, publicidad,

y contact

• Lonas, vinil

alfombras, rodapiés

resortes industriales

• Fundas chequeras y

transparentes

• Productos PASA para

modistería y sastrería

• Muebles metálicos y

de madera

• Bazar y artículos

en general

MOYA, BORJA, BLANCA, ROMELIA
SANCHEZ Y CIFUENTES NRO. 9-43

P R O F O R M A

No. 0000000016

Cliente: 1003507355 CRISTINA ANDARMONIO

Fecha: 2016/01/16

Dirección:
Vendedor: ***NO EXISTE***

PROFORMA

Código	Descripción	UM	Cantidad	Precio U.	Dcto.	Total
S674	BOMBONERA DE VIDRIO	UN	1.00	4.0179	0.000	4.0100 *
Y653	ENSALADERA 10 C/ DISEÑO	UN	1.00	4.9114	0.000	4.9100 *
Y257	VASO USO LEXINTON 11 OZ	UN	1.00	0.8050	0.000	0.8000 *
E203	JARRAS X 2 NIQUELADAS	UN	1.00	9.3750	0.000	9.3700 *
G520	CUCHILLO PARA PAN 20 CM	UN	1.00	2.8571	0.000	2.8500 *
E224	MOLDE PANECILLO CONEJO/MARIPOSA	UN	1.00	2.2400	0.000	2.2400 *
S817	CUCHILLO UMCO CHEF DIAMANTE 15CM	UN	1.00	2.2330	0.000	2.2300 *
G059	EXTRACTOR DE JUGO UM6501	UN	1.00	37.9464	0.000	37.9400 *
G979	BATIDORA CON PEDESTAL 100W	UN	1.00	21.8750	0.000	21.8700 *
G029	COPAS DE VINO SIDERA	UN	1.00	12.2769	0.000	12.2700 *
S130	SET UTENSILLOS SET 7 PZAS	UN	1.00	10.5358	0.000	10.5300 *
5090	DISPENSADOR JABON PLASTICO 375 500ML	UN	1.00	9.8220	0.000	9.8200 *
5730	DISPENSADOR PIPAPEL 24X12X28CM	UN	1.00	9.7330	0.000	9.7300 *
P292	RECOGEDOR DE BASURA MANO	UN	1.00	1.3400	0.000	1.3400 *
4012	ESCOBA PLASTICA COLORES 0712/4501	UN	2.00	2.0069	0.000	4.0100 *
8730	BASURERO CROMADO CITA 5 LITROS	UN	1.00	8.9250	0.000	8.9200 *

Total Imponible (*): 142.92 Descuentos: .00 Recargos: .00
 Total No Imponible: .00 Valor del IVA: 17.15 Total General: 160.07

PROFORMA VALIDA DURANTE 3 DIAS


ALMACEN ASTRA
 Romelia Moya
 TUC: 180044746600 *
 Dir. Sánchez y Cifuentes 943
 Telf 2955575 - 2951570

COTIZACION #
17865

LA GANGA R.C.A. SA.

PEDRO MONCAYO 6-82
TELEFONOS : 2643128

RPT_COTIZACION_SEGMENTADA.RPTPAGINA 1

USUARIO : JROBALI
FECHA EMISION : 18/01/2016
HORA : 10:22:44

CLIENTE	: 1003507355 ANDRAMUNIO RAMOS ROSA CRISTINA	CODIGO INTERNO	: 020075023C (Cotiz
DIRECCION	: COTACACHI		
SUCURSAL	: 007 IBARRA 1		
VENDEDOR	: JOHANNA STEFANY RIVADENEIRA LL	TIPO DE CLIENTE	: DETALLISTA
CUIDAD	:		
VIGENCIA	: Desde : 18/01/2016 A: 18/01/2016	NOTA:	Precios sujetos a cambios sin previo av

