



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ – BAR
TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: CAIZA VALENCIA DIEGO JOSÉ

DIRECTOR: ECO. LUIS CERVANTES

IBARRA, ENERO 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se realizó para determinar la factibilidad de la creación de un Café Bar Temático en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha, el objetivo del estudio es brindar un servicio diferente, en un ambiente agradable, en un espacio de encuentro común y respeto. Se realizó un diagnóstico situacional, donde se determinó aspectos demográficos, económicos, sociales y legales, de esta manera identificar los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades. En el Estudio de Mercados, se determinó que existe una demanda insatisfecha, debido a que es una idea de negocio innovadora. Mediante el Estudio Técnico, se estableció el lugar donde funcionará el Café Bar Temático, esto se realizó mediante un análisis de los lugares más convenientes y que reúna las características necesarias para su funcionamiento. En la estructura organizativa, se determinó el nombre del Café Bar Temático, así también el personal necesario para su funcionamiento con sus respectivas funciones y responsabilidades. En el ámbito financiero se determinó que el presente estudio de factibilidad es rentable, esto se evidenció mediante la evaluación económica; finalmente se analizó el impacto obteniendo un resultado satisfactorio.

SUMMARY

The present study was conducted to determine the feasibility of creating a Thematic Bar Café in the city of Cayambe, Pichincha province, the objective of the study is to provide a different service, in a pleasant environment, in a common meeting space and respect . A situational diagnosis was made, where demographic, economic, social and legal aspects were identified, thus identifying allies, opponents, risks and opportunities. In the Market Study, it was determined that there is an unsatisfied demand, because it is an innovative business idea. Through the Technical Study, it was established the place where the Thematic Bar Cafe will work, this was done by means of an analysis of the most convenient places and that it meets the characteristics necessary for its operation. In the organizational structure, the name of the Café Thematic Bar was determined, as well as the personnel needed for its operation with their respective functions and responsibilities. In the financial area it was determined that the present feasibility study is profitable, this was evidenced by the economic evaluation; Finally the impact was analyzed obtaining a satisfactory result.

AUTORÍA

Yo, Diego José Caiza Valencia portador de cédula de ciudadanía N° 172723147-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ BAR TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”**, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y así se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, a los 22 días del mes de julio del 2016.



.....

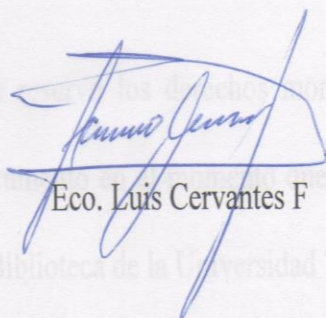
Diego Caiza V

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado **Diego José Caiza Valencia**, para optar por el Título de **INGENIERO COMERCIAL**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ BAR TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”**.

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 22 días del mes de julio del 2016.



Eco. Luis Cervantes F



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Diego José Caiza Valencia**, con cédula de ciudadanía Nro1727231472, manifiesto mi 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 UN CAFÉ BAR TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Sr. Diego José Caiza Valencia

1727231472

Ibarra, a los 26 días del mes de Enero del 2017



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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 DEL CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		1727231472	
APELLIDOS Y NOMBRES:		CAIZA VALENCIA DIEGO JOSE	
DIRECCIÓN:		BENALCAZAR Y NOGAL	
TELEFONO FIJO:	022110861	TELEFONO MOVIL	0985549032
E-MAIL	djcaiza@hotmail.com		
DATOS DE LA OBRA			
TITULO:		"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ BAR TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA"	
AUTOR:		CAIZA, V. Diego J	
FECHA:		2017-01-26	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:		Posgrado <input type="checkbox"/>	Pregrado <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:		INGENIERIO COMERCIAL	
ASESOR/DIRECTOR		ECO. LUIS CERVANTES F	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Diego José Caiza Valencia**, con cédula de ciudadanía Nro. 1727231472, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago 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.

3. 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 26 días del mes de Enero del 2017

EL AUTOR:



Diego José Caiza Valencia

C.C. 1727231472

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Con mucho aprecio y estima a mis Padres José y Elsitá, quienes han sido un pilar fundamental para poder alcanzar esta meta, y que pesar de los escollos que se han presentado en la vida han mostrado fortaleza, amor y esperanza por sacar adelante a sus hijos.

A mis hermanos Lucía, Kevin, Samantha, por representar una gran motivación en mi vida, los cuales me llevan a emprender nuevos proyectos y salir adelante.

A mis familiares por su apoyo constante en el cumplimiento de esta meta.

Diego Caiza Valencia

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de alcanzar y cumplir este sueño.

A mis Padres y hermanos por todo su apoyo incondicional durante todo el transcurso de mi vida.

A la Universidad Técnica del Norte, por haber sido parte de mi vida en estos años, y haberme formado profesionalmente.

A los docentes por brindarnos su conocimiento, experiencia, consejos, y formar un profesional ético y servicial a la sociedad.

Gracias a todos

Diego Caiza Valencia

PRESENTACIÓN

El presente Estudio de Factibilidad para la creación de un Café Bar Temático en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha, está desarrollado en siete capítulos: Diagnostico Situacional, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Técnico Financiero, Estructura Organizacional y Análisis de Impactos.

Capítulo I: Se realizó un análisis de las características del lugar del proyecto, además se determinó los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, a través de la matriz AOR.

Capítulo II: Se elaboraron conceptos teóricos, conceptuales y legales en base a una bibliografía actualizada, la cual sustenta la elaboración de la investigación.

Capítulo III: Se estableció el mercado meta es decir a quienes va dirigido la propuesta y las características del proyecto. Se estableció la demanda y oferta existentes en la ciudad de Cayambe y las estrategias de introducción del nuevo servicio en el mercado.

Capítulo IV: Se determinó aspectos técnicos como localización, tamaño, procesos de producción, inversión, costos y financiamiento necesario para el desarrollo del proyecto.

Capítulo V: Se planteó un modelo administrativo de la organización, visión, misión, el orgánico estructural y funcional con sus respectivas bases legales, primordiales para el buen funcionamiento del proyecto

Capítulo VI: Se determinó la factibilidad del proyecto, mediante el análisis de las inversiones y aplicando indicadores económicos como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio – Costo (BC), Punto de Equilibrio y Periodo de Recuperación de la Inversión.

Capítulo VII: Impactos.- Se analizó los impactos positivos o negativos que generaría la implementación del Café-Bar Temático. Se tomó en consideración los siguientes impactos relevantes en el giro del proyecto, económico, social, cultural y ambiental.

Finalmente se determinó las respectivas conclusiones y recomendaciones que se obtuvo en el desarrollo de los capítulos anteriormente mencionados.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Café Bar Temático en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha”.

Objetivos Específicos

- Efectuar un diagnóstico situacional en la ciudad de Cayambe para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que benefician o afectan al proyecto.
- Definir el marco teórico, conceptual y legal que permita sustentar la creación del proyecto.
- Desarrollar el estudio de mercado que permita determinar la demanda, oferta, precio y comercialización de la creación del Café-Bar Temático.
- Determinar la localización, el tamaño del proyecto, y las inversiones que requiera el proyecto.
- Realizar una propuesta administrativa a través de la estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos materiales, humanos y financieros del proyecto.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores económicos.

- Determinar los impactos, económicos, sociales, culturales y ambientales que generará la creación del Café-Bar Temático en la ciudad de Cayambe.

JUSTIFICACIÓN

Específicamente el sector de bares y cafeterías ha tenido un crecimiento significativo, sin embargo la gran mayoría de este tipo de proyectos que se ponen en marcha, no basa su gestión mediante planificaciones, análisis del mercado, financiero; sino más bien a la experiencia de los inversionistas, que viendo un sector atractivo, omiten los análisis respectivos que puede presentar un proyecto.

Como resultado de estos procesos empíricos, un gran porcentaje de proyectos, en poco tiempo se han visto obligados a cerrar sus negocios, sin embargo hay que reconocer que al principio las decisiones a corto plazo pueden generar rentabilidad, pero al momento que el cliente se cansa del producto o servicio, y el inversionista no tenga los suficientes argumentos de dirección, el negocio tendrá un declive o en la peor de las situaciones tendrá que cerrar sus operaciones.

Es por eso que nace el plan de negocio de Café-Bar Temático, orientado a ofrecer una nueva alternativa de entretenimiento, distracción, en un lugar relajado y de interacción.

La finalidad del Café-Bar Temático es presentar un ambiente interactivo, novedoso, innovador, distinto a los demás, evidenciado por un diseño empresarial. Además se incluyen aspectos como la decoración, música, vestuario del personal, alimentos y tipos de bebidas. Con una tendencia temática.

La gran diferencia entre los bares y cafeterías existentes es el atributo diferenciador, es brindar un servicio personalizado, ofreciendo al cliente la posibilidad de poder elegir, orientando a la participación, integración y comunicación.

El Café-Bar Temático es una oportunidad, una renovación creativa de las prácticas acostumbradas de hacer empresa, crear nuevas directrices, mediante un enfoque de calidad y

esfuerzo por vender, y así cimentar un negocio con aspiraciones de ser altamente rentable y competitivo. Además es importante reconocer que se crea un nuevo ente productivo en la economía de la ciudad de Cayambe, aportando al turismo, cultura, enmarcados bajo una responsabilidad social.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

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
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
OBJETIVOS	xii
Objetivo General.....	xii
Objetivos Específicos.....	xii
JUSTIFICACIÓN	xiv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xvi
ÍNDICE DE TABLAS	xxiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxviii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxviii
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos del diagnóstico.....	30
Objetivo general	30
Objetivos específicos	30
Variables diagnósticas	31
Indicadores o sub-aspectos que definen a la variable	31
Matriz de relación diagnóstica	34
Análisis de las variables diagnósticas	36

Antecedentes Históricos.....	36
Antecedentes Geográficos	37
Antecedentes Demográficos	38
Economía	41
Social	42
Legal	45
Tecnológica.....	47
Política	47
Infraestructura.....	48
Matriz AOOR (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos)	50
Identificación de la oportunidad de inversión.....	51
CAPÍTULO II	52
MARCO TEORICO.	52
Empresa	52
Clasificación de las Empresas.....	52
Cafetería.....	53
Bar	53
Temático	53
Café – Bar Temático	54
Estudio de Mercado	54
Segmentación de mercado	54
Mercado Meta	55
Población.....	55
Muestra	55
Demanda	56
Oferta	56
Demanda Insatisfecha	56
Precio	57
Producto	57
Servicio	57
Comercialización	58
Promoción.....	58
Plaza	58
Estudio Técnico	59

Macro localización.....	59
Micro localización	60
Tamaño del Proyecto	60
Capacidad del proyecto.....	60
Inversión Fija	61
Inversiones Diferidas	61
Mano de Obra	61
Materia Prima.....	62
Costos Indirectos de Fabricación	62
Gastos Administrativos.....	62
Gastos de Venta	63
Gastos Financieros	63
Capital de trabajo	63
Estructura Organizacional.....	64
Misión	64
Visión	65
Objetivos.....	65
Políticas	65
Estructura Orgánica	66
Estructura Funcional	66
Estudio Financiero	66
Presupuesto de Ingresos	67
Presupuesto de Egresos.....	67
Estudio de Situación Financiera.....	67
Estado de Resultados	68
Estado de Flujo de Caja	68
Depreciación	68
Amortización.....	68
Evaluación Financiera.....	69
Tasa de Rendimiento Medio	69
Valor Actual Neto.....	69
Tasa Interna de Retorno	70
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	70
Relación Costo Beneficio	70

Punto de Equilibrio	71
Impactos.....	71
Económico	71
Social	72
Cultural	72
Ambiental.....	72
CAPÍTULO III.....	73
ESTUDIO DE MERCADO.....	73
Introducción	73
Objetivos del estudio de mercado	73
Objetivos General.....	73
Objetivos Específicos.....	74
Variables del estudio de mercado.....	74
Indicadores o sub-aspectos que definen a la variable	74
Demanda.....	74
Oferta	74
Precio	75
Comercialización	75
Matriz de operación de variables	76
Identificación del servicio.....	77
Segmentación del mercado	78
Población.....	78
Mercado Meta	79
Fórmula	79
Muestra	80
Estratificación de la muestra	80
Evaluación y análisis de la información	81
Resultado de la encuesta	82
Datos técnicos.....	82
Preguntas relacionadas con el proyecto	84
Entrevista	95
Identificación de la demanda	96
Análisis de la demanda	96
Demanda actual	96

Proyección de la demanda	98
Identificación de la oferta	100
Análisis de la oferta.....	100
Oferta actual.....	101
Proyección de la oferta.....	103
Demanda insatisfecha.....	105
Análisis de la competencia	108
Análisis de precios	115
Proyección de precios	118
Estrategias de comercialización	121
Estrategias de servicio.....	121
Estrategias de precio	122
Estrategias de plaza	122
Estrategias de promoción.....	123
Conclusiones del estudio de mercado	124
CAPÍTULO IV.....	125
ESTUDIO TÉCNICO	125
Introducción	125
Objetivos del estudio técnico.....	125
Objetivos General.....	125
Objetivos Específicos.....	125
Tamaño del proyecto.....	126
Variables del tamaño del proyecto.....	126
Análisis de las variables.....	126
Inversión	126
Disponibilidad de capital	127
Mercado.....	127
Disponibilidad de mano de obra	127
Costos	127
Tecnología.....	127
Capacidad instalada	128
Localización del proyecto	129
Macro localización.....	129
Variables de la macrolocalizacion del proyecto	129

Indicadores o sub-aspectos que definen a la variable.....	129
Análisis de las variables.....	130
Mapa de la macrolocalización.....	131
Micro localización.....	131
Variables de la microlocalización del proyecto.....	133
Análisis de las variables.....	134
Croquis de la microlocalización.....	135
Ingeniería del proyecto.....	136
Proceso de prestación del servicio.....	136
Flujograma del proceso del servicio.....	136
Distribución de la planta y diseño de instalaciones.....	138
Presupuesto técnico del proyecto.....	139
Activos fijos.....	139
Activos Diferidos.....	144
Costos de Producción.....	144
Materia Prima Directa.....	145
Mano de Obra Directa.....	149
Costos Indirectos de fabricación.....	150
Materia Prima Indirecta.....	150
Resumen Costos de Producción.....	151
Gastos Administrativos.....	152
Gastos de Venta.....	154
Capital de trabajo.....	155
Determinación del capital de trabajo.....	155
Inversión del proyecto.....	156
Financiamiento.....	156
CAPÍTULO V.....	158
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	158
Introducción.....	158
Objetivos de la estructura organizacional.....	158
Objetivo General.....	158
Determinación de la forma jurídica.....	158
Aspecto legal.....	158
Nombre o razón social.....	160

Logotipo.....	160
Bases filosóficas.....	160
Misión	160
Visión	161
Objetivos Organizacionales	161
Políticas organizacionales.....	161
Principios y valores organizacionales.....	162
Estructura orgánica	163
Estructura funcional.....	163
Funciones y descripción del puesto	164
CAPÍTULO VI.....	168
ESTUDIO FINANCIERO.....	168
Introducción	168
Objetivos del estudio financiero.....	168
Objetivo General.....	168
Determinación de ingresos proyectados	168
Determinación de egresos proyectados.....	169
Costos de Producción.....	169
Mano de Obra Directa.....	171
Costos Indirectos de Fabricación	172
Materia Prima Indirecta	172
Gastos Administrativos.....	173
Gastos de Ventas.....	173
Gastos de Depreciación.....	174
Gastos de Amortización.....	176
Estados financieros	176
Balance General	176
Estado de Resultados	178
Flujo de Caja.....	179
Evaluación financiera.....	180
Determinación de la Tasa de Redescuento o Tasa de Rendimiento Medio.	180
Determinación del Valor Actual Neto (VAN).....	181
Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR).	182
Determinación Costo – Beneficio	184

Periodo de Recuperación de la Inversión.....	184
Punto de Equilibrio	185
CAPÍTULO VII	189
IMPACTOS	189
Introducción	189
Objetivos del análisis de impactos	189
Objetivo General.....	189
Valoración de impactos.....	189
Impactos a analizar	190
Impacto económico.....	190
Indicadores.....	190
Impacto social	191
Indicadores.....	191
Impacto cultural	193
Indicadores.....	193
Impacto ambiental.....	194
Indicadores.....	194
CONCLUSIONES	196
RECOMENDACIONES.....	198
BIBLIOGRAFÍA	199
ANEXOS	201

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Población urbano-rural cantón Cayambe	38
Tabla N° 2 Población por género cantón Cayambe	39
Tabla N° 3 Distribución población Cayambe - sector urbano	39
Tabla N° 4 Niveles de instrucción	43
Tabla N° 5 Tipos de vías del cantón Cayambe	49
Tabla N° 6 Poblacion del canton Cayambe 2016 – proyección.....	78
Tabla N° 7 Poblacion urbana Cayambe 2016 – proyección por edades	78
Tabla N° 8 Estructura de la muestra	81
Tabla N° 9 Género.....	82
Tabla N° 10 Edad	83
Tabla N° 11 Concurrencia	84
Tabla N° 12 Frecuencia.....	85
Tabla N° 13 Consumo.....	86
Tabla N° 14 Número de personas	87
Tabla N° 15 En compañía de quien acude	88
Tabla N° 16 Promedio de consumo en \$	89
Tabla N° 17 Características que prefieren los consumidores	90
Tabla N° 18 Conocimiento de establecimientos similares	91
Tabla N° 19 Le Gustaría ir a un Café - Bar Temático	92
Tabla N° 20 Servicios Adicionales	93
Tabla N° 21 Publicidad.....	94
Tabla N° 22 Demanda actual	97
Tabla N° 23 Proyección de la demanda.....	99
Tabla N° 24 Oferta actual	102
Tabla N° 25 Proyección de la demanda.....	103
Tabla N° 26 Demanda Insatisfecha - Bebidas Calientes	105
Tabla N° 27 Demanda Insatisfecha – Jugos / Batidos	105
Tabla N° 28 Demanda Insatisfecha - Platos Fuertes.....	106
Tabla N° 29 Demanda Insatisfecha – Sándwiches	106
Tabla N° 30 Demanda Insatisfecha – Postres	106
Tabla N° 31 Demanda Insatisfecha – Helados.....	107
Tabla N° 32 Demanda Insatisfecha – Bebidas con Alcohol	107

Tabla N° 33 Precios Le' Bistro Chicken	115
Tabla N° 34 Precios Delicatesen Dulce Miel	116
Tabla N° 35 Precios Cafetería San Luis	117
Tabla N° 36 Precios Bizcochos San Pedro	117
Tabla N° 37 Precios Delicatesen Katy	118
Tabla N° 38 Precios Sierra Nevada	118
Tabla N° 39 Proyección de precios - Bebidas Calientes	119
Tabla N° 40 Proyección de precios - Sándwiches	119
Tabla N° 41 Proyección de precios - Helados.....	120
Tabla N° 42 Proyección de precios – Tortas y Postres	120
Tabla N° 43 Proyección de precios – Jugos y Batidos	120
Tabla N° 44 Proyección de precios – Bebidas con Alcohol	121
Tabla N° 45 Capacidad vs Demanda potencial insatisfecha.....	129
Tabla N° 46 Variables de la microlocalización – determinación	133
Tabla N° 47 Proceso de atención al cliente	136
Tabla N° 48 Distribución de la planta	138
Tabla N° 49 Adecuación del local	139
Tabla N° 50 Maquinaria y Equipos	140
Tabla N° 51 Muebles y Enseres.....	140
Tabla N° 52 Equipo de Computo.....	141
Tabla N° 53 Equipo de Oficina.....	141
Tabla N° 54 Menaje.....	142
Tabla N° 55 Utensilios de cocina y bar	143
Tabla N° 56 Resume Inversión Fija.....	144
Tabla N° 57 Gastos de Constitución.....	144
Tabla N° 58 Requerimiento Materia Prima Directa	145
Tabla N° 59 Requerimiento de Mano de Obra Directa.....	149
Tabla N° 60 Requerimiento Materia Prima Indirecta	150
Tabla N° 61 Requerimiento CIF	151
Tabla N° 62 Resumen Costos de Producción	151
Tabla N° 63 Gastos de Sueldos administrativos.....	152
Tabla N° 64 Gastos Administrativos	153
Tabla N° 65 Gasto de sueldo de ventas	154
Tabla N° 66 Gastos de Venta.....	155