VALOR A PAGAR POR PRODUCTOS

ARTICULO	CANTIDAD	P. UNITARIO	SUB TOTALES
0429000103 HORNO ELECTRICO HTI-1400BL INDURAMA	1	131.72	131.72
2091054101 .MNAC FUNDA GRANDE 23.5X31	1	0.01	0.01
0431000403 MICROOND. MWI-17 BLP INDURAMA	1	204.63	204.63
3232001701 LICUADORA OS4655-013 OSTER	1	161.85	161.85
3236002202 SANDUCHERA OSCKSTSM3892-013 OSTER	1	77.89	77.89
0104200001 DISPENSADOR DE AGUA EM01CS MABE	1	282.20	282.20
1099100249 MOCHILA DELUXE INDUGLOBAL *Obsequio *	1	41.03	41.03
2221920001 TV LED KDL-40R479B SONY	1	1,170.97	1,170.97
0404259003 VITRINA VFV 520 5019 15" NF INDURAMA	1	1,765.81	1,765.81
1099100283 ESCALERA 3 ESCALONES INDUGLOBAL *Obs	1	51.13	51.13
5204006805 REFRIG. TOP MOUNT WRW25AKTWW WHIRLPC	1	1,296.09	1,296.09
1099100302 TAZONES INDUGLOBA *Obsequio *	1	7.59	7.59
1099100305 RECIPIENTES PLÁSTICOS INDUGLOBAL *Obs	1	12.58	12.58
1099100305 RECIPIENTES PLÁSTICOS INDUGLOBAL *Obs	1	12.58	12.58
1099100305 RECIPIENTES PLÁSTICOS INDUGLOBAL *Obs	1	12.58	12.58
1099100310 ESCURRIDOR DE PLATOS INDUGLOBAL *Obs	1	44.28	44.28
1099100301 LUZ LED ADHESIVA INDUGLOBAL *Obsequio *	1	3.58	3.58
1099100317 BBO CROMADO SIZE:45X30X35CM INDUGLOBA	1	63.69	63.69
1099100317 BBO CROMADO SIZE:45X30X35CM INDUGLOBA	1	63.69	63.69
7003000116 IMPRESORA EPSON L365 TEKOCSA	1	779.23	779.23
7005970001 PORTÁTIL CORE I3 HP14-AC112LA TEKOCSA	1	1,805.41	1,805.41
		SUB TOTAL	1 7,988.66
		(-)DESCUENTO	7 3,472.09
		I.V.A. 12%	1 541.98
		VALOR FACTURA	1 5,058.45

DESCUENTO POR OFERTA O PROMOCIÓN

ESTA OFERTA O PROMOCIÓN NO APLICA PARA CREDITO DIRECTO. OFERTA O PROMOCIÓN VÁLIDA POR 2 DÍAS O HASTA AGOTAR EXISTENCIAS.


En Constancia de aceptar los servicios antes expuestos, firmo el presente documento.

Firma del Cliente

ANEXO 7.- FOTOGRAFÍAS TRABAJO DE CAMPO***Fotografía 1 Encuesta Población Nacional y Extranjera***

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Las Autoras

ANEXO 8-CAFETERÍAS DEL CANTÓN COTACACHI



	Dirección	Teléfono
CAFETERÍAS		
1	Casa De Frutas	García Moreno 13-17 Y Simón Bolívar
2	Rincón Del Sol	González Suárez 15-72 Y Av. Peñaherrera
3	Serenity	González Suárez 80-30 Y 10 De Agosto
4	Aulake Café	Bolívar y 10 De Agosto
5	Café Rio Intag	Inbabura y Rocafuerte sin
6	Bar y Arte	González Suárez 12-46 y 10 de Agosto
FUENTES DE SOGA		
7	Oskar Pizzeria # 2	Sucre sin y 10 De Agosto
8	Blanquita Alano	García Moreno sin y González Suárez
RESTAURANTES		
9	Aji De Piedra	Sucre 9-97 Entre 10 De Agosto y J. Montalvo
10	La Casa Del Turista	Simón Bolívar 13-02 y 10 De Agosto
11	Kippers Chicken Plus	González Suárez y Modesto Peñaherrera
12	El Leñador De Cotacachi	Sucre 10-12 y Juan Montalvo
13	La Marquiza	10 De Agosto 12-65 y Simón Bolívar
14	Solid Rock Grill	10 De Agosto 14-37 y Sucre
15	La Tota	8 De Octubre sin y Rocafuerte
16	Kibut	Simón Bolívar sin y 9 De Octubre
17	D'Anita	González Suárez 12-36 y 10 De Agosto
18	Molinos de Sól	González Suárez y 10 de Agosto
19	Colors & Flavours	Inbabura 9-11 y Rocafuerte
20	Dofia Ceci	Bolívar 7-28 y Eloy Alfaro
21	Daniela	10 de Agosto 6-10 y Pedro Moncayo
RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA		
22	Especiales Carnes Coloradas Esther Moreno De Umla	Bolívar 15-70 y Modesto Peñaherrera
23	Paradero El Coco	Sucre 3-00 y Segundo Luis Moreno
24	Las Auténticas Y Esquisitas Carnes Coloradas	Sucre 10-06 y Juan Montalvo
25	Especiales Carnes Coloradas	Modesto Peñaherrera 12-06 y González Suárez

Image 1 of 1

Close or Esc Key

<http://www.cotacachi.gob.ec/index.php/turismo/gastrono>

ANEXO 9: TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL SISTEMA SIISE



SIISE

Documentales Consultas Temáticas Consultas Territoriales

Guardar Copiar Error Indicadores Comparar Consultar Ayuda

<< **Tasa de crecimiento poblacional**

FUENTE: Censo de Población y Vivienda - INEC
AÑO: 2010

Datos Ficha Metodológica

País	Tasa de crecimiento poblacional %	
▼ Ecuador		
Ecuador	1.9	

<http://www.siise.gob.ec/siiseweb/siiseweb.html?sistema=1#>

ANEXO 10: LISTA DE REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC

SRI						
FICHA DE REQUISITOS SERVICIO DE RENTAS INTERNAS						
REQUISITOS GENERALES PARA REGISTRO Y ACTUALIZACIÓN DE RUC SOCIADES						
DOCUMENTOS	BASES LEGALES DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	BASES LEGALES DE LA SUPERINTENDENCIA DE TRABAJO	LEYES Y CONVENIOS COLECTIVOS DE TRABAJO	LEYES DE REGISTRO, IDENTIFICACION PERSONAL Y ACTUALIZACION DE DATOS PERSONALES	ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO (ONG) Y ENTIDADES SIN PERSONALIDAD JURIDICA, CONTRATO DE TRABAJO DE PARTICIPACION, CONTRATO DE EMPLEADO, EMPRESA COOPERATIVA	REQUISITOS ESPECIFICOS
Identificación	RUC 10.1. Identificación física y formal de un representante legal, de la sociedad registra más de la sociedad, esta información debe registrarse en el Registro, en el caso de personas jurídicas en el Registro de la Superintendencia de Comercio, Industria y Turismo.					Los representantes legales que no sean personas físicas, deben estar inscritos en el Registro de la Superintendencia de Comercio, Industria y Turismo.
Identificación de la sociedad	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo. Para las sociedades con personería jurídica inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo, debe presentarse el documento que acredite la inscripción de la sociedad en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Este documento establece el tipo de sociedad que se constituye y el tipo de personalidad jurídica. En el caso de personas jurídicas, debe estar inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.
Representación	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo. Para las sociedades con personería jurídica inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo, debe presentarse el documento que acredite la inscripción de la sociedad en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Este documento establece el tipo de sociedad que se constituye y el tipo de personalidad jurídica. En el caso de personas jurídicas, debe estar inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.
Documentos de identificación del representante legal y del representante de la sociedad	REQUISITOS A LA HORA DE IDENTIFICACION COMPARTIMENTADA A REQUISITOS GENERALES PARA REGISTRO Y ACTUALIZACION DE RUC SOCIADES. PARA OBTENCION DE LA IDENTIFICACION.					