Tabla N° 67 Costos de Operación.....	155
Tabla N° 68 Inversión Total	156
Tabla N° 69 Financiamiento	157
Tabla N° 70 Proyección de ingresos.....	169
Tabla N° 71 Proyección materia prima directa.....	169
Tabla N° 72 Proyección mano de obra directa	171
Tabla N° 73 Proyección materia prima indirecta.....	172
Tabla N° 74 Proyección CIF.....	173
Tabla N° 75 Proyección gastos administrativos	173
Tabla N° 76 Proyección gastos de venta	173
Tabla N° 77 Depreciación activos fijos y amortización acumulada de activos diferidos.....	174
Tabla N° 78 Amortización de la deuda.....	176
Tabla N° 79 Estado de situación inicial.....	177
Tabla N° 80 Estado de resultados	178
Tabla N° 81 Flujo de caja	179
Tabla N° 82 Tasa de rendimiento medio	180
Tabla N° 83 Determinación del VAN.....	182
Tabla N° 84 Flujos netos actualización (TIR)	183
Tabla N° 85 Índice beneficio costo.....	184
Tabla N° 86 Recuperación de la inversión	185
Tabla N° 87 Determinación Costos Fijos y Variables.....	186
Tabla N° 88 Punto de Equilibrio Varios Productos.....	187
Tabla N° 89 Valoración de Impactos.....	189
Tabla N° 90 Impacto Económico.....	191
Tabla N° 91 Impacto Social.....	193
Tabla N° 91 Impacto Cultural.....	194
Tabla N° 92 Impacto Ambiental	195

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz de relación diagnóstica.....	34
Cuadro N° 2 Matriz AOOR	50
Cuadro N° 3 Matriz de operación de variables	76
Cuadro N° 4 Análisis de la oferta – porcentaje de producción.....	100
Cuadro N° 5 Ingreso de personas - ficha de observación directa	101
Cuadro N° 6 Análisis de Le` Bistro Chicken	108
Cuadro N° 7 Análisis de Delicatesen Dulce Miel.....	109
Cuadro N° 8 Análisis de Bizcochos San Pedro	110
Cuadro N° 9 Análisis de Katy Café Restaurant	111
Cuadro N° 10 Análisis de Cafetería San Luis	112
Cuadro N° 11 Análisis de Heladería Sierra Nevada	113
Cuadro N° 12 Análisis de Acqua Discotek.	114
Cuadro N° 13 Cantidad de Productos estimados	147
Cuadro N° 14 Descripción del puesto - Gerente.....	164
Cuadro N° 15 Descripción del puesto - Cocinero.....	165
Cuadro N° 16 Descripción del puesto - Ayudante de cocina.....	166
Cuadro N° 17 Descripción del puesto - Cajero.....	167

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Estratificación del nivel socio económicos.....	40
Gráfico N° 2 Género.....	82
Gráfico N° 3 Edad.....	83
Gráfico N° 4 Concurrencia.....	84
Gráfico N° 5 Frecuencia.....	85
Gráfico N° 6 Consumo.....	86
Gráfico N° 7 Número de personas.....	87
Gráfico N° 8 En compañía de quien acude.....	88
Gráfico N° 9 Promedio de consumo en \$.....	89
Gráfico N° 10 Características que prefieren los consumidores.....	90
Gráfico N° 11 Conocimiento de establecimientos similares.....	91
Gráfico N° 12 Le Gustaría ir a un Café - Bar Temático.....	92
Gráfico N° 13 Servicios Adicionales.....	93
Gráfico N° 14 Publicidad.....	94
Gráfico N° 15 Diagrama de Proceso de atención al cliente.....	137

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1 Mapa macrolocalización – provincia de Pichincha.....	131
Ilustración N° 2 Mapa microlocalización – ciudad de Cayambe.....	135
Ilustración N° 3 Distribución y diseño del Café Bar Temático	138
Ilustración N° 4 Logotipo	160
Ilustración N° 5 Organigrama “INTI COFFE”, Café Bar Temático”.....	163

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El cantón Cayambe se encuentra ubicado en los Andes, en la zona norte del Ecuador, al noreste de la provincia de Pichincha, a las faldas del majestuoso nevado que lleva su nombre, tiene una extensión de 1350 km²; la cabecera cantonal es San Pedro de Cayambe, la fecha de cantonización fue el 23 de Julio de 1883.

Cayambe limita al norte, con la provincia de Imbabura, al sur con el Distrito Metropolitano de Quito, al este la provincia de Sucumbíos y Napo, al oeste con el cantón Pedro Moncayo.

De acuerdo al último censo población y de vivienda 2010, Cayambe tiene 85.795 hab, de lo cual en el área urbana existen 39.028 hab, y en el área rural 46.767 hab.

Las parroquias rurales son Ascazubi, Cangahua, Otón, Santa Rosa de Cusubamba, Olmedo, como parroquias urbanas San José de Ayora, Cayambe y Juan Montalvo.

Cayambe inicialmente es una zona agrícola y ganadera, sobresaliendo la producción y exportación de flores a nivel mundial, esto ha permitido un desarrollo considerable del cantón, también se evidencia la producción de lácteos.

En el cantón se puede encontrar varios atractivos turísticos, como el imponente nevado Cayambe con una altitud de 5790 msnm, hermosos páramos, lagunas, flora y fauna que engalanan al sector; en lo que concierne a la cultura Cayambe tiene una gran diversidad y riqueza en sus pueblos ancestrales que se evidencia durante las fiestas en sus diferentes parroquias. En lo referente a la gastronomía se puede encontrar platos típicos como el uchu

jacu, cariucho, también se ofrecen tortillas de tiesto, la chicha de jora, tortillas de papa, habas tiernas, y los reconocidos bizcochos, con queso de hoja, manjar y productos lácteos.

Actualmente en la ciudad de Cayambe, existen varios establecimientos de servicio de cafeterías, que son muy comunes encontrar en la carretera, ofreciendo principalmente, los productos locales, además existen restaurantes que ofrecen comida gourmet, que son muy apreciados por el consumidor, también se encuentran bares que operan especialmente los fines de semana.

Estos negocios ya existentes en la ciudad, no marca una pauta, de diferenciación, muchos de los mismos son administrados de manera empírica o por experiencias pasadas.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

- Efectuar un diagnóstico situacional en la ciudad de Cayambe para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que benefician o afectan al proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Compilar datos históricos de la Ciudad de Cayambe.
- Determinar los antecedentes, geográficos de la ciudad de Cayambe.
- Conocer los factores demográficos de la ciudad de Cayambe.
- Analizar los aspectos económicos y las principales actividades económicas de la ciudad.
- Identificar los aspectos sociales que influyen en el área del proyecto.
- Investigar las bases legales para la creación del Café-Bar Temático con la finalidad de cumplir los requisitos para su funcionamiento.

- Examinar los aspectos tecnológicos que los habitantes de la ciudad de Cayambe pueden tener acceso.
- Desarrollar un análisis de los aspectos políticos que puedan generar relevancia dentro del área del proyecto.
- Conocer el tipo de infraestructura física con la que cuenta la ciudad de Cayambe.

1.3. Variables diagnósticas

- Datos históricos
- Antecedentes geográficos.
- Factores demográficos
- Economía
- Social
- Legal
- Tecnología
- Política
- Infraestructura

1.4. Indicadores o sub-aspectos que definen a la variable

✓ Datos históricos

- Historia

✓ Antecedentes geográficos

- Ubicación
- Extensión
- Límites
- Hidrografía
- Altitud

- Clima
- Temperatura
- ✓ **Factores demográficos**
 - Población
 - Género
 - Edad
 - PEA
 - Niveles económicos
- ✓ **Economía**
 - Sector primario
 - Sector secundario
 - Sector terciario
- ✓ **Social**
 - Educación
 - Cultura
 - Turismo
- ✓ **Legal**
 - Permisos de funcionamiento
 - Acuerdo Interministerial N°1470
- ✓ **Tecnológica**
 - Maquinaria y equipos
- ✓ **Política**
 - Plan Nacional del Buen Vivir (Inversiones)
 - Ley de Turismo (Incentivos)

✓ Infraestructura

- Cobertura de internet
- Vías
- Agua

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
Compilar datos históricos de la ciudad de Cayambe	Datos históricos	Historia	Secundaria	Investigación Bibliográfica
Determinar los antecedentes, geográficos de la ciudad de Cayambe.	Antecedentes geográficos	Ubicación Extensión Limites Hidrografía Altitud Clima Temperatura	Secundaria	Investigación Bibliográfica
Conocer los factores demográficos de la ciudad de Cayambe	Factores demográficos	Población Género Edad PEA Niveles económicos	Secundaria	Investigación Bibliográfica Referencias estadísticas

Analizar los aspectos económicos y las principales actividades económicas de la ciudad.	Economía	Sector primario Sector secundario Sector terciario	Secundaria	Referencias estadísticas
Identificar los aspectos sociales que influyen en el área del proyecto.	Social	Educación Cultura Turismo	Secundaria	Referencias estadísticas
Investigar las bases legales para la creación del Café-Bar Temático con la finalidad de cumplir los requisitos para su funcionamiento.	Legal	Permisos de Funcionamiento Acuerdo Interministerial N°1470	Secundaria	Secundaria
Examinar los aspectos tecnológicos que los habitantes de la ciudad de Cayambe pueden tener acceso.	Tecnología	Maquinaria y Equipos	Secundaria	Investigación Bibliográfica
Desarrollar un análisis de los aspectos políticos que puedan generar relevancia dentro del área del proyecto.	Política	Plan Nacional del Buen Vivir (Inversiones) Ley de Turismo (Incentivos)	Secundaria	Referencias estadísticas
Conocer el tipo de infraestructura física con la que cuenta la ciudad de Cayambe.	Infraestructura	Internet Vías Agua	Secundaria	Investigación Bibliográfica

Fuente: Diagnóstico

Elaborado: Por el Autor

1.6. Análisis de las variables diagnósticas

1.6.1. Antecedentes Históricos

▪ Historia

La vida política del cantón Cayambe ha transcurrido en medio de varias vicisitudes, por los continuos cambios de la parroquia a cabecera cantonal. Según Ley del Congreso de la Gran Colombia, de 25 de Junio de 1.824, publicada en la gaceta de Colombia No. 124, del 4 de Julio del mismo año, Cayambe es cabecera del cuarto cantón de la provincia de Imbabura; los otros son Ibarra, capital de la Provincia, Otavalo y Cotacachi. Al disolverse la Gran Colombia, se puede deducir que Cayambe vuelve a ser parroquia de Otavalo.

El 17 de Mayo de 1.851, se vuelve a crear el cantón Cayambe con las siguientes parroquias: Cayambe cabecera cantonal, Tabacundo, Cangahua, Tocachi y Malchingui. (Archivo Legislativo, carpeta nacional 362).

El 13 de Septiembre de 1.852 la Asamblea Nacional cambia la cabecera cantonal, nominando entonces a Tabacundo, y convirtiéndole a Cayambe, una vez más, en parroquia. El 20 de Octubre de 1.855 es anexada al Cantón Quito como parroquia.

Definitivamente el 23 de Julio de 1.833, el Gobierno provisional presidido por Don Luis Cordero, crea el cantón Bolívar con las siguientes parroquias: Cayambe cabecera cantonal, Tabacundo, Cangahua, Tocachi, Malchingui, Guayllabamba y Otón.

Con el nombre de cantón Bolívar duró 9 meses. Parece que por pedido de sus pobladores se le restituye el nombre ancestral y querido de Cayambe, según consta en la Ley de división territorial de 17 de Abril de 1.884.

Nuevas desmembraciones territoriales se realizan por la separación de las parroquias de El Quinche, en 1.934, y Guayllabamba, en 1.946.

1.6.2. Antecedentes Geográficos

▪ Ubicación

La ciudad de Cayambe está situada al norte de la provincia de Pichincha, a 40 minutos de la ciudad de Quito. Un bello lugar localizado en las faldas del majestuoso nevado Cayambe.

▪ Extensión

El cantón Cayambe tiene una extensión de 1.350 km²

▪ Límites

Los límites del cantón Cayambe son:

Norte: provincia de Imbabura; sur con el Distrito Metropolitano de Quito; este provincia de Napo y Sucumbíos; oeste con el cantón Pedro Moncayo

Los límites de la ciudad de Cayambe son:

Norte: parroquia de Ayora; sur y este: parroquia de Juan Montalvo; oeste: cantón de Pedro Moncayo

▪ Hidrografía

La red hidrográfica del cantón está compuesta por ríos perennes y ríos intermitentes que nacen en los páramos del Cayambe y del cerro Pambamarca. El río más importante del cantón es el río Pisque con dirección noreste – suroeste. Este río se forma por la unión del río Granobles y río Guachalá.

Dentro del cantón se ha registrado 12 lagunas, de las cuales 9 se encuentran dentro del Parque Nacional Cayambe Coca.

- **Altitud**

El cantón Cayambe tiene una altitud: 2.700 a 5.790 msnm, mientras que el valle donde se sitúa la cabecera cantonal oscila entre los 2.800 msnm.

- **Clima**

Su clima es frío – templado.

- **Temperatura**

Su temperatura oscila entre 8° y 22° centígrados, con una humedad relativa cercana al 80% y precipitación media anual de 600 – 800mm.

1.6.3. Antecedentes Demográficos

- **Población**

El cantón Cayambe tiene una población total de 85.795 hab, de los cuales el 45.49 % (39.028 hab) representa a la población urbana y el 54.51% (46.767 hab) población rural.

Tabla N° 1

Población urbano-rural cantón Cayambe

Parroquia	Urbana	Rural	Total
Ascazubi	-	5.050	5.050
Cangahua	-	16.231	16.231
Cayambe	39.028	11.801	50. 829
(Juan Montalvo – Ayora)			
Olmedo	-	6.772	6.772
Otón	-	2.766	2.766
Santa Rosa de Cuzubamba	-	4.147	4.147
Total	39.028	46.767	85.795

Fuente: INEC, Información censal cantonal, 2010.

Elaborado: Por el Autor

Para la realización del proyecto se toma en consideración la población de la ciudad de Cayambe en el área urbana.

- **Género**

La población de acuerdo al género se la representa de la siguiente manera: de los 85.795 hab, el 51,08% son mujeres y 48,92% son hombres.

Tabla N° 2

Población por género cantón Cayambe

Detalle	Urbana	Rural	Total
Población Femenina	19.808	24.020	43.828
Población Masculina	19.220	22.747	41.967
Total	39.028	46.767	85.795

Fuente: INEC, Información censal cantonal, 2010.

Elaborado: Por el Autor

- **Edad**

La población por edad de los 85.795 hab, el 32% corresponde a menores a 14 años; el 28% entre 15 a 29 años; el 26% de 30 a 49 años y el 13% a mayores de 50 años.

Tabla N° 3

Distribución población Cayambe - sector urbano

Grupo de edades	Género		Total
	Hombre	Mujer	
De 0 a 14	6.395	6.168	12.563
De 15 a 29	5.555	5.661	11.216
De 30 a 44	4.079	4.299	8.378
De 45 a 59	1.953	2.105	4.058
De 60 a 74	859	1.067	1.926
De 75 en adelante	379	508	887
Total	19.220	19.808	39.028

Fuente: Censo de población y vivienda INEC 2010.

Elaborado: Por el Autor

Servirá como apoyo para la segmentación de mercado, considerando los posibles clientes del Café Bar Temático.

- **Población Económicamente Activa**

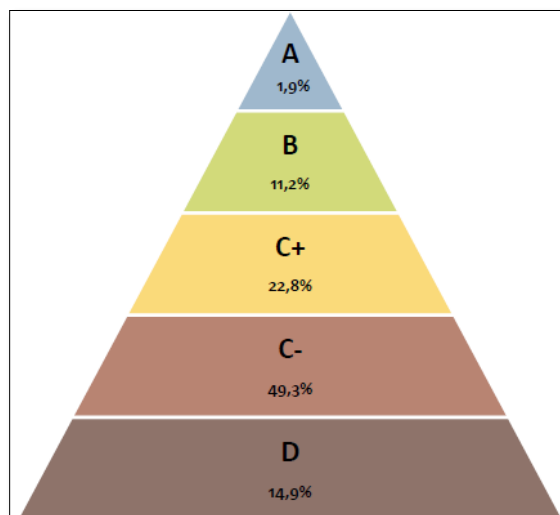
El cantón de Cayambe tiene una PEA del 60% que representa a 39.380 hab, de los cuales 18.721 habitantes comprenden el área urbana y 20.659 habitantes en el área rural.

- **Niveles Económicos**

De acuerdo a un estudio realizado por el INEC en las ciudades más importantes del país, sobre la estratificación del nivel socio económico, da como resultado una división de 5 niveles A, B, C+, C-, D; en donde utilizan parámetros de medición como la vivienda, educación economía, bienes tecnología y hábitos de consumo.

Gráfico N° 1

Estratificación del nivel socio económicos



Fuente: Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico NSE 2011.

Para efecto de esta investigación es necesario determinar y conocer, este tipo de estratificación, en cuanto es fundamental para el análisis del mercado meta.

1.6.4. Economía

- **Sector primario**

El 42,60% de la población en Cayambe se relaciona con el sector económico primario, especialmente con la agricultura y la producción lechera. Esto es un gran aporte en el desarrollo del cantón, este sector se constituye en una de las actividades dinamizadoras de la economía.

Desde hace ya varios años este sector tiene un crecimiento considerable especialmente en el cultivo de flores para la exportación.

Este tipo de industrias ha evitado en algo la migración de la población Cayambeña, sin embargo se ha incrementado la migración interna desde otras provincias, que atraídos por las posibilidades laborales deciden migrar hacia Cayambe. Esto ha conllevado a un crecimiento acelerado de la población y por ende a requerir servicios de todo tipo.

- **Sector secundario**

El sector secundario es el que menor población ocupada tiene, el 14,39%, incluye actividades relacionadas con la construcción e industrias manufactureras.

En cuanto al sector manufacturero cabe mencionar que se lo realiza de forma artesanal.

En referencia a la construcción, se ha impulsado mediante las diferentes inversiones públicas y privadas.

- **Sector terciario**

El sector económico terciario, con el 32,34% de la población de Cayambe se relaciona con la provisión de servicios y está fuertemente vinculado con el volumen de mano de obra que captura la floricultura y los servicios conexos con la producción primaria.

La actividad comercial es uno de los ejes importantes en el desarrollo del cantón, se evidencia en la compra y venta de productos y servicios de los habitantes; cada vez existen más locales comerciales que buscan satisfacer y abastecer al cliente, en sus requerimientos.

En lo referente a las actividades de alojamiento y servicio de comidas, el cantón Cayambe especialmente en la cabecera cantonal, existen lugares en donde el turista puede alojarse con total comodidad y seguridad, (hoteles, hostales, hosterías, haciendas). En el servicio gastronómico se encuentran cafeterías que ofrecen productos tradicionales de la ciudad como son los bizcochos, el queso de hoja, el manjar de leche los cuales son del deleite de propios y extraños. Estos locales en su mayoría se encuentran situados a lo largo de la carretera. Se detallan a continuación:

- 47 restaurantes: 1 de primera categoría, 5 de segunda categoría, 17 de tercera categoría, 24 de cuarta categoría.
- 17 cafeterías: 1 de segunda categoría, 15 de tercera categoría y 4 de cuarta categoría.
- 15 fuentes de soda de tercera categoría.
- 14 bares: 5 de segunda categoría, y 9 de tercera categoría

1.6.5. Social

▪ Educación

En el cantón Cayambe existen alrededor de 119 establecimientos educativos, de los cuales el 96 son fiscales, 1 municipal y 22 particulares. Existe una distribución equilibrada entre los establecimientos del área rural como urbana, siendo 49.6% y 50.4% respectivamente. El nivel de instrucción más alto dentro del cantón Cayambe es el primario con 39,41%, seguidamente se encuentra el nivel secundario con un 20,43%, y la categoría de educación básica con el

11,67%. El nivel mínimo registrado corresponde al postgrado con solo el 0,34%. Este bajo nivel educativo hace que la población se dedique más a actividades operativas.

Tabla N° 4

Niveles de instrucción

Instrucción	Porcentaje
Ninguno	7,79
Centro de Alfabetización	1,49
Preescolar	1,19
Primario	39,41
Secundario	20,43
Educación Básica	11,67
Bachillerato-Educación media	6,26
Ciclo Post Bachillerato Superior	0,73
Postgrado	8,51
Se ignora	0,34
	2,19

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GADIP Cayambe 2015

Elaborado: Por el Autor

El nivel de instrucción permitirá analizar si existe la mano de obra necesaria para la implementación del proyecto.

▪ **Cultura**

El cantón Cayambe posee una gran riqueza cultural, desde sus fiestas tanto cívicas como de índole religioso, la gastronomía propia de la zona, los trajes típicos, restos arqueológicos y pueblos indígenas que han habitado el territorio desde hace ya muchísimos años.

Dentro de las manifestaciones culturales, y como parte de la identidad que posee el cantón Cayambe se encuentra una gran variedad de expresiones, entre las más importantes se mencionan a continuación:

- ✓ Fiestas del Sol o Inti Raymi
- ✓ Fiestas de San Juan (parroquia de Olmedo)
- ✓ Fiesta de San Pedro Fiestas de San Pablo (Parroquia de Cangahua)
- ✓ Gastronomía (bizcochos, uchujacu, guarango, chicha de jora, queso de hoja y manjar de leche)
- ✓ Museo arqueológico
- ✓ Monumento Mitad del Mundo
- ✓ Iglesia Matriz
- ✓ Hacienda Guachalá
- ✓ Laguna San Marcos Complejo arqueológico
- ✓ Puntiatzil
- ✓ Diversas artesanías en madera, lana, lienzo, pintura, tallado de paisajes y figuras artesanales como Diabluma y Chinucas.
- ✓ Personajes típicos: Diabluma, Aruchicos Huasicama, Chinuca, Taquidor, El Campanillero y Payasos
- ✓ Vestimenta autóctona
- ✓ Afinados y música propia de la zona
- ✓ Coplas Cayambeñas

- **Turismo**

El turismo en Cayambe va tomando importancia en mejoras de un desarrollo económico local. Por lo que se ha desarrollado proyectos relacionados al turismo comunitario y cultural. Existe el proyecto agro turístico de la ruta de la leche y la ruta de las flores; turismo cultural como la ruta del Q' pak Ñan y la ruta del Libertador, de igual manera se han promocionado las fiestas de San Pedro y del sol en la mitad del mundo en los meses de Junio y Julio, La

presencia del nevado Cayambe, el Parque Nacional Cayambe Coca, la cascada de Cariacu y otros lugares naturales que aportan al turismo de naturaleza y de aventura.

Las festividades del Inti Raymi o San Pedro patrono del cantón, son una manifestación cultural que sea posicionado a nivel nacional, mismas que se desarrollan en los meses de Junio y Julio, atrayendo turistas locales, nacionales e internacionales.

1.6.6. Legal

▪ Permisos de funcionamiento

Para el inicio de las actividades en el Café Bar Temático se deberá tomar en cuenta ciertos trámites legales en diversas instituciones, las mismas que son importantes para garantizar el normal funcionamiento del negocio y evitar problemas futuros, además permite conocer los derechos y obligaciones. Los cuales se detallan a continuación.

- ✓ Patente Municipal
- ✓ Permisos de medio ambiente – solicitud de inspección
- ✓ Permiso de bomberos
- ✓ Permiso del Ministerios de salud
- ✓ Registro único contribuyentes (RUC)

▪ Acuerdo Interministerial N°1470

- ✓ Este acuerdo regula la venta de bebidas alcohólicas de cualquier tipo en establecimientos registrados como turísticos determinados en el artículo. En los establecimientos de comidas y bebidas, incluidos los de comida rápida, se permitirán el expendio de bebidas alcohólicas dentro del siguiente horario:

De lunes a jueves:

Restaurantes hasta las 00h00.

Bares hasta las 00h00.

Cafeterías hasta las 00h00.

Fuentes de soda hasta las 00h00.

Locales de comida rápida hasta las 00h00.

Viernes y sábado

Restaurantes hasta las 02h00.

Bares hasta las 02h00.

Cafeterías hasta las 02h00.

Fuentes de soda hasta las 02h00.

Locales de comida rápida hasta las 02h00.

Domingos

Restaurantes hasta las 22h00.

Cafeterías hasta las 22h00.

Locales de comida rápida hasta las 22h00.

Salas de banquetes entre las 10h00 y las 16h00.

Marinas y muelles entre las 10h00 y las 16h00.

Establecimientos que prestan servicios complementarios en establecimientos de alojamiento hasta las 22h00.

1.6.7. Tecnológica

- **Maquinaria y equipos**

Para la implementación del proyecto del Café Bar Temático, es indispensable contar con maquinaria que garantice la calidad del producto final, especialmente se debe contar con artículos industriales de acero y con componentes tecnológicos. En la ciudad de Cayambe existen varios establecimientos industriales que podrían ser una opción para la adquisición de esta maquinaria. También esta maquinaria se puede encontrar en otras provincias del país.

1.6.8. Política

- **Plan Nacional para el Buen Vivir (Inversiones)**

Inversión para el Buen Vivir en el marco de una macroeconomía sostenible. Esto mediante las diferentes estrategias que lleva el gobierno central con la finalidad de generar nuevos proyectos que dinamicen la economía de las diferentes zonas del país. Construyendo proyecto sustentables y sostenibles.

El Estado busca incentivar el desarrollo de industrias nacientes, parques y complejos industriales, así como el desarrollo de servicios especializados como el turismo comunitario.

- **Ley de Turismo (Incentivos)**

- ✓ **Art. 26** Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozaran de los siguientes incentivos.

1.- Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas turísticas registradas y calificadas.

2.- Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresa.

3.- Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados.

✓ **De las Actividades Turísticas y quienes la ejercen**

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento
- b. Servicios de alimentos y bebidas
- c. Transportación y alquiler, cuando se dedica principalmente al turismo
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos
- f. Casinos, salas de juego, hipódromos y parques de atracciones

Mediante los artículos que se mencionan en esta ley, y mediante la presentación de un proyecto turístico, el cual tiene que ser aprobado, se puede gozar de beneficios como la exoneración en materia tributaria.

1.6.9. Infraestructura

▪ **Internet y Telefonía**

En el cantón se encuentran 38 campos de antenas de infraestructura de telecomunicación. Las compañías de telefonía móvil tienen un número alto de antenas de telecomunicaciones en toda la geografía del cantón

La cobertura de las antenas de telecomunicaciones no cubre áreas donde se asientan las comunidades apartadas de los centros poblados y los costos elevados de la telefonía móvil no permiten el acceso amplio de la población a este servicio.

- **Vías**

El cantón Cayambe está atravesado por la vía Panamericana de suroeste a noroeste, la misma que comunica con la capital del Ecuador y el sur; y hacia el norte con las provincias de Imbabura y Carchi. La red vial del cantón Cayambe abarca alrededor de 2.215 Km; de los cuales en un 35,08% prevalecen los caminos de verano especialmente en las áreas rurales. Los caminos pavimentados corresponden al 3,26% y comunican con la zona urbana con las cabeceras parroquiales de Ayora y Olmedo al norte; y con Cangahua al sur-este del cantón.

La red vial dentro del área urbana se caracteriza por vías pavimentadas de dos o más carriles; la mayoría en buen estado. En zonas periféricas predominan las vías lastradas de una o dos carriles.

Tabla N° 5

Tipos de vías del cantón Cayambe

Vías	Km	Porcentaje
Pavimento o asfaltada, dos o más vías	72,28	3,26 %
Revestimiento suelto o ligero, dos o más vías	106,96	4,83 %
Pavimentada o asfaltada, una vía	0,22	0,01 %
Revestimiento suelto o ligero, una vía	468,01	21,13 %
Camino de verano	777,13	35,08 %
Autopista, pavimentada, más de dos vías con parterre	6,53	0,29 %
Calle	245,13	11,07 %
Sendero	75,97	3,43 %
Herradura	463,03	20,90 %
Total	2215,26	100%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GADIP Cayambe 2015.

Elaborado: Por el Autor

- **Agua Potable**

El cantón Cayambe cuenta con 3 sub cuencas hidrográficas, las cuales permiten que en el cantón tenga una disponibilidad de recurso hídrico para dotar de agua potable a la población, para dotar de agua tratada al sector industrial y para dotar de agua para riego para el sector agrícola.

1.7. Matriz AOOD (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos)

Cuadro N° 2

Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cayambe es un lugar turístico, cultural y gastronómico. ▪ Mano de obra capacitada ▪ Disponibilidad de materia prima e insumos. ▪ Maquinaria disponible en el cantón o a nivel país. ▪ Servicios básicos, disponibles en la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Negocios que ofrecen servicio o productos similares. ▪ Trámites burocráticos para obtener los permisos de funcionamiento. ▪ Competencia posicionada
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El crecimiento poblacional ▪ El financiamiento para este tipo de proyectos no es muy costosa. ▪ Las nuevas generaciones buscan lugares atractivos y modernos. ▪ Cambiar en el estilo de vida. ▪ Rescatar y fomentar la cultura Cayambeña. ▪ Festividades del cantón. ▪ Ser considerado por el Ministerio de Turismo y tener incentivos en el ámbito tributario. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Horarios establecidos por la autoridad. ▪ Los cambios políticos y legales que afectan al país. ▪ Inestabilidad económica. ▪ Bajos ingresos familiares. ▪ Volcán Cayambe, parcialmente activo.

Fuente: Diagnostico Situacional.

Elaborado: Por el Autor

1.8. Identificación de la oportunidad de inversión

Una vez realizado el diagnóstico situacional de la ciudad de Cayambe, y haber analizado detalladamente los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, da como resultado que el sector de estudio se encuentra apto para la implementación de un proyecto de esta naturaleza, debido a que la ciudad de Cayambe, cuenta con una gran riqueza cultural, gastronómica, que se complementa con los lugares turísticos y que en los últimos años ha tenido un crecimiento poblacional considerable, lo cual significa que la población va en la búsqueda de nuevos servicios para satisfacer sus necesidades.

En la ciudad de Cayambe, existen varios establecimientos que ofrecen el servicio de cafeterías, restaurantes, bares; la mayoría de las cafeterías ofrecen los productos tradicionales como los bizcochos, café y derivados de la leche, los restaurantes en su mayoría no ofrecen un menú diferente y los bares tienden hacer lugares de consumo netamente alcohólico.

La mayoría de estos establecimientos no marcan una diferenciación, ni una creación de valor agregado en sus servicios.

Por lo anterior analizado se considera apropiado realizar el proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ – BAR TEMÁTICO EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA”; el mismo que ofrecerá una calidad en sus servicios y productos, cordialidad a los clientes, en un ambiente cálido y armonioso.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO.

2.1. Empresa

Hernández & Palafox (2012) afirman que es una “Entidad legal, económica, social y moral en la que inversionistas, empresarios e individuos capacitados se unen con el objeto de producir bienes y servicios que satisfacen una o varias necesidades de los individuos en el mercado que opera” (p.33).

Es una entidad que se dedica a las actividades de producción, comercialización o prestación de bienes y servicios, generando un valor agregado en beneficio de sus clientes, satisfaciendo sus necesidades.

2.1.1. Clasificación de las Empresas

Bravo (2013) afirma que “Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes” (p.3)

- ✓ Por su naturaleza: - Industriales - Comerciales – Servicios
- ✓ Por el sector al que pertenecen: - Publicas – Privadas – Mixtas
- ✓ Por la integración del capital: - Unipersonales - Pluripersonales

La clasificación de las empresas tiene una variación acorde a sus funciones o aspectos administrativos, para tal efecto se han considerado la siguiente clasificación, por la naturaleza de la empresa, por el sector al que pertenecen, y por la integración del capital.

2.2. Cafetería

Según Rosell (2013) dice que:

Prestan de modo fundamental, el servicio de bebidas, platos fríos, y calientes, simples o combinados, elaborados generalmente en una plancha (hamburguesas, bocadillos, sándwiches, etc.) el servicio suele ser rápido y es posible consumir en la propia barra, aunque estos establecimientos suelen disponer de mesas con sillas para que los clientes puedan permanecer un periodo de tiempo más largo. (p.18).

La cafetería comparte características tanto de un bar como de un restaurante, además de encontrar el servicio de bebidas, y de alimentos que requieren poca elaboración, se considera que el servicio debe ser rápido.

2.2.1. Bar

Rosell (2013) afirma que es el “Termino que engloba una amplia oferta de locales públicos donde se sirven preferentemente en la bar o mostrador, bebidas frías y calientes) y una oferta gastronómica basada en tapas y bocadillos” (p.18).

El bar es un establecimiento donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas, infusiones, acompañados de bocadillos, tapas o sándwiches y que por lo general son consumidos en una barra.

2.2.2. Temático

Definición.de (s.f.) afirma que “Es un término que puede funcionar como sustantivo o adjetivo. En el primer caso, hace referencia al tema o a la gran variedad de temas y asuntos que caracterizan a un hecho o fenómeno”

Se lo utiliza en alusión a un tema en específico que se caracteriza en un hecho, que tiene una definición clara y que se diferencia de otros.

2.2.3. Café – Bar Temático

Según Gallego (2012) dice que:

Se requiere un perfecto diseño de instalaciones y decoraciones en relación con el tema de referencia. Aquí entra en juego la imaginación para dar realce a paredes, techos, y espacio con instrumentos musicales, fotografías, motos recuerdos de artistas, es decir una mezcla de realidad y fantasía que trata de acercar al cliente a épocas momentos o imágenes que le son familiares de acuerdo al tema elegido. (p.153-154).

Es un lugar de ambiente agradable y música suave para poder interactuar y relajarse, donde se sirve todo tipo de bebidas, bocadillos, platos frío o calientes. Las instalaciones van acompañada de un tema en específico o con variaciones acorde a la época del año.

2.3. Estudio de Mercado

Baca (2013) dice que es una “Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p.5).

Es un conjunto de actividades que se pone en práctica para ver la reacción del mercado ante un bien o servicio, analizando la oferta, la demanda, precios y comercialización.

2.3.1. Segmentación de mercado

Según Hernández & Palafox (2012) dicen que:

Es el proceso de dividir por grupos homogéneos (segmentos) el mercado de un producto o servicio, a fin de determinar el mercado meta en términos de valor económico. Los segmentos permiten a la empresa definir los productos y servicios que ofrecerá en

términos de calidad, precio y canales de distribución, así como determinar los elementos intangibles que influyen en la decisión de los clientes a partir de marca, etiqueta, empaque, publicidad y promoción. (p.307).

Es dividir a un mercado, acorde a ciertas características o necesidades similares, con la finalidad de poder establecer un mercado meta. Además permite a la empresa definir parámetros en los productos o servicios, que puedan ser del agrado del cliente.

2.3.2. Mercado Meta

Hernández & Palafox (2012) afirman que “Está compuesto por los segmentos del mercado total que la empresa desea atender y donde considera debe orientar sus estrategias, con el fin de lograr el mejor desempeño de sus productos y servicios” (p.307)

Es una parte del mercado que la empresa está dispuesta a captar y a satisfacer canalizando sus programas de marketing, con la finalidad de obtener un beneficio.

2.3.3. Población

Wigodsky (2010) afirma que es “Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado”

Es un grupo de personas que habitan en un determinado lugar y que tienen ciertas características o especificaciones.

2.3.4. Muestra

DeConceptos.com (s.f.) afirma que “Una muestra es una pequeña porción de algo, representativa de un todo, que es usada para llevarla a conocimiento público o para analizarla”

Es una parte representativa de una población, con intención de analizar sus propiedades y características.

2.3.5. Demanda

Morueco (2014) dice que “Es la cantidad y calidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a adquirir en un determinado mercado y durante un periodo de tiempo concreto, pagando por ello un cierto precio y bajo unas condiciones establecidas” (p.52).

Es la cantidad de bienes o servicios que un grupo de consumidores desean adquirir con la finalidad de satisfacer sus necesidades, a un precio determinado.

2.3.6. Oferta

Según Morueco (2014) dice que:

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores u oferentes están dispuestos a ofrecer dentro de un mercado concreto y a un determinado precio, durante un periodo de tiempo establecido; pero también podemos definir la oferta como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. (p.54).

Es la cantidad de bienes o servicios que un grupo de productores que pone a consideración de los usuarios a un determinado precio.

2.3.7. Demanda Insatisfecha

Según Baca (2013) dice que:

Es la capacidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (p.57).

Es aquella demanda que no ha sido cubierta, la misma que podría ser abastecida en su totalidad o en parte, acorde a las condiciones del mercado.

2.3.8. Precio

Según Arboleda (2013) dice que:

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado, es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto empresarial, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos. (p.88).

Es una cantidad monetaria de cambio, al existir algún tipo de transacción, compra o venta de un bien o servicio.

2.3.9. Producto

Arboleda (2013) afirma que “Es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo. El producto de un proyecto puede ser un bien o un servicio” (p.199).

Es la realización de un bien o servicio, producto de la fusión de materiales y mediante procesos que permiten concretar un producto final, capaz de satisfacer las necesidades del mercado.

2.3.10. Servicio

Encolombia (2016) “Se define como las actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”

Es un conjunto de actividades que se lleva a cabo con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.

2.3.11. Comercialización

Araujo (2013) afirma que “Es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos; por tanto, el análisis de la oferta y la demanda deberá ser completado con el estudio de los diversos elementos de la comercialización” (p.48-49).

Son las actividades que realiza el productor con la finalidad de llegar con su bien o producto hacia el consumidor y satisfacer sus necesidades. Por lo tanto debe existir una adecuada estrategia de comercialización.

2.3.12. Promoción

Limas (2011) señala: “Esta variable hace referencia a todas aquellas actividades que desarrolla la empresa para dar a conocer, recordar o informar sobre el producto al mercado objetivo con el fin de estimular la compra y uso del mismo”. (p. 205)

Es una herramienta de comunicación para informar las características o beneficios de cierto producto y servicio e incentivar al consumidor.

2.3.13. Plaza

Según (Mercantilizate, 2013) dice que:

Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto.

Son los medios que se utiliza para que el producto o servicio llegue hacia el consumidor, pueden ser los puntos de venta en donde se los distribuirá.

2.4. Estudio Técnico

Según Córdoba (2011) dice que:

Busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. (p.106).

Permite saber cuan posible es la realización del proyecto, analizando, la localización, el tamaño, la capacidad, las instalaciones y equipos necesarios, que permitan tener un producto o servicio de calidad.

2.4.1. Macro localización

Según Córdoba (2011) dice que:

Se refiera a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto. (p.119).

Es la selección del lugar, en donde se implementara el proyecto, el mismo que requiere de aspectos trascendentales. Es importante considerar estos aspectos ya que influyen en el éxito o fracaso del proyecto.

2.4.2. Micro localización

Según Córdoba (2011) dice que:

Indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará. (p.121).

Consiste en definir con mayor exactitud la ubicación proyecto, además los factores que influirán en la decisión del lugar.

2.4.3. Tamaño del Proyecto

Córdoba (2011) afirma que “Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando” (p.107).

El tamaño del proyecto tiene una estrecha relación con el número de unidades que se estima producir, por eso este estudio es fundamental para fijar el monto o los costos de la inversión.

2.4.4. Capacidad del proyecto

Córdoba (2011) afirma que “Después de definida la unidad de medida del tamaño del proyecto, se establece la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo” (p.107)

Se expresa en numero de unidades,(productos o servicios) que se produce en un determinado tiempo.

2.4.5. Inversión Fija

Araujo (2013) afirma que “Este presupuesto está formado 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” (p.103).

Es un rubro monetario, el cual incluye activos fijos con la finalidad de establecer las condiciones necesarias para la operación del proyecto.

2.4.6. Inversiones Diferidas

Según Córdoba (2011) dice que:

Los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc. (p.192)

Son erogaciones necesarias para el funcionamiento del proyecto, se caracterizan por su inmaterialidad y los cuales no tienen un desgaste físico.

2.4.6.1. Mano de Obra

Según Rodríguez (2012) dice que:

Es el valor de la liquidación de todos los trabajadores que participan directa e indirectamente en el proceso de fabricación o prestación de servicios, la mano de obra puede ser calificada, como gerente de producción, ingenieros y profesionales necesarios en la operación, y no califica como obreros de operación directos, indirectos como control de calidad, empacadores y almacenistas. (p.22).

Es el esfuerzo físico y mental que implica el llevar a cabo un proceso o la elaboración de un bien o servicio. El mismo que implica un costo que es cargado al producto o servicio final

2.4.6.2. Materia Prima

Rodríguez (2012) afirma que es el: “Elemento base para producción de bienes de capital, de uso o de servicio o productos, que regularmente tiene la mayor participación en el costo, siendo su naturaleza el origen del diseño, proceso y terminado” (p.22)

Es un elemento fundamental dentro del proceso de transformación y elaboración de un producto, por lo general el costo de este elemento es superior a los demás.

2.4.6.3. Costos Indirectos de Fabricación

Según Rodríguez (2012) dice que:

Tercer elemento del costo, que se conforma por todos los pagos y causaciones diferentes a los anteriores elementos, pero necesarios en la producción o prestación del servicio. Estos cargos al costo son indirectos porque no forman parte física del producto, pero son componentes necesarios del costo, como arrendamientos del local o bodega, mantenimiento de maquinaria, servicios públicos, refrigerios del personal, etc. (p.99).

Son costos necesarios para lograr la producción de un producto, pero que no son parte directa en el producto, y su costo es un estimado ya que el cálculo resulta ser dificultoso.