REQUISITOS ESPECIFICOS SEGUN EL TIPO DE SOCIEDAD						
Número del requisito	Característica específica de contribuyente	Identificación de la sociedad	Documento que acredita el cumplimiento del requisito	Forma de presentación	Observaciones del Receptor	Observaciones del Contribuyente
1	CONDOMINIO	Sociedad pública de propiedad horizontal otorgada por el Registrador de Comercio, Industria y Turismo, inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo, en el caso de la primera escritura de inscripción o en el caso de la escritura de modificación de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Requisitos del Administrador de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo, inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.	Este documento debe estar inscrito en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	
2	EMPRESA	Resolución emitida por el Ministerio de Relaciones Exteriores, que aprueba el funcionamiento de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia.		
3	SUPLENTE ADMINISTRATIVO DE LEY	Resolución de un agente de confianza, emitida por el Registrador legal.	Resolución del Administrador de la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.	Este documento debe estar inscrito en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	
4	COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Sociedad pública de constitución inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
5	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
6	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Sociedad pública de constitución inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
7	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
8	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
9	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
10	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
11	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
12	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
13	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
14	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
15	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
16	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
17	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
18	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
19	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		
20	EMPRESA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	Resolución por medio de la cual se otorga la personalidad jurídica a la sociedad inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Resolución del Registrador legal inscrita en el Registro de Comercio, Industria y Turismo.	Original y copia, o copia certificada.		

ANEXO 10.-: DATOS TURÍSTICOS



Oficio Nro. MAE-CGZ1-DPAI-2015-2085

Ibarra, 29 de diciembre de 2015

Asunto: Pronunciamiento ingreso de visitantes a la RECC

Estudiante
 Jessica Cecibel Quishpe Cuatucumba
Estudiante
UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
 En su Despacho

De mi consideración:

Mediante oficio s/n de fecha 18 de diciembre del 2015 dirigido a la Dirección Provincial del Ambiente de Imbabura, por parte del Srta. Cristina Anramunio - Jessica Quispe Estudiantes de Universidad Técnica Norte, en el que solicita información de los registros de visitantes que ingresan a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas desde el año 2010 hasta la fecha.

Al respecto esta cartera de estado hace la entrega formal de información de registro e ingreso de turistas a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas RECC Zona Alta, cuya fuente es de la línea base y archivo que lleva el Área Protegida y que corresponde al período enero 2010 hasta 17 diciembre del 2015.

AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	OPERADORAS	TOTAL
2010	88.346	16.447	0	106.391
2011	95.739	40.047	0	135.786
2012	131.957	36.372	0	168.329
2013	138.104	39.082	0	177.186
2014	111.594	32.125	1.016	153.544
2015	132.928	32.421	13.906	179.255

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Papel Ecológico

DIRECCION PROVINCIAL DEL AMBIENTE DE IMBABURA
 Av. Mariano Acosta 12-57 entre Fray Vacas Galindo y Jaime Rivadeneira altos del Consorcio Pichincha
 Ibarra - Ecuador
 Teléfonos: (593 6) 2660561 - 2607571
 www.ambiente.gob.ec

* Documento generado por Outpuz

1/2



Oficio Nro. MAE-CGZ1-DPAI-2015-2085

Ibarra, 29 de diciembre de 2015

Mgs. ~~Segundo Fuentes Cáceres~~

COORDINADOR GENERAL ZONAL - ZONA 1 (ESMERALDAS, CARCHI, IMBABURA Y SUCUMBIOS) - DIRECTOR PROVINCIAL DEL AMBIENTE DE IMBABURA

Referencias:

- MAE-CGZ1-DPAI-2015-1352

Anexos:

- 0274.pdf

vm/oc

Papel Ecológico

DIRECCION PROVINCIAL DEL AMBIENTE DE IMBABURA
Av. Mariano Acosta 12-57 entre Fray Vacas Galindo y Jaime Rivadeneira altos del Consorcio Pichincha
Ibarra - Ecuador
Teléfonos: (593 6) 2950551 - 2607571
www.ambiente.gob.ec