2.4.6.4. Gastos Administrativos

Araujo (2013) dice que:

En este rubro se agregan las erogaciones para el pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoría interna, compras, almacenes y demás sectores, así como aquellas otras destinadas a la adquisición de papelería,

servicios de electricidad de las áreas antes mencionadas, servicio telefónico y de mantenimiento del equipo de oficina entre otros. (p.109).

Estos gastos tienen una relación directa con la parte netamente administrativa, y no con las actividades operativas.

2.4.6.5. Gastos de Venta

Araujo (2013) dice que:

Estas erogaciones incluyen el pago de comisiones a los agentes de venta, sus viáticos, materiales de promoción y publicidad, gastos de distribución, comunicación por el teléfono, télex, fax, etc., que son necesarios efectuar para promover y cerrar las operaciones de venta. (p.109).

Los gastos de venta están vinculados con las operaciones de venta que pueden incluirse dentro de la preparación, el almacenamiento o la promoción de las mismas.

2.4.6.6. Gastos Financieros

Bravo (2013) afirma que “Se relacionan con los intereses que paga la empresa a los bancos o financieras por los préstamos concedidos para su financiamiento” (p.193).

Estos son los gastos correspondientes a las obligaciones financieras, como resultado del financiamiento con recursos ajenos.

2.4.7. Capital de trabajo

Según Córdoba (2011) dice que:

Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funciones una

empresa, es decir, los medios financieros necesario para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. (p.192).

Son los recursos que requiere la empresa para iniciar sus operaciones. También se puede acotar que hay que financiar el inicio hasta que se pueda realizar las primeras transacciones.

2.5. Estructura Organizacional

Según Meza (2013) dice que:

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende 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, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación. (p.28)

Se relaciona, con todas las actividades que son necesarias para fomentar y crear una empresa, la cual debe estar acorde a las necesidades de la misma, bajo políticas y parámetros que la regulan.

2.5.1. Misión

Según Louffat (2012) afirma que:

Es la razón de ser de la empresa, debe estar fundamentada en valores y principios sólidos que la guíen y le den “personalidad propia”. Indica la manera mediante la cual

una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia en el tiempo.

(p.7)

Es el punto de partida de una organización, por tanto menciona cual es la razón de su creación y sus fundamentos.

2.5.2. Visión

Hernández & Palafox (2012) afirman que la vision es el “Conjunto de ideas rectoras y mapa de rutas del futuro de la organización, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades que planea desarrollar” (p.185).

Es una proyección hacia el futuro, a donde se pretende llegar como organización, en sus diferentes ámbitos.

2.5.3. Objetivos

Louffat (2012) afirma que: “Los objetivos son los resultados que se buscan concretar, basados en la misión y visión, que desean lograrse al cabo de un plazo de tiempo determinado. Para este efecto debe establecer algún indicador que permita evaluar su cumplimiento” (p.8).

Es un resultado que se desea o se necesita conseguir en un tiempo establecido, los mismo que deben estar bajo parámetros que permitan su evaluación.

2.5.4. Políticas

Según Louffat (2012) dice que:

Las políticas son normas que orienta la toma de decisiones administrativas, sin construir específicamente la decisión. Es decir, fijan el contexto, el ámbito, los límites dentro de los cuales se debe ejecutar la acción administrativa, determinando lo que se puede o no hacer. (p.31)

Son criterios en forma general de cómo llevar a cabo las actividades, dentro de un contexto, indicando sus diferentes aplicaciones.

2.5.5. Estructura Orgánica

Publicaciones Vértice S.L (2008) afirma que “La estructura orgánica es la distribución y combinación de las distintas actividades de un empresa con vistas a asegurar el desarrollo de los cometidos que le han sido atribuidos y tratando de garantizar una dirección y gestión eficaces” (p.19)

Es la representación gráfica de la empresa, la cual muestra la distribución de las actividades por departamentos y garantizar la eficacia y eficiencia en la organización.

2.5.6. Estructura Funcional

Morueco (2014) afirma que “Este tipo de estructura basa su organización en la especialización que cada persona posee. Estos reciben órdenes de sus superiores en función de la especialidad adquirida” (p.10).

Se caracteriza por la distribución y asignación de actividades de trabajo hacia las diferentes áreas de la empresa.

2.6. Estudio Financiero

Baca (2010) afirma que “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (p.8)

Es un análisis de la información recopilada en materia económica y que permite observar la viabilidad del proyecto y la rentabilidad en el tiempo

2.6.1. Presupuesto de Ingresos

Según Córdoba (2011) dice que:

Acorde al programa de producción, se efectúan las estimaciones de ingresos para el período de vida previsto a precios constantes y/o corrientes del producto resultante al finalizar el respectivo proyecto. Este período de vida puede ser distinto del ciclo de vida del proyecto y generalmente éste último es más corto que el primero. (p.196).

Es la previsión de ingresos que se espera conseguir en un periodo de tiempo determinado, el cual ayuda a la realización de las estimaciones y análisis económicos.

2.6.2. Presupuesto de Egresos

Según Córdoba (2011) dice que:

Aquí se presenta la secuencia de los egresos previstos a partir de la fase de ejecución del proyecto. Para ello se toma como base el calendario de las inversiones contempladas y las previsiones para la vida útil del proyecto, donde los egresos de operación y los otros egresos se comportan de modo aproximadamente constante. (p.197).

Se considera los egresos que tendrá el proyecto durante su vida útil, o un tiempo determinado, igualmente influye dentro de las estimaciones y análisis económicos.

2.6.3. Estado de Situación Financiera

Murcia (2009) afirma que es el “Estado financiero que representa, a modo de fotografía, la situación financiera de la empresa a una fecha determinada lo cual revela la situación de los activos y pasivos de una empresa” (p.264).

Es la situación actual de la empresa, la cual se ve reflejada a través de sus activos, pasivos y patrimonio y por consecuente su capital.

2.6.4. Estado de Resultados

Bravo (2013) afirma que “Es el documento contable complementario del balance general, que muestra detallada y ordenadamente la forma en que se obtiene la utilidad o pérdida de la empresa en un periodo determinado” (p.22).

Es el documento contable en donde se puede evidenciar la utilidad o pérdida por el ejercicio económico del presente, considerando sus diferentes ingresos y egresos del periodo.

2.6.5. Estado de Flujo de Caja

Bravo (2013) afirma que “Este estado financiero se elabora al termino de un ejercicio económico o periodo contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa” (p.198)

Es un documento que permite analizar y evaluar de manera detallada, la liquidez con la que cuenta la empresa al finalizar un ejercicio económico o contable.

2.6.6. Depreciación

Arboleda (2013) afirma que “Se define como el desgaste, el deterioro, el envejecimiento y la falta de adecuación u obsolescencia que sufren los bienes tangibles a medida que pasa el tiempo” (p.272).

Se aplican a los activos que con el pasar de los años van perdiendo su valor inicial.

2.6.7. Amortización

Baca (2013) afirma que “El termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión” (p.175).

Es el proceso de distribuir el costo de una inversión como gasto a lo largo de los períodos.

2.7. Evaluación Financiera

Según Baca (2013) dice que:

Describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica. (p.7).

Es el análisis de los resultados que generará el proyecto, esto mediante indicadores financieros que reflejan la situación de las inversiones en el tiempo, y ver qué tan rentable puede ser el proyecto.

2.7.1. Tasa de Rendimiento Medio

Según Sapag (2011) dice que:

Representa la tasa de retorno exigida a la inversión realizada en un proyecto, para compensar el costo de oportunidad de los recursos destinados a él y el riesgo que deberá asumir. (p.372)

Es la tasa mínima que el inversionista se desea obtener como rentabilidad de un proyecto

2.7.2. Valor Actual Neto

Según Sapag (2011) dice que:

Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0. (p.300)

Es un método de evaluación económica que consiste en calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja estimados o futuros, usando la tasa de rendimiento media.

2.7.3. Tasa Interna de Retorno

Según Córdoba (2011) dice que:

Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil; de manera operativa, se define como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. (p.242).

Es considerado como uno de los indicadores para decidir o rechazar el proyecto tomando como referencia a la tasa de descuento. Si la TIR es mayor a la tasa de descuento el proyecto es óptimo ya que se espera un rendimiento mayor al mínimo requerido. Por el contrario, si la TIR es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar, ya que no cumple con el rendimiento mínimo.

2.7.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

Sapag (2011) afirma que “Es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión” (p.307).

Es un indicador que permite conocer el número de periodos que se requieren para recuperar la inversión inicial en un proyecto.

2.7.5. Relación Costo Beneficio

Araujo (2013) afirma que “Es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos e egresos totales del proyecto” (p.137).

Es la valoración que se relaciona entre los ingresos y egresos actualizados, los cuales si el resultado es mayor a 1, el proyecto es rentable.

2.7.6. Punto de Equilibrio

Arboleda (2013) afirma que “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” (p.308).

Es el nivel en que los ingresos son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. Se los puede establecer en cuanto a la producción o valor monetario.

2.8. Impactos

Murcia (2009) afirma que es “La ejecución del proyecto genera distintos efectos que causan impacto en los usuarios del mismo, en la organización que lo ejecuta y en la sociedad en general” (p.327).

Son las consecuencias o efectos tanto positivos como negativos de la implementación de un proyecto de inversión.

2.8.1. Económico

Wikipedia (2013) afirma que “Es la magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios)”.

Este impacto se refiere al nivel de contribución en relación al desarrollo económico de la zona, por la implementación del proyecto.

2.8.2. Social

Wikipedia (2013) “El impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones, el impacto social no se limita a criterios económicos”.

El impacto social esta relacionado con factores como mejorar la calidad de vida del sector o de las personas que se encuentren en relacion a la implantacion del proyecto.

2.8.3. Cultural

DefinicionABC (2016) “Es el conjunto de formas y expresiones que caracterizarán en el tiempo una sociedad determinada. Por el conjunto de formas y expresiones incluye a las costumbres, creencias, practicas comunes, normas, códigos, vestimenta, religión, rituales”.

El impacto cultural se refiere a las alteraciones que tendrá la implementación del proyecto, en ámbitos que caracterizan a una población en común.

2.8.4. Ambiental

Baca (2010) afirma que “Puede ser negativo o positivo, es causado por fenómenos naturales y la actividad humana. Por lo general, es el efecto provocado en los ecosistemas, que afecta su funcionamiento y la interacción de los seres vivos con su medio ambiente” (p.137)

Este impacto se refiere a las variaciones que puede sufrir el entorno natural, por lo que se realiza un análisis previo a la implantación del proyecto con la finalidad de no generar graves afectaciones al medio ambiente.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El desarrollo del estudio de mercado tiene como finalidad analizar los diferentes componentes y variables del mercado en cuanto a este tipo de servicios se refiere, en la ciudad de Cayambe.

En el presente estudio se hará énfasis en las variables como la demanda, oferta, precio y la comercialización del servicio, esto permitirá determinar la factibilidad del proyecto, tomando en cuenta la aceptación de parte de los posibles clientes.

Para el levantamiento de información se utilizará una investigación primaria por medio de instrumentos como las entrevistas, encuestas, observación directa y análisis documental.

Por tratarse de un servicio literalmente nuevo, se ha establecido como base de análisis a las cafeterías, bares y restaurantes existentes actualmente en la ciudad. Con los resultados de estos establecimientos, se tendrá una línea base que permita conocer el comportamiento de los consumidores, y poder establecer estrategias de comercialización.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivos General

- Desarrollar el estudio de mercado que permita determinar la demanda, oferta, precio y comercialización de la creación del Café-Bar Temático.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar los niveles de demanda que tienen los servicios de cafeterías y bares en la ciudad de Cayambe.
- Conocer la oferta actual en el servicio de cafeterías y bares en la ciudad de Cayambe
- Analizar los precios actuales de la competencia en el servicio de cafeterías, bares.
- Determinar las estrategias de comercialización del servicio, para lograr una aceptación y posicionamiento en el mercado.

3.3. Variables del estudio de mercado

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Comercialización

3.4. Indicadores o sub-aspectos que definen a la variable

3.4.1. Demanda

- Nivel de aceptación
- Frecuencia de compra
- Precio
- Formas de adquisición
- Proyección de la demanda

3.4.2. Oferta

- Características de la competencia
- Cantidad ofertada

- Proyección de la oferta

3.4.3. Precio

- Precios actuales de servicios similares

3.4.4. Comercialización

- Publicidad y promoción
- Canales de distribución
- Estrategias de venta

3.5. Matriz de operación de variables

Cuadro N° 3

Matriz de operación de variables

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTOS	PUBLICO
Determinar los niveles de demanda que tienen los servicios de cafeterías y bares en la ciudad de Cayambe.	Demanda	- Nivel de aceptación - Frecuencia de compra - Precio - Formas de adquisición - Proyección de la demanda	- Primaria	- Encuesta	- Clientes
Conocer la oferta actual en el servicio de cafeterías y bares en la ciudad de Cayambe	Oferta	- Características de la competencia - Cantidad ofertada - Proyección de la oferta	- Primaria	- Entrevista - Ficha de Observación	- Competencia
Analizar los precios actuales de la competencia en el servicio de cafeterías, bares.	Precio	- Precios actuales de servicios similares	- Primaria	- Entrevista - Ficha de Observación	- Competencia
Determinar las estrategias de comercialización del servicio, para lograr una aceptación y posicionamiento en el mercado.	Comercialización	- Publicidad y promoción - Canales de distribución - Estrategias de venta	- Primaria	- Encuesta	- Clientes

Fuente: Diagnóstico

Elaborado: Por el Autor

3.6. Identificación del servicio

El servicio que se ofertará en el Café- Bar Temático, ubicado en la ciudad de Cayambe no solo está relacionado con el servicio de alimentos, bebidas, postres, además este proyecto busca dar un valor agregado a través de la originalidad del lugar, mediante la decoración y ambiente, haciendo alusión a un tema en específico.

La temática a considerarse para el proyecto es el ámbito cultural de Cayambe. Como se ha mencionado en el diagnóstico del presente proyecto, el cantón Cayambe cuenta con una gran riqueza cultural, que va desde su gastronomía típica, fiestas de índole cívico o religioso, la música autóctona, la vestimenta, además de contar con hermosos lugares turísticos, como el majestuoso nevado Cayambe.

El propósito fundamental de la creación del Café Bar Temático es brindar al cliente un lugar diferente de diversión, interacción social y encuentro. De igual manera se busca fomentar la parte cultural de Cayambe, ya que en muchas ocasiones es desconocida por la propia ciudadanía.

El menú a ofertarse está distribuido por 6 componentes bebidas calientes, sándwiches, jugos y batidos, tortas y postres, helados, bebidas con alcohol, todo esto bajo aspectos importantes como el buen servicio al cliente, y la inocuidad en la preparación de los alimentos.

El diseño de las instalaciones y decoración del Café Bar Temático, harán alusión a la riqueza cultural de Cayambe, en sus diferentes manifestaciones artísticas.

3.7. Segmentación del mercado

3.7.1. Población

Para la identificación de la población a estudiarse, se ha tomado en cuenta las proyecciones establecidas por el INEC para el año 2016.

Tabla N° 6

Poblacion del canton Cayambe 2016 – proyección

Detalle	Urbana	Rural	Total
Población Femenina	22.439	27.210	49.649
Población Masculina	21.772	25.768	47.540
Total	44.211	52.978	97.189

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GADIP Cayambe 2015.

Elaborado: Por el Autor

La población o universo, motivo de esta investigación son los 44.211 hab, de la ciudad de Cayambe únicamente del área urbana.

Tabla N° 7

Poblacion urbana Cayambe 2016 – proyección por edades

Grupo de Edades	Género		Total
	Hombre	Mujer	
De 20 a 64 años	11.353	11.988	23.341

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GADIP Cayambe 2015.

Elaborado: Por el Autor

De igual manera para el desarrollo del proyecto, se considera las edades, en este caso es representado por 23.341 hab.

3.7.2. Mercado Meta

El mercado meta para el presente proyecto está formulado mediante indicadores demográficos que se detallan a continuación:

- ✓ **Género:** Indistinto.
- ✓ **Población o universo:** 44.211 hab.
- ✓ **Edad:** 20 a 64 años, se considera que son personas que tienen capacidad adquisitiva.
- ✓ **Población dentro del rango de edad:** 23.341 hab.
- ✓ **Estrato social económico:** Rangos A, B, C+ (35,9%), estos que fueron analizados en el primer capítulo de este proyecto.

Finalmente se obtiene como resultado **8.379** personas, a las cuales irá enfocado el proyecto.

3.7.3. Fórmula

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizara la siguiente formula, considerando los datos ya analizados, por tanto el mercado meta es de 8.379 habitantes de la ciudad de Cayambe del área urbana.

$$n = \frac{N * S^2 * Z^2}{(N - 1)E^2 + S^2 * Z^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

$S^2 =$ Varianza

$Z^2 =$ Nivel de confianza

$E^2 =$ Nivel de error

3.7.3.1. Muestra

En base a los datos presentados y analizados, se procede al cálculo del muestreo probabilístico.

$N = 8.379$

$S^2 = 0,5$

$Z^2 = 1,96$

$E^2 = 5\%$

Remplazando se tiene:

$$n = \frac{8.379 * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(8.379 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{8047}{21.9054}$$

$n = 367$

Como tamaño de la muestra se obtuvo 367 encuestas a personas de la ciudad de Cayambe del área urbana.

3.7.3.2. Estratificación de la muestra

Debido a que se realizó una segmentación por edades se procedió a realizar una estratificación de la muestra con la finalidad de obtener un muestreo más exacto.

Tabla N° 8**Estructura de la muestra**

Detalle	Población	%	Muestra
De 20 a 24 años	4.185	18%	65
De 25 a 29 años	4.213	18%	67
De 30 a 34 años	3.828	16%	59
De 35 a 39 años	3.153	14%	50
De 40 a 44 años	2.510	11%	38
De 45 a 49 años	2.010	9%	32
De 50 a 54 años	1.483	6%	23
De 55 a 59 años	1.104	5%	18
De 60 a 64 años	856	4%	15
Total	23.341	100%	367

Fuente: Diagnóstico

Elaborado: Por el Autor

3.8. Evaluación y análisis de la información

Una vez realizada las respectivas encuestas, acorde al resultado de la muestra, se procederán con el respectivo análisis e interpretación de la información.

3.8.1. Resultado de la encuesta

3.8.1.1. Datos técnicos

1. Género de los encuestados

Tabla N° 9

Género

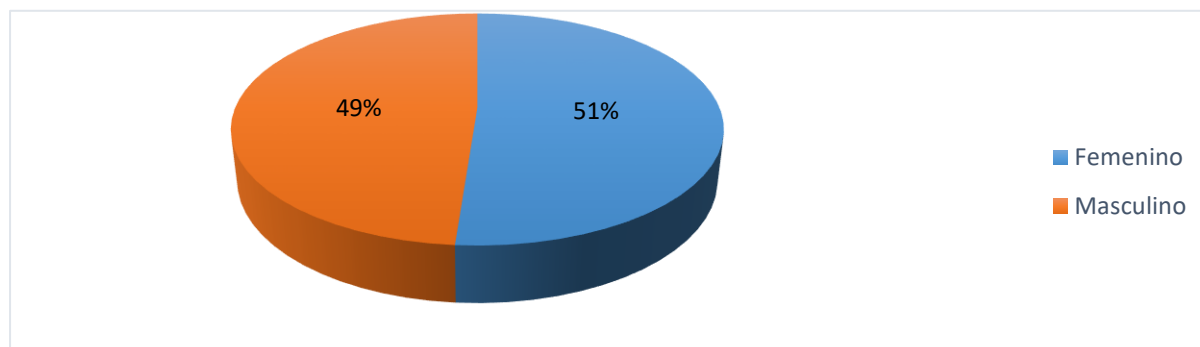
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	188	51%
Masculino	179	49%
Total	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 2 Género

Género



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados es del género femenino. Esta tendencia es reflejada con los datos del Inec.

2. Edad de los Encuestados

Tabla N° 10

Edad

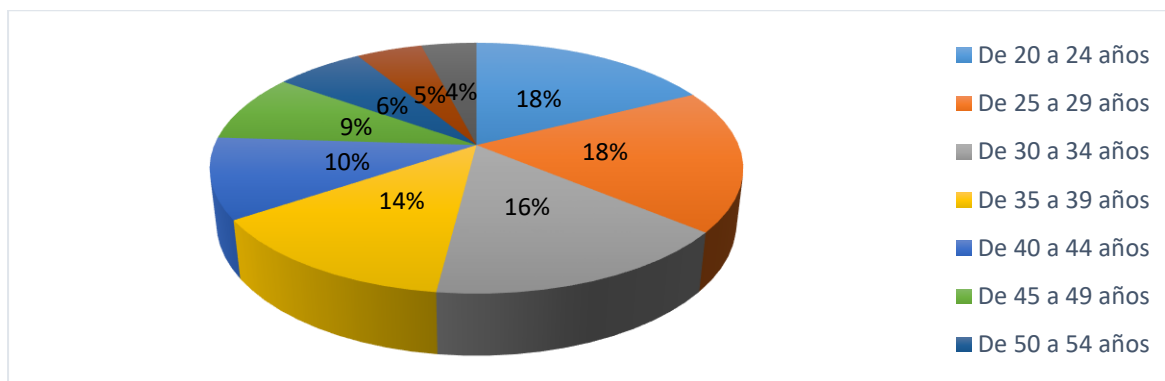
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 24 años	65	18%
De 25 a 29 años	67	18%
De 30 a 34 años	59	16%
De 35 a 39 años	50	14%
De 40 a 44 años	38	10%
De 45 a 49 años	32	9%
De 50 a 54 años	23	6%
De 55 a 59 años	18	5%
De 60 a 64 años	15	4%
Total	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 3

Edad



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

Según la estratificación de la muestra, se obtuvo, una división en las edades, esto permitió realizar un estudio más profundo y cubrir a toda la muestra, el cual se presenta en el gráfico; las edades de 20 a 39 años tienden a ser mayoritarias en el estudio.

3.8.1.2. Preguntas relacionadas con el proyecto

1. ¿Acude a un café-bar o bar-restaurant?

Tabla N° 11

Concurrencia

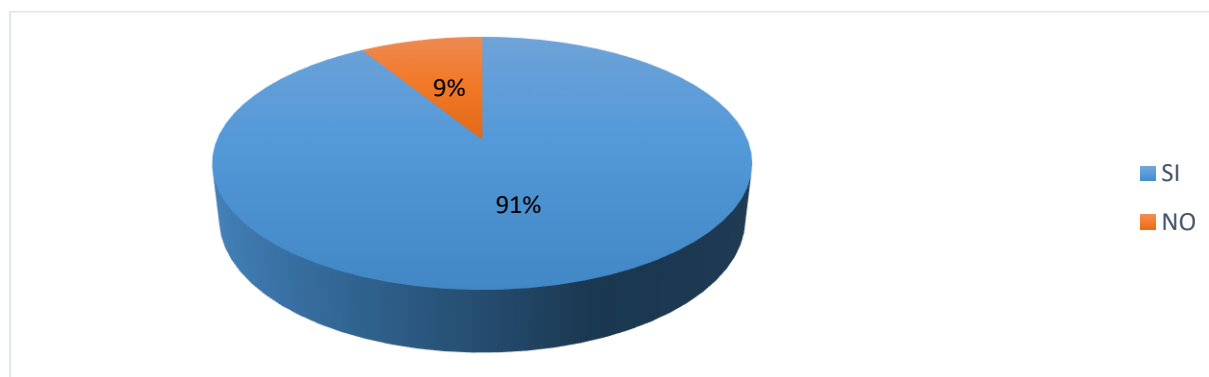
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	335	91%
No	32	9%
Total	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 4

Concurrencia



Fuente: Encuestas Realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados afirma que sí asiste a este tipo de establecimientos, un grupo menor no acude por diversas situaciones personales.

2. ¿Con que frecuencia acude a un café-bar o bar-restaurant?

Tabla N° 12

Frecuencia

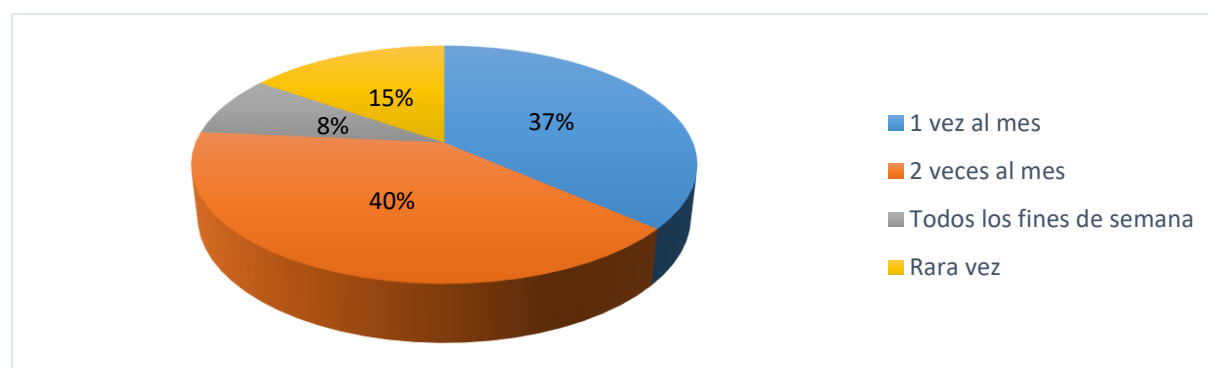
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	122	36%
2 veces al mes	134	40%
Todos los fines de semana	28	8%
Rara vez	51	15%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 5

Frecuencia



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

En base a los resultados se determina que la mayoría de las personas van por lo menos entre 1 y 2 veces al mes a estos lugares, mientras que una cantidad menor van rara vez. Por lo tanto se determina que existe una afluencia moderada a este tipo de establecimientos. Esto permitirá realizar proyecciones financieras acorde a la periodicidad de visita.

3. Cuando asiste a este tipo de establecimientos, ¿Qué es lo que generalmente consume?

Tabla N° 13

Consumo

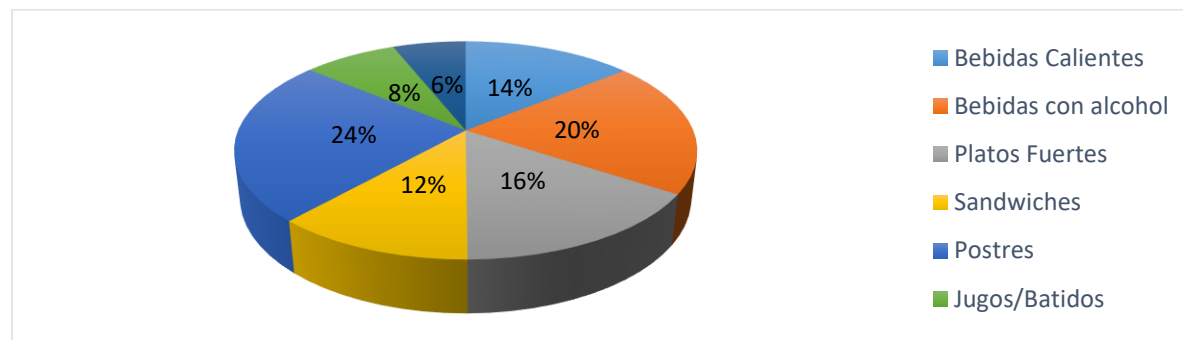
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Bebidas Calientes	47	14%
Bebidas con alcohol	67	20%
Platos Fuertes	53	16%
Sándwiches	39	12%
Postres	82	24%
Jugos/Batidos	26	8%
Helados	20	6%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 6

Consumo



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

Con la información obtenida se evidencia que existe un alto grado de consumo hacia los postres, bebidas con alcohol, los platos fuertes y las bebidas calientes, en menores cantidades están los sándwiches, jugos y helados. Con estos resultados se puede realizar un menú acorde al requerimiento de los clientes, y tener una variedad de los mismos.

4. Generalmente, ¿Con cuántas personas acude a este tipo de establecimientos?

Tabla N° 14

Número de personas

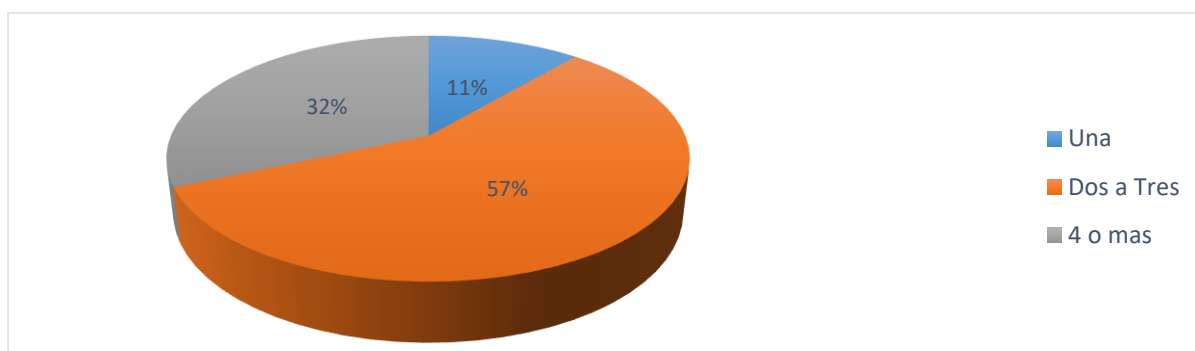
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Una	38	11%
Dos a Tres	191	57%
4 o mas	106	32%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 7 Número de personas

Número de personas



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

El gráfico indica que la mayoría de los encuestados va acompañado de dos a tres personas, seguidamente con cuatro o más personas, y un porcentaje menor van acompañados de una persona. Con esta variable se determina la afluencia de los posibles clientes, además se toma como referencia para la distribución adecuada de las mesas y sillas.

5. ¿En compañía de quien acude?

Tabla N° 15

En compañía de quien acude

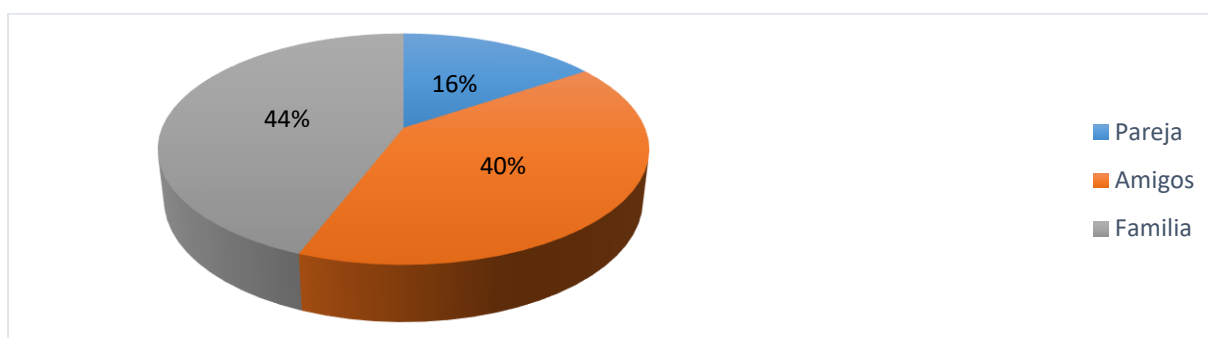
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Pareja	52	16%
Amigos	135	40%
Familia	148	44%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 8

En compañía de quien acude



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

Mediante el gráfico se analiza que la mayor parte de los encuestados prefiere ir en familia, también entre amigos, y tan solo en un grupo mínimo en pareja. Estas variables permiten determinar la distribución adecuada de mesas y sillas, además es importante tomar en cuenta que la mayoría prefiere ir en familia y amigos, por lo que se puede incorporar promociones en relación a este segmento de mercado.

6. ¿En promedio cuanto es el consumo en este tipo de establecimientos?

Tabla N° 16

Promedio de consumo en \$

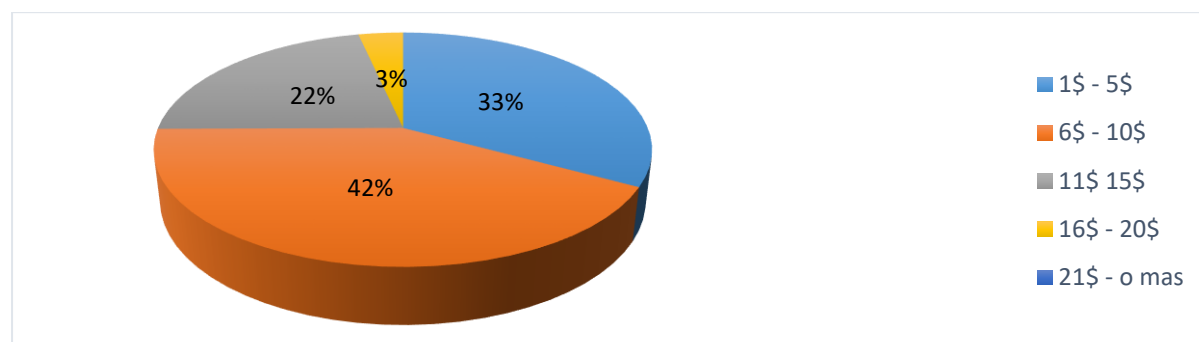
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1\$ - 5\$	110	33%
6\$ - 10\$	140	42%
11\$ 15\$	73	22%
16\$ - 20\$	12	3%
21\$ - o mas	0	0%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 9

Promedio de consumo en \$



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

El consumo mayoritario por persona en estos establecimientos es un promedio \$6 - \$10, seguido por un consumo de \$1 - \$5. Esta interpretación permite determinar un posible consumo de los clientes y realizar una proyección de ingresos, cabe recalcar que este análisis es por persona, además el servicio que se oferte probablemente debería estar dentro de este rango de referencia.

7. ¿Determine dos características que más valora en este tipo de establecimientos?

Tabla N° 17

Características que prefieren los consumidores

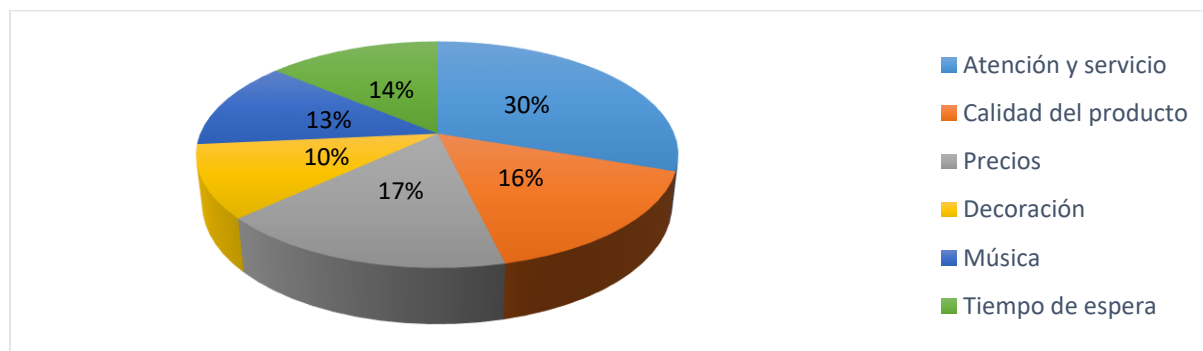
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Atención y servicio	101	30%
Calidad de los productos	54	16%
Precios	57	17%
Decoración	35	10%
Música	42	13%
Tiempo de espera	46	14%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 10

Características que prefieren los consumidores



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

El estudio demuestra que los consumidores, consideran como aspectos importantes la atención, el servicio, la calidad del producto y el que el precio sea accesible. De una forma menos relevante los consumidores aprecian la música, la decoración y el tiempo de espera. Es importante tomar en cuenta este análisis, ya que determina las preferencias de los clientes y brindar un servicio adecuado para que puedan sentirse complacidos con el lugar y el servicio.

8. ¿Conoce usted en Cayambe un establecimientos donde pueda disfrutar de una variedad de comida, bebidas, postres, bocaditos, todo esto en un mismo lugar en un ambiente innovador y novedoso?

Tabla N° 18

Conocimiento de establecimientos similares

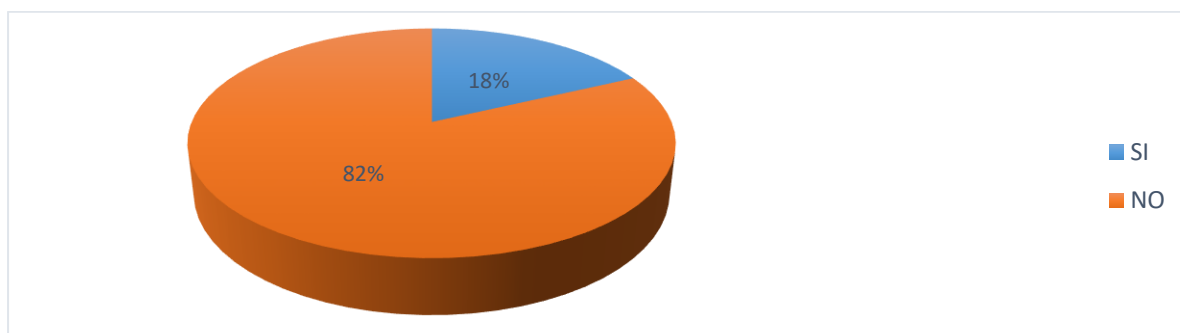
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	18%
NO	275	82%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 11

Conocimiento de establecimientos similares



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

Según el gráfico demuestra que un alto nivel de los encuestados no conocen un lugar con las características que ofrece el presente proyecto, sin embargo un menor número de encuestados, dice que si conocen o hacen referencia a un negocio similar. Esto permite identificar que el proyecto es algo innovador, y podría ser de la satisfacción de los posibles clientes.

9. ¿Le gustaría ir a un Café-Bar Temático alusivo al ámbito cultural de Cayambe, que ofrezca un ambiente y una decoración diferente, un lugar de diversión, interacción social y encuentro?

Tabla N° 19

Le Gustaría ir a un Café - Bar Temático

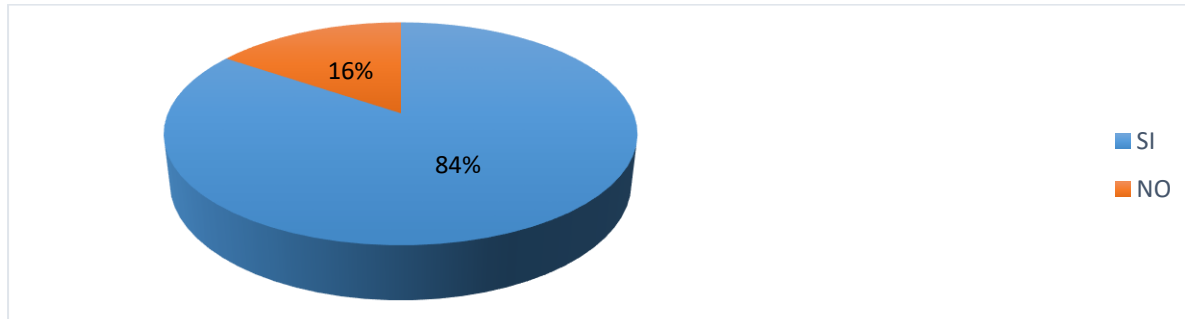
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	283	84%
NO	52	16%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 12

Le Gustaría ir a un Café - Bar Temático



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

A la mayoría de los encuestados les gustaría ir a este tipo de Café- Bar Temático. Este análisis es importante, ya que al ser un proyecto literalmente nuevo, tiene una aceptación mayoritaria y además de contar con posibles clientes.

10. ¿Qué servicio adicional desearía tener en este tipo de establecimientos?

Tabla N° 20

Servicios Adicionales

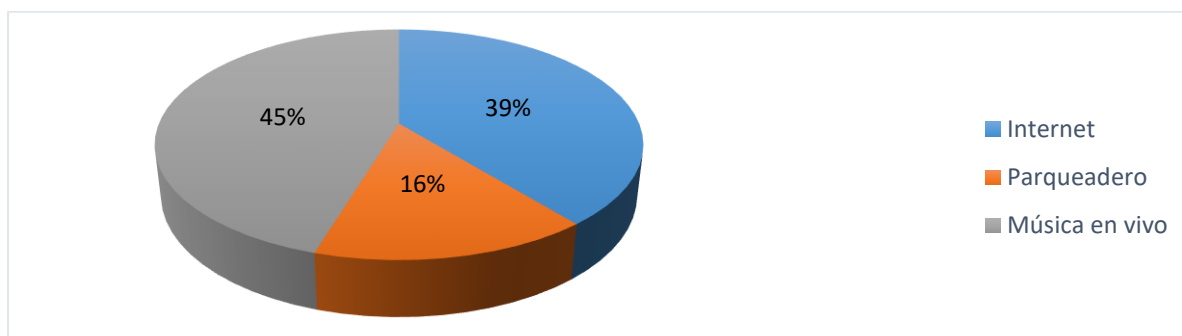
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Internet	131	39%
Parqueadero	52	16%
Música en vivo	152	45%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas Realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 13

Servicios Adicionales



Fuente: Encuestas Realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

Se evidencia que los encuestados preferirían como un servicio adicional, que se implemente música en vivo, el servicio de internet Wifi. Es importante conocer las preferencias y necesidades de la mayoría de los posibles clientes, para poder canalizar servicios adicionales que se han del agrado y satisfacción.