* Documento generado por Quiplus

2/2

ANEXO 11 MATRÍZ DE RIESGOS

Componente (2)	Subcomponente (3)	Riesgo (4)	# (5)	Descripción del Riesgo (6)	Económicos (7)	Medioambientales (8)	Políticos y Legales (9)	Sociales (10)	Tecnológicos (11)	Infraestructura (12)	Personal (13)	Procesos (14)	Tecnología (15)	Importancia (16)	Probabilidad (17)	Impacto (18)	Riesgo Inherente (19)	Controles (20)
GERENCIA	Evaluar riesgos	Incumplimiento de los requisitos legales	1	el representante de la sociedad no presente los requisitos necesarios para la construcción de la misma.	x		x				x	x	x	10	2	1	MODERADO	revisar los documentos solicitados por la superintendencia de compañías
	Dirección del negocio	falta de experiencia y conocimiento	2	Por la falta de conocimiento el gerente no pueda cumplir con sus actividades de manera eficiente y eficaz.	x			x			x	x	x	10	3	3	ALTO	capacitación acerca de la administración de una sociedad.
	contratación de personal	personal no calificado	3	la sociedad contrate personas que no tengan conocimientos suficientes acerca de la actividad que va desempeñar la misma	x								x	10	1	2	MODERADO	receptar carpetas y seleccionar aspirantes de acuerdo a las necesidades de la sociedad
CONTABILIDAD	Registro de actividades económicas	Registro de operaciones que no corresponden con la realidad del hecho económico	4	Error de digitación durante el ingreso de la información, lo que provocaría datos económicos incorrectos.	x						x			10	2	3	ALTO	Los registros contables cuentan con documentación de soporte y pertinente
	Pago de impuestos	incumplimiento con las obligaciones tributarias	5	La contadora no cumpla el pago de impuestos a tiempo provocando una sanción económica por mora.	x		x	x			x			10	1	1	BAJO	Imponer una multa de recuperación del dinero por parte del responsable.
	Estado Financieros erróneos	Los estados financieros no reflejan la realidad económica de la sociedad	6	Presentación inadecuada de los estados financieros para el análisis y evaluación para la toma de decisiones.	x		x				x			10	2	3	ALTO	Los estados financieros son revisados y aprobados por el administrador

Tecnología	Importancia (9)	Probabilidad (10)	Impacto (11)	Riesgo Inherente (12)	Controles (13)	Importancia (14)	Probabilidad (15)	Impacto (16)	Riesgo Residual (17)	Priorización (18)	Actividades (19)	Responsables (Cargo) (20)	Recursos (21)	Duración (22)	Fecha Inicio (23)	Fecha Término (24)	Indicadores (25)
»	10	2	1	MODERADO	revisar los documentos solicitados por la superintendencia de compañías	10	1	3	MODERADO	1	revisar los documentos	Crisitna Andramunio	Humanos Materiales	30 DÍAS	01/06/2015	31/12/2015	Trámites procesados correctamente
X	10	3	3	ALTO	capacitacion acerca de la administracion de un sociedad.	10	2	3	ALTO	2	Capacitarse	Crisitna Andramunio	Humanos	Permanente	01/06/2015	31/12/2015	gestion eficiente
	10	1	2	MODERADO	receptar carpetas y seleccionar aspirantes de acuerdo a las necesidades de la sociedad	10	1	3	MODERADO		realizar contratos a prueba	Crisitna Andramunio	Humanos Materiales y Tecnológicos	Permanente	01/06/2015	31/12/2015	Trámites procesados correctamente
	10	2	3	ALTO	Los registros contables cuentan con documentación de soporte y pertinente	10	2	3	ALTO	3	Revisar las cifras y comparar con las facturas	Jessica Quishpe	Humanos y Tecnológicos	Permanente	01/06/2015	31/12/2015	las transacciones sean registradas oportunas y eficiente
	10	1	1	BAJO	Imponer una multa de recuperación del dinero por parte del responsable.	5	1	1	BAJO		Estar pendiente del pago de impuestos y evitar las multas	Jessica Quishpe	Humanos y Tecnológicos	Permanente	01/06/2015	31/12/2015	
	10	2	3	ALTO	Los estados financieros son revisados y aprobados por el administrador	10	2	3	ALTO	4	Revisar los Estados Financieros antes de ser aprobados	Jessica Quishpe	Humanos Materiales y Tecnológicos	Permanente	01/06/2015	31/12/2015	estados financieros resles y legales que brinden confnza para la toma de