11. Al promocionarse un nuevo Café- Bar Temático ¿Cuál es el medio por el que se informa?

Tabla N° 21

Publicidad

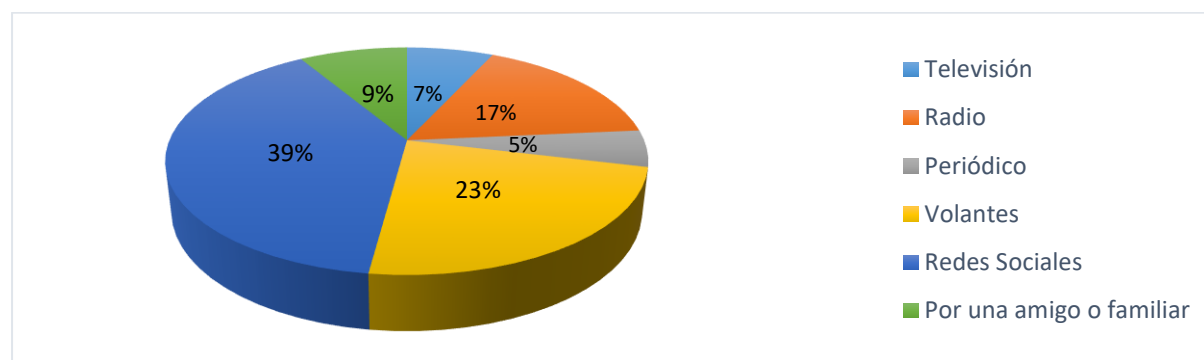
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	23	7%
Radio	56	17%
Periódico	17	5%
Volantes	78	23%
Redes Sociales	131	39%
Por una amigo o familiar	29	9%
Total	335	100%

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Gráfico N° 14

Publicidad



Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

Análisis e interpretación

La mayoría de las personas considera que las redes sociales, los volantes y la radio son los medios por los cuales reciben información de esta índole. Los datos recolectados permitirán establecer las estrategias de comercialización y como llegar a un cliente potencial.

3.8.1.3. Entrevista

Para el desarrollo de la investigación, se creyó conveniente aplicar entrevistas a personas que tienen servicios, o relaciones similares con este tipo de establecimiento. Con la finalidad de recabar más información se procedió a entrevistar a las siguientes personas. Srta. Gabriela Quishpe encargada de la Cafetería San Luis, al Sr. Francisco Caiza, 20 años de experiencia gastronómica, al Chef Ejecutivo de Hoteles Decamerón Luis Noroña y a la Srta. Estefanía Egred Administradora de la Hacienda Temática “La Moreria”.

Entorno a la información otorgada por parte de la Srta. Gabriela Quishpe, se manifiesta que la cafetería ofrece, los siguientes servicios, bebidas calientes, bebidas frías, snacks, sandwiches, comida rápida, alitas BBQ, parrilladas y asados; se considera que una persona que ingresa al establecimiento consume por lo general \$6. Los días de mayor afluencia de público son los jueves, viernes, sábado y domingo.

Por parte del Sr Francisco Caiza, se manifestó que el servicio de Café – Bar, tiene una gran acogida, sin embargo, se debe tomar en cuenta parámetros para el correcto funcionamiento del negocio. En base a la experiencia en negocios similares, manifiesta que los alimentos preferidos por parte de los clientes son las bebidas calientes, platillos, especialmente hamburguesas, jugos, sandwiches. Se recomienda y dependiendo del tamaño del proyecto manejarse con 2 o máximo 3 operarios que podrían ser rotativos. En relación al negocio en la ciudad de Cayambe, concuerda que poco a poco la cultura de las personas va cambiando, es por eso que buscan nuevos lugares de diversión y esparcimiento.

El Chef Luis Noroña, da indicaciones técnicas en relación al tema de estudio. Considera que para el arranque del proyecto se debe empezar con un 50% de las ventas establecida, esto hasta poder ingresar al mercado e ir subiendo cada mes un 10%. Otro aspecto

importante es la capacidad, la distribución de la planta. Finalmente se establece el posible menú.

La administradora de la Hacienda Temática La Moreria, Srta. Estefanía Egred, da pautas para una mejor perspectiva del proyecto, a la vez de indicaciones técnicas, administrativas en referencia a la denominación temática.

3.9. Identificación de la demanda

3.9.1. Análisis de la demanda

En esta parte del estudio se determinará la frecuencia para adquirir el servicio y los diferentes comportamientos de la demanda, tomando como base de estudio los resultados de las encuestas.

3.9.2. Demanda actual

Se determina que, el 84% de los encuestados, están de acuerdo con la creación de un Café Bar Temático y que de igual manera les gustaría ir al lugar, todo esto sustentado en la pregunta N°9 de las encuestas. Además se determina la frecuencia de visita a estos establecimientos, por lo que se considera, dos veces al mes, esto se encuentra respaldado en la pregunta N°2 de la encuesta. Finalmente se toma en consideración el resultado de la pregunta N°3 de las preferencias de consumo.

Tabla N° 22

Demanda actual

Población	% Aceptación	Aceptación Población	%	Productos	Cant. de Productos	Frecuencia	Cant. de Producto
8.379	84%	7.038	14%	Bebidas Calientes	997	24	23.921
			20%	Bebidas con alcohol	1.411	24	33.858
			16%	Platos Fuertes	1.104	24	26.497
			12%	Sándwiches	828	24	19.873
			24%	Postres	1.717	24	41.218
			8%	Jugos/Batidos	552	24	13.249
			6%	Helados	429	24	10.305
Demanda Real							168.921

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

3.9.3. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizará la tasa de crecimiento población de Cayambe que es 2,10%, además se planteó el modelo exponencial, considerando la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Q_n = Demanda futura

Q_0 = Demanda inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = año proyectado

$$Q_n = 23.921(1 + 2,10\%)^1 \text{ Bebidas Calientes}$$

$$Q_n = 33.858(1 + 2,10\%)^1 \text{ Bebidas con alcohol}$$

$$Q_n = 26.497(1 + 2,10\%)^1 \text{ Platos Fuertes}$$

$$Q_n = 19.873(1 + 2,10\%)^1 \text{ Sándwich}$$

$$Q_n = 41.218(1 + 2,10\%)^1 \text{ Postres}$$

$$Q_n = 13.249(1 + 2,10\%)^1 \text{ Jugos / Batidos}$$

$$Q_n = 10.305(1 + 2,10\%)^1 \text{ Helados}$$

Tabla N° 23

Proyección de la demanda

Años	Bebidas Calientes	Bebidas con alcohol	Platos Fuertes	Sándwiches	Postres	Jugos/Batidos	Helados	Demanda Total
2016	23.921	33.858	26.497	19.873	41.218	13.249	10.305	168.921
2017	24.424	34.569	27.054	20.290	42.084	13.527	10.521	172.468
2018	24.936	35.295	27.622	20.716	42.967	13.811	10.742	176.090
2019	25.460	36.036	28.202	21.151	43.870	14.101	10.967	179.788
2020	25.995	36.793	28.794	21.596	44.791	14.397	11.198	183.563
2021	26.541	37.565	29.399	22.049	45.732	14.699	11.433	187.418

Fuente: Encuestas realizadas.

Elaborado: Por el Autor

3.10. Identificación de la oferta

3.10.1. Análisis de la oferta

El proyecto de investigación no cuenta con una competencia con denominación Temática, sin embargo, como referencia para el análisis de la oferta se consideró a las cafeterías y bares más representativos de la ciudad, los cuales ofrecen un servicio similar al de investigación.

Cuadro N° 4

Análisis de la oferta – porcentaje de producción

N°	Razón Social	Dirección	Productos que Ofrece	%
1	Cafetería San Luis	Chiles y Ascazubi	Platos Fuertes	45%
			Jugos/Batidos	15%
			Bebidas Calientes	20%
			Otros Productos	20%
2	Delicatesen Dulce Miel	Ascazubi y Vargas	Bebidas Calientes	15%
			Postres	45%
			Jugos/Batidos	15%
			Otros Productos	25%
3	Katy Café Restaurant	Avda. Natalia Jarrin S 0-27 Y Bolívar	Platos Fuertes	55%
			Bebidas Calientes	10%
			Postres	15%
			Sándwiches	15%
			Otros Productos	5%
4	Le` Bistro Chicken	Terán N 2-50 y Vargas	Platos Fuertes	75%
			Jugos/Batidos	15%
			Otros Productos	10%
5	Bizcochos "San Pedro"	Olmedo y Bolívar	Bebidas Calientes	30%
			Sándwiches	5%
			Otros Productos	65%
6	Heladería Sierra Nevada	Ascazubi y Sucre	Helados	75%
			Otros Productos	25%
7	Acqua Discotek	Restauración y Marchena	Bebidas con alcohol	95%
			Otros Productos	5%

Fuente: Investigación de mercado.

Elaborado: Por el Autor

3.10.2.Oferta actual

La investigación está realizada, en base a los establecimientos mencionados en el Cuadro N° 4.

La información correspondiente a los asistentes se basa mediante la observación directa, además se indica los productos que ofrece cada uno de estos establecimientos mencionados, con su respectiva valoración en porcentaje.

Cuadro N° 5

Ingreso de personas - ficha de observación directa

N°	Razón Social	Dirección	Día / Promedio
1	Cafetería San Luis	Chiles y Ascazubi	55
2	Delicatesen Dulce Miel	Ascazubi y Vargas	40
3	Katy Café Restaurant	Avda. Natalia Jarrin S 0-27 Y Bolívar	75
4	Le` Bistro Chicken	Terán N 2-50 y Vargas	60
5	Bizcochos "San Pedro"	Olmedo y Bolívar	100
6	Heladería Sierra Nevada	Ascazubi y Sucre	55
7	Acqua Discotek	Restauración y Marchena	70

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 24

Oferta actual

Año	Competencia Similar	N° de asistentes / día	%	Producto	Cant. Productos Anual	Oferta Anual
2016	Cafetería San Luis	55	45%	Platos Fuertes	19.800	8.910
			15%	Jugos/Batidos		2.970
			20%	Bebidas Calientes		3.960
			20%	Otros Productos		3.960
2016	Delicatesen Dulce Miel	40	15%	Bebidas Calientes	14.400	2.160
			45%	Postres		6.480
			15%	Jugos/Batidos		2.160
			25%	Otros Productos		3.600
2016	Katy Café Restaurant	75	55%	Platos Fuertes	27.000	14.850
			10%	Bebidas Calientes		2.700
			15%	Postres		4.050
			15%	Sándwiches		4.050
			5%	Otros Productos		1.350
2016	Le` Bistro Chicken	60	75%	Platos Fuertes	21.600	16.200
			15%	Jugos/Batidos		3.240
			10%	Otros Productos		2.160
2016	Bizcochos "San Pedro"	100	30%	Bebidas Calientes	36.000	10.800
			5%	Sándwiches		1.800
			65%	Otros Productos		23.400
2016	Heladería Sierra Nevada	55	75%	Helados	19.800	14.850
			25%	Otros Productos		4.950
2016	Acqua Discotek	70	95%	Bebidas con alcohol	25.200	23.940
			5%	Otros Productos		1.260
Oferta Actual						163.800

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

3.10.3. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realizará utilizando el modelo exponencial, con la tasa de crecimiento del sector correspondiente a hotelería, restaurantes y servicios 4.10%.

Tabla N° 25

Proyección de la demanda

Competencia Similar	Productos	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cafetería San Luis	Platos Fuertes	8.910	9.275	9.656	10.051	10.464	10.893
	Jugos/Batidos	2.970	3.092	3.219	3.350	3.488	3.631
	Bebidas Calientes	3.960	4.122	4.291	4.467	4.650	4.841
	Otros Productos	3.960	4.122	4.291	4.467	4.650	4.841
Delicatesen Dulce Miel	Bebidas Calientes	2.160	2.249	2.341	2.437	2.537	2.641
	Postres	6.480	6.746	7.022	7.310	7.610	7.922
	Jugos/Batidos	2.160	2.249	2.341	2.437	2.537	2.641
	Otros Productos	3.600	3.748	3.901	4.061	4.228	4.401
Katy Café Restaurant	Platos Fuertes	14.850	15.459	16.093	16.752	17.439	18.154
	Bebidas Calientes	2.700	2.811	2.926	3.046	3.171	3.301
	Postres	4.050	4.216	4.389	4.569	4.756	4.951
	Sándwiches	4.050	4.216	4.389	4.569	4.756	4.951
	Otros Productos	1.350	1405	1.463	1.523	1.585	1.650

Le` Bistro Chicken	Platos Fuertes	16.200	16.864	17.556	18.275	19.025	19.805
	Jugos/Batidos	3.240	3.373	3.511	3.655	3.805	3.961
	Otros Productos	2.160	2.249	2.341	2.437	2.537	2.641
Bizcochos "San Pedro"	Bebidas Calientes	10.800	11.243	11.704	12.184	12.683	13.203
	Sándwiches	1.800	1.874	1.951	2.031	2.114	2.201
	Otros Productos	23.400	24.359	25.358	26.398	27.480	28.607
Heladería Sierra	Helados	14.850	15.459	16.093	16.752	17.439	18.154
Nevada	Otros Productos	4.950	5.153	5.364	5.584	5.813	6.051
Acqua Discotek	Bebidas con alcohol	23.940	24.922	25.943	27.007	28.114	29.267
	Otros Productos	1.260	1.312	1.365	1.421	1.480	1.540
Oferta Total		163.800	170516	177.507	184.785	192.361	200.248

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Por el Autor

3.11. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtuvo del balance entre la oferta y la demanda, con el respaldo de la información obtenida en las encuestas y las entrevistas realizadas.

Tabla N° 26

Demanda Insatisfecha - Bebidas Calientes

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2016	19.620	23.921	-4.301
2017	20.424	24.424	-3.999
2018	21.262	24.936	-3.675
2019	22.134	25.460	-3.327
2020	23.041	25.995	-2.954
2021	23.986	26.541	-2.555

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 27

Demanda Insatisfecha – Jugos / Batidos

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2016	8.370	13.249	-4.879
2017	8.713	13.527	-4.814
2018	9.070	13.811	-4.741
2019	9.442	14.101	-4.659
2020	9.829	14.397	-4.568
2021	10.232	14.699	-4.467

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 28***Demanda Insatisfecha - Platos Fuertes***

Años	Oferta	Demanda	Superávit de Oferta
2016	39.960	26.497	13.463
2017	41.598	27.054	14.545
2018	43.304	27.622	15.682
2019	45.079	28.202	16.877
2020	46.928	28.794	18.133
2021	48.852	29.399	19.453

Fuente: Estudio de mercado.**Elaborado:** Por el Autor**Tabla N° 29*****Demanda Insatisfecha – Sándwiches***

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2016	5.850	19.873	-14.023
2017	6.090	20.290	-14.200
2018	6.340	20.716	-14.377
2019	6.599	21.151	-14.552
2020	6.870	21.596	-14.726
2021	7.152	22.049	-14.897

Fuente: Estudio de mercado**Elaborado:** Por el Autor**Tabla N° 30*****Demanda Insatisfecha – Postres***

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2016	10.530	41.218	-30.688
2017	10.962	42.084	-31.122
2018	11.411	42.967	-31.556
2019	11.879	43.870	-31.991
2020	12.366	44.791	-32.425
2021	12.873	45.732	-32.859

Fuente: Estudio de mercado**Elaborado:** Por el Autor

Tabla N° 31***Demanda Insatisfecha – Helados***

Años	Oferta	Demanda	Superávit de Oferta
2016	14.850	10.305	4.545
2017	15.459	10.521	4.938
2018	16.093	10.742	5.351
2019	16.752	10.967	5.785
2020	17.439	11.198	6.242
2021	18.154	11.433	6.721

Fuente: Estudio de mercado**Elaborado:** Por el Autor**Tabla N° 32*****Demanda Insatisfecha – Bebidas con Alcohol***

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2016	23.940	33.858	-9.918
2017	24.922	34.569	-9.647
2018	25.943	35.295	-9.351
2019	27.007	36.036	-9.029
2020	28.114	36.793	-8.678
2021	29.267	37.565	-8.298

Fuente: Estudio de mercado**Elaborado:** Por el Autor

De acuerdo a la investigación realizada se determina que existe un mercado insatisfecho en cuanto se refiere a las bebidas calientes, sándwiches, postres jugos, batidos y bebidas con alcohol, sin embargo los platos fuertes y helados no existe una demanda insatisfecha.

3.12. Análisis de la competencia

Cuadro N° 6

Análisis de Le` Bistro Chicken

Variedad de Productos	Promoción	Decoración	Fortalezas	Debilidades
Servicio de restaurante. Especialidad a la parrilla, Variedad de carnes y mariscos	A través de sus mismos clientes. Mediante su fuerza de ventas, mediante redes sociales.	Una combinación entre lo rustico y lo moderno. Su entorno tiene retratos de antaño.	A pesar de no tener un gran recorrido es una empresa sólida en el mercado, con más de 5 años de funcionamiento. La fidelidad de sus clientes lo ha logrado a través de su buen servicio. Amabilidad y cordialidad al cliente. El menú es muy recomendable. Cuenta con profesional calificado.	No cuenta con una difusión de sus promociones. No tiene servicio de internet.

Fuente: Análisis de la competencia

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 7**Análisis de Delicatesen Dulce Miel**

Variedad de Productos	Promoción	Decoración	Fortalezas	Debilidades
Servicio Panadería Cafetería. Pastelería. Bocaditos.	A través de sus mismos clientes. Mediante su fuerza de ventas. Ferias artesanales.	Estilo moderno. Un lugar pequeño pero acogedor.	Es una empresa sólida en el mercado, con más de 15 años de funcionamiento. Sus dueños son profesionales de la Gastronomía. El menú es muy variado. Amabilidad y cordialidad al cliente.	No cuenta con una difusión de sus promociones. No tiene servicio de internet.

Fuente: Análisis de la competencia

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 8**Análisis de Bizcochos San Pedro**

Variedad de Productos	Promoción	Decoración	Fortalezas	Debilidades
Servicio cafetería. Especialidad los Bizcochos. Chocolate Quesadillas Mojicones Empanadas Lácteos	A través de sus mismos clientes. Mediante su fuerza de ventas.	Dentro de su local está el horno de leña. Su entorno tiene retratos de antaño y de personajes reconocidos.	Es una empresa sólida en el mercado, con más de 25 años de funcionamiento. La fidelidad de sus clientes lo ha logrado a través de sus productos especialmente del bizcocho. La mayoría de turistas que visita Cayambe llega a este lugar. Es conocido a nivel local como internacional.	No cuenta con una difusión de sus promociones. No tiene servicio de internet.

Fuente: Análisis de la competencia

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 9**Análisis de Katy Café Restaurant**

Variedad de Productos	Promoción	Decoración	Fortalezas	Debilidades
Servicio de restaurante. Variedad en la preparación del café. Bizcochos. Platos a la carta. Almuerzos ejecutivos. .	A través de sus mismos clientes. Mediante su fuerza de ventas, mediante redes sociales. Ferias artesanales	Estilo moderno. Su mobiliario es de madera rustica- Su entorno tiene retratos de sitios turísticos de Cayambe. Cuenta con un escenario pequeño música.	Está ubicado en la panamericana. Es una empresa sólida en el mercado, con más de 20 años de funcionamiento. La fidelidad de sus clientes lo ha logrado a través de su buen servicio. Amabilidad y cordialidad al cliente. El menú es muy recomendable. Cuenta con profesional calificado. Tiene servicio de internet. Parqueadero.	No cuenta con una difusión de sus promociones.

Fuente: Análisis de la competencia**Elaborado:** Por el Autor

Cuadro N° 10**Análisis de Cafetería San Luis**

Variedad de Productos		Promoción	Decoración	Fortalezas	Debilidades
Servicio de catering.	de A través de sus mismos clientes. Mediante redes sociales.	Estilo clásico, elegante. Un lugar acogedor, familiar.	Es una empresa sólida en el mercado, con más de 10 años de funcionamiento. Amabilidad y cordialidad al cliente. El menú es muy recomendable. Cuenta con profesional calificado. Tiene servicio de internet.	No cuenta con una difusión de sus promociones.	
Servicio gourmet.					
Galletería y panadería exclusiva.					
Pizzas					
Pastas					

Fuente: Análisis de la competencia

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 11**Análisis de Heladería Sierra Nevada**

Variedad de Productos		Promoción	Decoración	Fortalezas	Debilidades
Servicio de heladería y pastelería.	A través de sus mismos clientes. Mediante su fuerza de ventas.	Estilo moderno y muy sencillo. Ambiente acogedor	Está ubicada en el centro de la ciudad. Es una empresa sólida en el mercado, con más de 15 años de funcionamiento. La fidelidad de sus clientes lo ha logrado a través de su buen servicio. Amabilidad y cordialidad al cliente.	No cuenta con una difusión de sus promociones. No tiene servicio de internet.	

Fuente: Análisis de la competencia

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 12**Análisis de Acqua Discotek.**

Variedad de Productos	Promoción	Decoración	Fortalezas	Debilidades
Programación de eventos.	A través de sus mismos clientes. Mediante su fuerza de ventas, mediante redes sociales.	Pista principal con múltiples ambientes, 2 salas Vip y gran Barra. Un lugar confortable y divertido.	Es una empresa nueva en la ciudad de Cayambe. La fidelidad de sus clientes lo ha logrado a través de su buen servicio. Amabilidad y cordialidad al cliente. Se reservan el derecho de admisión. Cuenta con parqueadero.	No cuenta con una difusión de sus promociones.

Fuente: Análisis de la competencia**Elaborado:** Por el Autor

3.13. Análisis de precios

Mediante la observación directa, aplicada a los siguientes establecimientos, Le` Bistro Chicken, Delicatesen “Dulce Miel”, Bizcochos "San Pedro", Katy Café Restaurant y Cafetería San Luis, se procede al análisis de los establecimientos mencionados y que se presentan a continuación:

Tabla N° 33

Precios Le' Bistro Chicken

Detalle	Precio
Alitas con salsa BBQ	\$ 4,45
Costillas en Salsa BBQ Pequeña	\$ 4,95
Costillas en Salsa BBQ Grande	\$ 7,95
Cuadril	\$ 8,95
Mixto Ranchero	\$ 7,95
Cordero Asado	\$ 8,95
Parrillada	\$ 9,95
Hamburguesa	\$ 4,95
Lomo Montado	\$ 7,95
Lomo Caprise	\$ 9,95
Ensalada rusa	\$ 1,75
Ensalada americana	\$ 1,75
Ensalada de col	\$ 1,75
Jugo Natural	\$ 1,50

Fuente: Observación Directa

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 34**Precios Delicatesen Dulce Miel**

Detalle	Precio
Capuchino	\$ 1,60
Capuchino con crema	\$ 1,80
Mocachino	\$ 1,80
Mocachino con crema	\$ 2,00
Café expreso	\$ 0,90
Café tinto	\$ 0,90
Chocolate	\$ 1,80
Café con leche	\$ 1,20
Empanadas de pollo	\$ 1,80
Empanadas de carne	\$ 1,80
Empanadas de queso	\$ 1,60
Sanduche de jamón y queso	\$ 1,60
Sanduche mixto	\$ 2,70
Frutillas con crema	\$ 2,00
Duraznos con crema	\$ 1,70
Porción de torta	\$ 1,70
Ensalada de Frutas	\$ 2,50
Jugos	\$ 1,20
Batidos	\$ 1,10

Fuente: Observación Directa**Elaborado:** Por el Autor

Tabla N° 35**Precios Cafetería San Luis**

Detalle	Precio
Capuchino	\$ 1,50
Mocachino	\$ 1,80
Agua aromática	\$ 1,00
Café expreso	\$ 1,00
Sanduche de pollo	\$ 3,50
Alitas BBQ	\$ 5,00
Hamburguesas	\$ 3,00
Parrilladas	\$ 4,50
Lasaña	\$ 5,00
Pizza	\$ 17,00
Batidos	\$ 2,85
Jugo pequeño	\$ 1,50
Jugo grande	\$ 2,25

Fuente: Observación Directa

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 36**Precios Bizcochos San Pedro**

Detalle	Precio
Chocolate	\$ 1,50
Café pasado	\$ 1,50
Agua aromática	\$ 1,50
Café en leche	\$ 1,50
Chocolate (4 bizcochos 1 queso de hoja)	\$ 2,50
Café pasado (4 bizcochos 1 queso de hoja)	\$ 2,50
Jugo pasado (4 bizcochos 1 queso de hoja)	\$ 2,50
Nata de leche (4 bizcochos 1 queso de hoja)	\$ 2,50

Fuente: Observación Directa

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 37**Precios Delicatesen Katy**

Detalle	Precio
Capuchino	\$ 2,25
Alitas en salsa BBQ	\$ 4,75
Nachos	\$ 4,50

Fuente: Observación Directa**Elaborado:** Por el Autor**Tabla N° 38****Precios Sierra Nevada**

Detalle	Precio
Porción de Torta	\$ 1,75
Ensalada de Frutas	\$ 2,00
Frutillas con crema	\$ 1,90
Duraznos con crema	\$ 2,00
Helado Tulipán	\$ 2,50
Helado cono simple	\$ 1,00
Helado cono doble	\$ 1,50

Fuente: Observación Directa**Elaborado:** Por el Autor

Para la determinación del precio de venta de los productos es importante analizar los precios de la competencia y tener un promedio del mismo, ya que es uno de los parámetros para posteriormente establecer un precio de venta de los servicios del proyecto, además se deberá considerar el consumo por persona que oscila entre los \$6.

3.13.1. Proyección de precios

Una vez realizado el análisis se procederá a efectuar la proyección de precios, a la cual se aplicará la tasa de inflación del 3,38%, referencia del año 2015.

A continuación se detalla la lista de productos con la que el Café Bar Temático, entrará al mercado:

Tabla N° 39

Proyección de precios - Bebidas Calientes

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Café Americano	0,85	0,88	0,91	0,94	0,97
Café Latte	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Capuchino	1,80	1,86	1,92	1,99	2,06
Mokachino	1,90	1,96	2,03	2,10	2,17
Chocolate	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Té	0,75	0,78	0,80	0,83	0,86

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 40

Proyección de precios - Sándwiches

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Sándwich de Jamón y Queso	2,50	2,58	2,67	2,76	2,86
Sándwich de Pollo y champiñones	3,30	3,41	3,53	3,65	3,77
Sándwich de Jamón y Queso Caliente	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Sándwich de Pollo y Jamón	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Sándwich de Jamón Caliente	1,20	1,24	1,28	1,33	1,37
Sándwich de Queso Caliente	1,20	1,24	1,28	1,33	1,37
Sándwich de Mortadela Caliente	1,10	1,14	1,18	1,22	1,26
Pan- Pizza / 3 personas	6,00	6,20	6,41	6,63	6,85
Hamburguesa	3,25	3,36	3,47	3,59	3,71

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 41**Proyección de precios - Helados**

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Helado Tulipán Pequeño	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Helado Copa	1,50	1,55	1,60	1,66	1,71
Helado Cono Simple	0,80	0,83	0,85	0,88	0,91
Helado Cono Doble	1,00	1,03	1,07	1,10	1,14

Fuente: Estudio de Mercado**Elaborado:** Por el Autor**Tabla N° 42****Proyección de precios – Tortas y Postres**

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Torta tres Leche / (11 porciones)	1,80	1,86	1,92	1,99	2,06
Torta de chocolate / (11 porciones)	1,30	1,34	1,39	1,44	1,48
Torta de vainilla / (11 porciones)	1,30	1,34	1,39	1,44	1,48
Frutillas con Crema	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Duraznos con Crema	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28

Fuente: Estudio de Mercado**Elaborado:** Por el Autor**Tabla N° 43****Proyección de precios – Jugos y Batidos**

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Batido de Fresa	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Batido de Mora	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Batido de Tomate de Árbol	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Batido de Guanábana	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Jugo de Naranja	1,30	1,34	1,39	1,44	1,48
Milkshake	2,50	2,58	2,67	2,76	2,86

Fuente: Estudio de Mercado**Elaborado:** Por el Autor

Tabla N° 44**Proyección de precios – Bebidas con Alcohol**

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Piña Colada	3,50	3,62	3,74	3,87	4,00
Daiquiri	1,80	1,86	1,92	1,99	2,06
Padrino	3,50	3,62	3,74	3,87	4,00
Madrina	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
Alexander	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
Cosmopolitan	4,25	4,39	4,54	4,70	4,85
Margarita	3,50	3,62	3,74	3,87	4,00
Cuba Libre	2,10	2,17	2,24	2,32	2,40
Destornillador	3,25	3,36	3,47	3,59	3,71
Cerveza	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado: Por el Autor

3.14. Estrategias de comercialización

3.14.1. Estrategias de servicio

El servicio es importante, debido a que es la presentación ante los clientes, por ende se considera las siguientes estrategias.

- La atención con amabilidad y cortesía, además de ofrecer un producto y un servicio de calidad que satisfaga las necesidades del consumidor.
- Optimizar el tiempo de atención y entrega de los productos, de manera eficaz.
- Se debe tomar en consideración los aspectos que se demostraron en las encuestas, que mencionaban las preferencias de los consumidores, tales como el buen servicio, la música, la decoración y los tiempos de espera, estos parámetros permitirán una visión amplia de las preferencias y gustos.

- De igual manera se considerará los servicios adicionales que requiere el cliente, en el caso de los resultados de la encuestas les gustaría tener música en vivo, y señal Wi-Fi.

3.14.2.Estrategias de precio

Es un punto relevante en la introducción de un nuevo servicio, por lo que se deberá tener mucho sigilo en miras de captar nuevos clientes, dicho así las estrategias de precio se presentan a continuación:

- Se realizará una investigación de la competencia en el caso del proyecto se lo realizara a los negocios similares y así poder establecer el promedio de los servicios.
- Se analizará detalladamente los costos, para establecer un precio adecuado para los futuros clientes.
- Además se utilizará la estrategia de ingreso del mercado con la finalidad de ingresar al mismo de manera rápida y eficaz, atrayendo un gran número de consumidores e incrementando las ventas.
- Ingresar al mercado con un precio similar al de la competencia, el valor agregado permitirá posicionarse.
- El Café – Bar Temático, ofertará promociones de consumo en temporadas literalmente bajas, con la finalidad de tener clientes.

3.14.3.Estrategias de plaza

La estrategia de la plaza es primordial, para el desarrollo y mejora del proyecto, por eso se implementan la siguientes estrategias.

- La ubicación del Café Bar Temático, será en el centro de la ciudad de Cayambe.

- Es un lugar estratégico, donde se encuentra importantes instituciones tanto públicas como privadas, que sería de beneficio para el proyecto.

3.14.4. Estrategias de promoción

La estrategia de promoción permitirá al cliente conocer sobre los servicios y productos, de tal manera que se pueda persuadir en su decisión de compra.

- Establecer descuentos en fechas especiales o conmemorativas.
- Ofrecer un dos por uno o el segundo a mitad de precio, en días que sean de baja concurrencia esto con la finalidad de tener un balance en los ingresos.
- En base a las encuestas se determinó, que una de las preferencias de los consumidores es la música en vivo, por lo que en ciertos días se puede brindar este servicio adicional.
- Crear eventos alusivos al momento o a la época.
- El mundo moderno ha conllevado que un medio de comunicación masivo se han las redes sociales es por eso que se debe manejar correctamente este tipo de medios con la finalidad de captar nuevos clientes, además otro medio por el cual las personas se enteran de un nuevo servicio son por lo volantes, folletos.
- Crear publicidad estática en los lugares que exista mayor concurrencia de público.

3.15. Conclusiones del estudio de mercado

- Se determinó que en la ciudad de Cayambe no existe un Café- Bar con denominación Temática, sin embargo existen negocios similares, lo cuales representan una competencia.
- Para establecer la demanda se tomó en cuenta la aceptación de la creación del nuevo servicio, además de considerar los productos que tienen mayor aceptación por los clientes, y por la frecuencia de visita al lugar.
- El análisis de la oferta actual del mercado, se realizó en base a los negocios similares, tomando en consideración los productos y servicios que más preferencia tienen por parte de los clientes.
- En la ciudad de Cayambe se concluyó, mediante un balance entre oferta y demanda, que existe una demanda insatisfecha en bebidas calientes, sándwiches, postres, jugos, y bebidas con alcohol, sin embargo en lo referente a platos fuertes y helados, existe un superávit de oferta, por lo tanto se aprovechará la demanda insatisfecha de dichos productos y en referencia a los helados se impulsará este nicho de mercado.
- En cuestión de precio se realizó un promedio con los precios de la competencia, por lo que se obtuvo una referencia; de tal modo que se pueda establecer finalmente el precio de los productos y servicios que se ofertarán.
- Finalmente se concluye que la creación de este proyecto tendría una gran aceptación, ya que en la ciudad de Cayambe no existe este tipo de servicios, en donde se pueda encontrar un lugar agradable, armonioso y con una gama gastronómica, para el deleite de los clientes.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El presente capítulo busca aportar con información cualitativa y cuantitativa, además de establecer el área más adecuada donde se pueda desarrollar el proyecto, la ingeniería del proyecto, las diferentes inversiones y costos que requieren para el inicio del proyecto.

En cierta medida el análisis correspondiente a este capítulo tendrá que ver con los resultados alcanzados en el estudio de mercado, en relación a la demanda potencial insatisfecha, la cual busca ser cubierta total o parcial, satisfaciendo así la necesidad de los consumidores.

4.2. Objetivos del estudio técnico

4.2.1. Objetivos General.

- Determinar la localización, el tamaño del proyecto, y las inversión que requiera el proyecto

4.2.2. Objetivos Específicos.

- Establecer la ubicación más adecuada, en relación a la macro y microlocalización, con la finalidad de que todos los factores sean favorables para la implementación del proyecto.
- Analizar el tamaño y capacidad del proyecto, con base en el estudio de mercado y las inversiones que se requieren.

- Determinar el diseño de la planta, y espacio físicos que se requieren para el funcionamiento del proyecto, con el propósito de tener en claro la ingeniería del proyecto.

4.3. Tamaño del proyecto

Se define como la capacidad física y real de la producción del servicio durante el transcurso del desarrollo del proyecto, de igual manera mediante el uso de indicadores y variables que se detallan a continuación.

4.3.1. Variables del tamaño del proyecto

- Inversión
- Disponibilidad de capital
- Mercado
- Disponibilidad de mano de obra
- Costos
- Tecnología
- Capacidad instalada

4.3.2. Análisis de las variables

4.3.2.1. Inversión

El monto que se requiere para el presente proyecto es de \$ 20.971,44 los cuales serán cubiertos con recursos propios y financiamiento externo; en el caso de la obligación financiera se analizará cuidadosamente la tasa de interés más conveniente para el proyecto, de entre las instituciones financieras de la zona.

4.3.2.2. Disponibilidad de capital

Para el inicio de todo proyecto es indispensable contar con un capital de apoyo, el cual permita solventar el inicio de las operaciones del proyecto, en este caso se cuenta con un capital de \$ 16.000

4.3.2.3. Mercado

El proyecto cuenta con un 84% de aceptación por parte de los posibles consumidores. Esto sirve de respaldo para iniciar el proyecto, a la vez que existe un mercado que debe ser atendido y satisfacer sus necesidades.

4.3.2.4. Disponibilidad de mano de obra

Para la implementación del proyecto no se requiere una nómina extensa, sin embargo al ser un proyecto gastronómico se requerirá de personal con experiencia en esta rama, de otro lado, se requerirá de una persona encargada de la atención al cliente y recepción de pedidos, una persona que se encargue de la preparación de los alimentos, y un ayudante.

4.3.2.5. Costos

Los costos del proyecto están relacionados con la capacidad de producción. Además en caso de que el proyecto pueda expandirse los costos lo harán de manera similar en todos los ámbitos.

4.3.2.6. Tecnología

En este caso el proyecto contará con maquinarias, para el procesamiento y elaboración de sus diferentes platillos, especialmente en lo referente al café, con la finalidad de brindar un servicio y producto de calidad.

4.3.2.7. Capacidad instalada

El Café Bar Temático tendrá una capacidad de recibir a 43 personas; distribuidos en 9 mesas para 4 personas, 2 mesas para 2 personas, y 4 personas en la barra.

Para el cálculo de la capacidad utilizada se toma en consideración los siguientes parámetros:

- El horario de atención será de 3 pm a 11 pm, con excepción del domingo de 2 pm a 10 pm.
- Se considera que el negocio debe arrancar con un 50% de su capacidad, e ir aumentando un 10% cada mes.

Capacidad Utilizada = 50%

La demanda potencial insatisfecha que se pretende cubrir, está en relación a la capacidad de producción que tiene el Café Bar Temático, considerando que se tiene 2 empleados en el área de la cocina, y que los productos de este tipo de establecimientos no son muy laborioso y no demanda de una gran cantidad de tiempo. También se considera que varios de los artefactos son semi automáticos, los cuales facilitan su preparación y sobretodo el optimizar el tiempo de preparación.

El cuadro que se presenta a continuación es la capacidad de productos que se tiene en un mes. Cabe mencionar que la definición del menú, los tiempos de preparación y las especificaciones técnicas están basadas mediante recomendaciones del Chef.

Tabla N° 45**Capacidad vs Demanda potencial insatisfecha**

Producto	Capacidad	Demanda Potencial Insatisfecha
Bebidas Calientes	624	-358
Sándwiches	676	-1.169
Jugos y Batidos	364	-407
Tortas y Postres	1.924	-2.557
Helados	312	379
Bebidas con alcohol	494	-826
Platos Fuertes	0	1.122
Total	4.394	-5.317

Fuente: Estudio de Mercado y Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

Con los análisis correspondientes, se establece que la demanda que se pretende cubrir es del 83%.

4.4. Localización del proyecto

4.4.1. Macro localización

Comprende el área geográfica en donde se va a realizar el proyecto, tomando como base de análisis variables geográficas, e indicadores como el país, región, provincia, cantón y ciudad, las cuales permitirán indagar y conocer con más precisión donde se desarrollara el proyecto.

4.4.1.1. Variables de la macrolocalización del proyecto

- Geográficas

4.4.1.2. Indicadores o sub-aspectos que definen a la variable.

- País
- Región

- Provincia
- Cantón
- Ciudad

4.4.1.3. Análisis de las variables

a) Geográficas

▪ País

El Café Bar Temático estará ubicado en Ecuador, cuyos límites son al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el océano Pacífico.

▪ Región

En el Ecuador se identifican 4 regiones, Insular, Costa, Sierra, Amazonia. El proyecto estará situado en la región sierra, la cual que está atravesada por la cordillera de los Andes.

▪ Provincia

El proyecto estará situado en la provincia de Pichincha, que tiene como límites al norte Imbabura y Esmeraldas al sur Cotopaxi al este con Sucumbíos y Napo y al oeste con Santo Domingo de los Tsáchilas; Pichincha es la segunda provincia más poblada del Ecuador 2'576.287 (censo población y vivienda 2010), tiene una extensión territorial de 9.612 Km².

▪ Cantón

El cantón donde se pretende implementar el proyecto, se encuentra ubicado al noreste de la provincia de Pichincha, a las faldas del majestuoso nevado que lleva su nombre, tiene una extensión de 1350 km². El cantón Cayambe limita al norte, con la provincia de Imbabura, al sur con el Distrito Metropolitano de Quito, al este la provincia de Sucumbíos y Napo, al oeste con el cantón Pedro Moncayo.

- **Ciudad**

La ciudad donde se llevará a cabo el proyecto es la ciudad de San Pedro de Cayambe, sus límites son la parroquia de Ayora al sur y este la parroquia de Juan Montalvo y al oeste con el cantón de Pedro Moncayo.

4.4.1.4. Mapa de la macrolocalización

Una vez analizado las variable e indicadores, el Café Bar Temático estará ubicado en la ciudad de San Pedro de Cayambe, cantón Cayambe, provincia de Pichincha.

Ilustración N° 1

Mapa macrolocalización – provincia de Pichincha



Fuente: Mapas Ecuador
Elaborado: Por el Autor

4.4.2. Micro localización

Se identificará los factores más relevantes para la evaluación de las alternativas de lugar. Se aplicara el método de localización por puntos ponderados, por tanto la asignación del peso esta entre 0 y 100% para cada factor.

Los factores a considerarse son los siguientes:

- ✓ Arriendo local 30%
- ✓ Ubicación 20%
- ✓ Cercanía al mercado 15%
- ✓ Competencia 10%
- ✓ Seguridad 10%
- ✓ Servicios básicos 10%
- ✓ Vías y medios de transporte 5%

Los pesos han sido asignados de acuerdo a los requerimientos más necesarios para el proyecto.

Encontrar un lugar adecuado para el funcionamiento se convierte en algo indispensable.

La ubicación es primordial y va de la mano con la cercanía al mercado, debido a que se requiere un lugar donde exista afluencia de público.

La competencia permite delimitar la zona para el funcionamiento.

La seguridad dependerá de la ubicación del proyecto, por lo tanto se deberá precautelar la integridad de los clientes.