Elaborado por: Las Autoras



REGIÓN SIERRA

CANASTA FAMILIAR BÁSICA

PARA EL ANÁLISIS DE LA RELACION INFLACION - REMUNERACIÓN

Se considera la estructura fija del gasto en bienes y servicios establecida en noviembre 1982 para un Hogar tipo de cuatro miembros con 1,60 perceptores de Remuneración básica unificada.

BASE: Noviembre 1982 = 100

MAYO 2016

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual**	Restricción en el consumo	
					En Dólares	% del Costo
1	TOTAL	0,19	697,72	683,20	14,52	2,08
2	ALIMENTOS Y BEBIDAS	0,21	241,23	237,73	3,50	0,50
3	Cereales y derivados	1,36	58,45	58,39	0,06	0,01
4	Carne y preparaciones	0,70	38,73	38,59	0,15	0,02
5	Pescados y mariscos	-0,31	12,77	12,55	0,22	0,03
6	Grasas y aceites comestibles	-0,83	10,54	10,46	0,08	0,01
7	Leche, productos lácteos y huevos	0,41	32,45	32,28	0,17	0,02
8	Verduras frescas	1,29	15,23	14,17	1,05	0,15
9	Tubérculos y derivados	1,89	15,13	15,08	0,05	0,01
10	Leguminosas y derivados	0,37	6,77	6,05	0,71	0,10
11	Frutas frescas	-8,41	11,94	11,14	0,79	0,11
12	Azúcar, sal y condimentos	-0,97	11,26	11,25	0,01	0,00
13	Café, té y bebidas gaseosas	2,30	6,88	6,77	0,11	0,02
14	Otros productos alimenticios	-3,09	1,13	1,07	0,06	0,01
15	Alim. y beb. consumidas fuera del hogar	0,14	19,95	19,93	0,03	0,00
16	VIVIENDA	0,20	190,18	189,28	0,90	0,13
17	ALQUILER	0,32	158,31	158,31	0,00	0,00 *
18	Alumbrado y combustible	0,00	14,90	14,90	0,00	0,00 *
19	Lavado y mantenimiento	-0,86	15,28	15,14	0,14	0,02
20	Otros artefactos del hogar	0,73	1,70	0,94	0,76	0,11
21	INDUMENTARIA	0,42	52,62	43,73	8,89	1,27
22	Telas, hechuras y accesorios	1,62	5,10	4,35	0,75	0,11
23	Ropa confeccionada hombre	0,78	25,96	23,38	2,58	0,37
24	Ropa confeccionada mujer	-0,35	18,52	13,58	4,95	0,71
25	Servicio de limpieza	0,00	3,04	2,43	0,62	0,09
26	MISCELANEOS	0,10	213,68	212,46	1,23	0,18
27	Cuidado de la salud	-0,25	96,46	95,97	0,49	0,07
28	Cuidado y artículos personales	0,18	16,55	16,15	0,39	0,06
29	Recreo, material de lectura	-2,62	24,31	24,15	0,17	0,02
30	Tabaco	3,85	29,35	29,33	0,02	0,00
31	Educación	0,00	15,05	14,89	0,16	0,02
32	Transporte	0,00	31,97	31,97	0,00	0,00 *

Alquiler corresponde a un departamento

* La restricción en el consumo no afecta a los artículos: sal, alquiler, energía eléctrica, gas, agua, matrícula secundaria y bus urbano.

** El cálculo del Ingreso Familiar Mensual del hogar tipo no incluye los fondos de reserva mensualizados.