Los servicios básicos son necesarios para el funcionamiento diario del negocio, sin embargo en la ciudad de Cayambe estos servicios son cubiertos en su totalidad.

Como último factor se considera a los accesos y medios de transporte, la ciudad de Cayambe al ser una ciudad relativamente pequeña en distancias, existen diferentes cooperativas que cubren estas rutas.

Tabla N° 46

Variables de la microlocalización – determinación

Variables relevantes	Peso	Método de ponderación					
		Sector Redondel de Cayambe		Sector calle Bolívar y Restauración		Sector calle Rocafuerte y Chile	
		Calif.	Calif. ponderada	Calif.	Calif. ponderada	Calif.	Calif. ponderada
Arriendo Local	30%	5	1,5	8	2,4	7	2,10
Ubicación	20%	9	1,8	9	1,8	6	1,2
Cercanía al mercado.	15%	9	1,35	9	1,35	7	1,05
Competencia	10%	9	0,9	8	0,8	6	0,6
Seguridad	10%	7	0,7	8	0,8	8	0,8
Servicios Básicos	10%	9	0,9	9	0,9	9	0,9
Vías y medios de transporte.	5%	9	0,45	9	0,45	9	0,45
Total	100%		7,6		8,5		7,10

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado: Por el Autor

Una vez realizado la ponderación se determina la ubicación óptima del proyecto en la ciudad de Cayambe, específicamente en las calles, Bolívar y Restauración.

4.4.2.1. Variables de la microlocalización del proyecto.

- a) Disponibilidad de Edificaciones
- b) Disponibilidad de Servicios básicos
- c) Competencia
- d) Vías y medios de transporte
- e) Cercanía del mercado
- f) Forma de difusión del servicio

4.4.2.2. Análisis de las variables.

a) Disponibilidad de Edificaciones

En relación al centro de la ciudad, existe un cambio en la infraestructura, con nuevas construcciones y remodelaciones especialmente en las casas patrimoniales. Para la implementación del presente proyecto, se cree conveniente funcionar en el centro de la ciudad, ya que es una zona de gran afluencia de personas.

b) Disponibilidad de Servicios básicos

La ciudad de Cayambe cuenta con todos los servicios necesarios para el funcionamiento del Café Bar Temático, como es el agua potable, la luz eléctrica, conectividad, entre otros, lo cual permite una operación normal del proyecto.

c) Competencia

En la ciudad de Cayambe no existe un establecimiento que tenga esta denominación de “Temático”, sin embargo como se ha detallado en el estudio de mercado se consideró a los establecimientos más representativos de la ciudad.

d) Vías y medios de transporte

El centro de la ciudad presenta un gran avance en el tema de vialidad por lo que no existiría ningún problema en los diferentes accesos al lugar; en relación a los medios de transporte, existe la Coop. Cía. Ayora, que circula de norte a sur y viceversa, la cual es la más cercana al punto de referencia del proyecto.

e) Cercanía del mercado

El proyecto estará disponible en el área de mayor afluencia de público y al ser una zona comercial, se presenta como una oportunidad para que los clientes puedan hacerse del servicio,

además de ser un sitio en donde se concentra varias instituciones importantes tanto públicas como privadas.

f) Forma de difusión del servicio

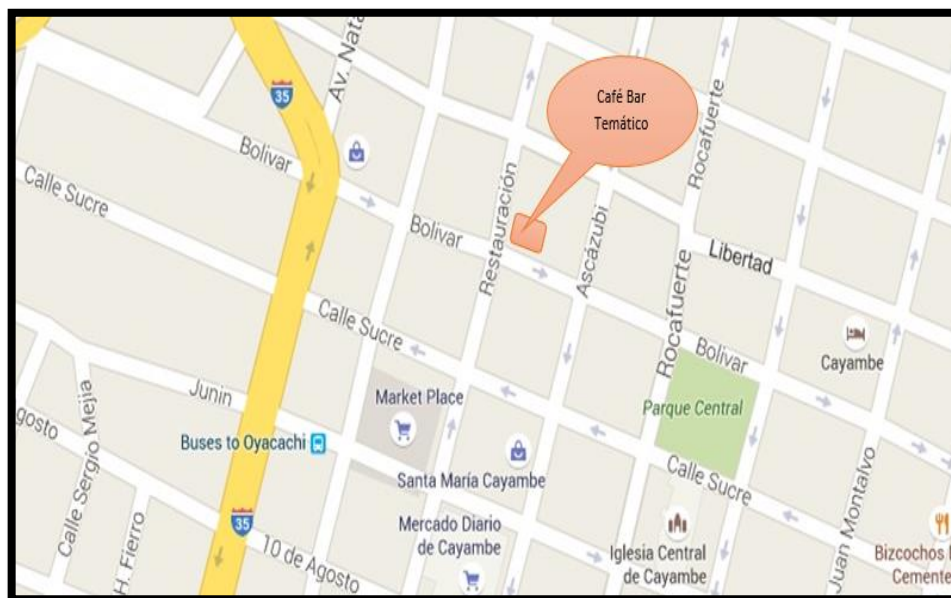
En base a la información del estudio de mercado, se obtuvo que a los posibles clientes les gustaría tener información mediante las redes sociales y también mediante volantes o afiches, sin embargo se creería conveniente pautar en medios de radiodifusión. Un aspecto fundamental en este tipo de servicios es complacer al cliente ya que se convierte en un factor de difusión que podría ser positiva o negativa.

4.4.2.3. Croquis de la microlocalización.

Mediante el análisis de las variables se obtiene que la microlocalización adecuado para la implementación del proyecto es en las calles Bolívar y Restauración (esquina).

Ilustración N° 2

Mapa microlocalización – ciudad de Cayambe



Fuente: Google Map
Elaborado: Por el Autor

4.5. Ingeniería del proyecto

En esta parte del proyecto se analizará la información técnica y económica que requiera el proyecto, misma que permita diseñar y ejecutar el proyecto.

4.5.1. Proceso de prestación del servicio

Se determinan los procesos necesarios que se deben seguir con la finalidad de establecer un servicio de calidad, bajo los requerimientos del cliente o mercado, encaminados a satisfacer la necesidad de los mismos.

4.5.1.1. Flujograma del proceso del servicio

a) Duración de las actividades del proceso

Tabla N° 47

Proceso de atención al cliente

N°	Actividades	Responsable	Tiempo estimado (Min)
1	Bienvenida al cliente, designación de una mesa	Cajero	1
2	Toma de pedido	Cajero	2
3	Entrega del producto	Ayudante de Cocina / Cocinero	6
4	Duración del cliente	Cliente	25
4	Indagar si desea algo adicional	Cajero	1
5	Pago del pedido	Cajero	1
6	Retirar envases, vasos o platos vacíos.	Ayudante de Cocina	2
			38

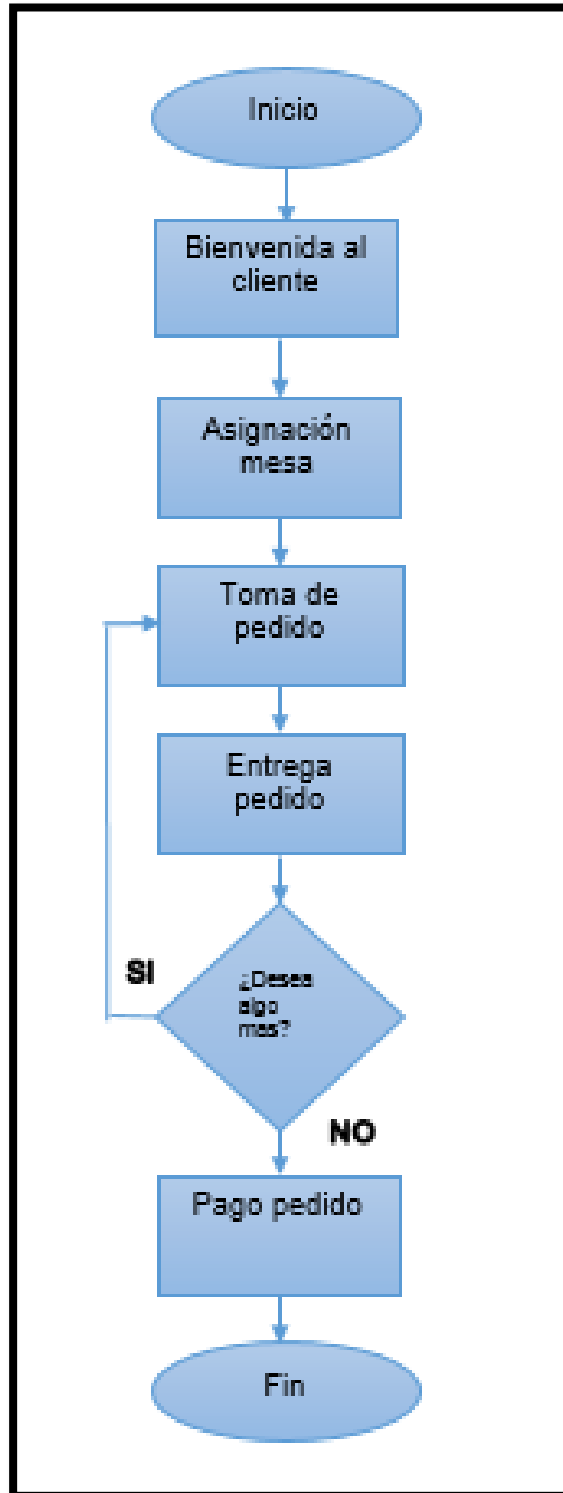
Fuente: Observación directa.

Elaborado: Por el Autor

b) Flujograma

Gráfico N° 15

Diagrama de Proceso de atención al cliente



Fuente: Observación directa.

Elaborado: Por el Autor

4.5.2. Distribución de la planta y diseño de instalaciones

El área de las instalaciones en donde se pretende llevar a cabo el proyecto tiene una extensión aproximada de 76,94 m², distribuido de la siguiente manera.

Tabla N° 48

Distribución de la planta

Área	m ²	Valoración
Área de atención al público o salón:	53,91	70%
Área de cocina:	11,28	15%
Área de bodega:	2,79	4%
Área administrativa:	5,13	7%
Área de Baño:	3,83	5%
Total	76,94	100%

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

Ilustración N° 3

Distribución y diseño del Café Bar Temático



Elaborado: Por el Autor

4.5.3. Presupuesto técnico del proyecto

Para la implantación del Café Bar Temático, se requerirán de las siguientes inversiones, que son necesarias para su funcionamiento y operatividad.

4.5.3.1. Activos fijos

Los activos que se necesita para la implantación del proyecto, se detallan a continuación.

a) Adecuación del Local

El local disponible para el proyecto, requiere de adecuaciones mínimas para el funcionamiento del café bar temático.

Tabla N° 49

Adecuación del local

Detalle	Valor Total
Letras 3d	\$ 350,00
Fotografías	\$ 110,00
Vinil adhesivo interiores	\$ 600,00
Micro perforado interno	\$ 50,00
Gypsum techo	\$ 400,00
Gypsum paredes	\$ 200,00
Lámparas led 3d	\$ 75,00
Paneles de luz led	\$ 90,00
Total	\$ 1.875,00

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

b) Maquinaria y Equipos

Para el inicio del proyecto es necesario contar con estas maquinarias y equipos. Cabe mencionar que se utilizara máquinas semi - automáticas para una mayor efectividad y eficacia.

Tabla N° 50**Maquinaria y Equipos**

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Congelador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Refrigeradora	1	\$ 950,00	\$ 950,00
Cocina - Horno - Plancha Industrial	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Microondas	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Máquina de café Automática	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Licuada Oster Pro	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Extractor de Jugos semi. Industrial	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Campana extractora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Waflera	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Batidora	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Balanza	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Refrigerador panorámico	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Plancha Sanduchera	1	\$ 117,00	\$ 117,00
Tostadora	1	\$ 29,50	\$ 29,50
Tetera eléctrica	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Total			\$ 9.591,50

Fuente: Varios proveedores.

Elaborado: Por el Autor

c) Muebles y Enseres

El mobiliario para el funcionamiento del Café Bar Temático es el siguiente.

Tabla N° 51**Muebles y Enseres**

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Mesas Cuadradas 80x80cm	9	\$ 50,00	\$ 450,00
Mesas Cuadradas 40x40cm	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Sillas 38x41cm	9	\$ 35,00	\$ 315,00
Muebles de cocina	5	\$ 350,00	\$ 1.750,00
Aparador 41*120cm	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Barra 315x45cm	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Taburetes 32x30cm	4	\$ 75,00	\$ 300,00
Total			\$ 3.965,00

Fuente: Varios proveedores.

Elaborado: Por el Autor

d) Equipo de Cómputo

El equipo de cómputo es necesario para una adecuada administración del negocio, sus especificaciones se detallan a continuación.

Tabla N° 52

Equipo de Computo

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Equipo de Computo HP Core i5	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora Multifuncional	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total			\$ 950,00

Fuente: Proveedor.

Elaborado: Por el Autor

e) Equipo de Oficina

Los equipos de oficina y los equipos que se necesitaran para la adecuación del Café Bar Temático, son los siguientes.

Tabla N° 53

Equipo de Oficina

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Caja registradora	1	\$ 375,00	\$ 375,00
Teléfono Inalámbrico	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Plasma 42" Lg	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Parlantes Caja de Audio	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Blue Ray	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total			\$ 1.940,00

Fuente: Varios proveedores.

Elaborado: Por el Autor

f) Menaje

El menaje, y los utensilios de cocina necesarios para el funcionamiento del proyecto se detallan a continuación:

Tabla N° 54**Menaje**

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Copa Martini	15	\$ 3,45	\$ 51,75
Copa de Helados	15	\$ 2,77	\$ 41,55
Copa de Vino tinto	15	\$ 3,22	\$ 48,30
Jarra Vidrio	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Jarros Cerveceros 480cc	25	\$ 1,87	\$ 46,75
Vaso Batidos	20	\$ 2,50	\$ 50,00
Vaso Whisky 30cl	15	\$ 1,84	\$ 27,60
Vaso gaseosas/agua	35	\$ 0,57	\$ 19,95
Cuchara café	30	\$ 0,31	\$ 9,30
Cuchara postre	30	\$ 0,32	\$ 9,60
Cucharilla café moka	25	\$ 0,45	\$ 11,25
Cuchillo	30	\$ 0,79	\$ 23,70
Tenedor	30	\$ 0,37	\$ 11,10
Azucarera	11	\$ 1,60	\$ 17,60
Plato para café	35	\$ 1,62	\$ 56,70
Plato para café moka	25	\$ 1,31	\$ 32,75
Plato Postre	35	\$ 2,12	\$ 74,20
Plato llano	25	\$ 3,32	\$ 83,00
Saleros	11	\$ 1,03	\$ 11,33
Servilleteros	11	\$ 1,97	\$ 21,67
Bandejas de Servicio	5	\$ 8,00	\$ 40,00
Taza para Café	30	\$ 2,11	\$ 63,30
Taza para Té	20	\$ 1,10	\$ 22,00
Taza para chocolate	20	\$ 2,90	\$ 58,00
Taza para café moka	20	\$ 1,20	\$ 24,00
Total			\$ 864,40

Fuente: Varios proveedores.

Elaborado: Por el Autor

g) Utensilios de cocina y bar

Los utensilios de cocina y del bar necesario para el proyecto se presentan continuación.

Tabla N° 55**Utensilios de cocina y bar**

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Total
Ollas 5 pzas	1	\$ 61,00	\$ 61,00
Sartenes 3 pzas	1	\$ 24,02	\$ 24,02
Cuchara Helado	1	\$ 6,50	\$ 6,50
Pírex 8 pzas	1	\$ 33,20	\$ 33,20
Set de espátulas 4 pzas	1	\$ 7,53	\$ 7,53
Coladores	2	\$ 2,86	\$ 5,72
Tabla para picar	1	\$ 2,14	\$ 2,14
Set de Cuchillos 3 pzas	1	\$ 12,15	\$ 12,15
Dispensador de Plástico Alime.	8	\$ 0,80	\$ 6,40
Pinza	2	\$ 2,55	\$ 5,10
Cucharones	2	\$ 1,80	\$ 3,60
Bolws Grande	1	\$ 3,60	\$ 3,60
Bolws Mediano	1	\$ 3,24	\$ 3,24
Rallador	1	\$ 2,45	\$ 2,45
Cuchara de Bar	1	\$ 1,37	\$ 1,37
Coctelera	1	\$ 5,67	\$ 5,67
Tijeras de cocina	1	\$ 2,34	\$ 2,34
Medidor de Licor	1	\$ 1,67	\$ 1,67
Canastillas para cubiertos	11	\$ 3,00	\$ 33,00
Dosificador de Licor	15	\$ 3,44	\$ 51,60
Set Moldes	1	\$ 17,88	\$ 17,88
Saca Corchos	1	\$ 4,65	\$ 4,65
Mortero	2	\$ 2,20	\$ 4,40
Hieleras	3	\$ 4,25	\$ 12,75
Pinza de Hielos	3	\$ 1,35	\$ 4,05
Total			\$ 316,03

Fuente: Varios Proveedores.

Elaborado: Por el Autor

h) Resumen Inversión Fija

La propiedad planta y equipo del proyecto es de \$ 19.501,93

Tabla N° 56**Resume Inversión Fija**

Detalle	Valor Total
Equipo de Computo	\$ 950,00
Maquinaria y Equipos	\$ 9.591,50
Muebles y enseres	\$ 3.965,00
Equipo de Oficina	\$ 1.940,00
Menaje y Utensilios de Cocina - Bar	\$ 1.180,43
Adecuación del Local	\$ 1.875,00
Total	\$ 19.501,93

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

4.5.3.2. Activos Diferidos

Los gastos de constitución necesarios para el normal funcionamiento y operatividad del proyecto se presentan a continuación.

Tabla N° 57**Gastos de Constitución**

Detalle	Valor Total
Patente	\$ 200,00
Registro Sanitario	\$ 150,00
Licencia de turismo	\$ 180,00
Aspectos Legales	\$ 400,00
Total	\$ 930,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado: Por el Autor

4.5.3.3. Costos de Producción

Para la realización del presente proyecto, los costos de producción se desagregan de forma que permitan evidenciar los requerimientos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

4.5.3.4. Materia Prima Directa

La estimación de la materia prima es para un mes, de la misma manera las cantidades están en relación a la producción de los 40 productos que se ofertará en el café bar temático.

Tabla N° 58

Requerimiento Materia Prima Directa

Detalle	Cant.	Valor Uni.	Valor Mes	Valor Anual
Amaretto 750 ml	1,03	\$ 31,00	\$ 31,78	\$ 381,33
Brandy 750 ml	1,0	\$ 31,00	\$ 31,78	\$ 381,33
Café 1 Kg	3,2	\$ 10,00	\$ 32,40	\$ 388,75
Carne Molida 1 Kg	12,0	\$ 5,49	\$ 65,66	\$ 787,92
Cerveza 600 ml	260,0	\$ 0,98	\$ 254,80	\$ 3.057,60
Champiñones 220 gr	3,5	\$ 1,72	\$ 6,10	\$ 73,18
Chocolate 250 gr	12,5	\$ 1,73	\$ 21,59	\$ 259,08
Crema Chantilly 100 gr	37,4	\$ 1,20	\$ 44,93	\$ 539,14
Duraznos 480 gr x 8 Mitades	30,3	\$ 2,20	\$ 66,73	\$ 800,80
Frutilla 1 kg	37,7	\$ 2,40	\$ 90,48	\$ 1.085,76
Gaseosa 3 Lt	0,8	\$ 1,35	\$ 1,04	\$ 12,46
Guanábana 1 kg	10,4	\$ 3,50	\$ 36,40	\$ 436,80
Harina Flor 2 Kg	24,1	\$ 2,64	\$ 63,49	\$ 761,90
Helado Chicle 5 lt	1,0	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 82,80
Helado Chocolate 10 lt	1,0	\$ 13,80	\$ 13,80	\$ 165,60
Helado Coco 5 lt	1,0	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 82,80
Helado Guanábana 5 lt	1,0	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 82,80
Helado Leche 5 lt	1,0	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 82,80
Helado Menta 5 lt	1,0	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 82,80
Helado Mora 10 lt	1,0	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 82,80
Helado Ron pasas 5 lt	1,0	\$ 6,90	\$ 6,90	\$ 82,80
Helado Vainilla 10 lt	1,0	\$ 13,80	\$ 13,80	\$ 165,60
Hornimans Té (25 unid)	2,1	\$ 1,71	\$ 3,56	\$ 42,68
Huevos Unid	936,0	\$ 0,10	\$ 93,60	\$ 1.123,20
Jamón 1 Kg	9,4	\$ 8,25	\$ 77,22	\$ 926,64
Jugo de Arándanos 750 ml	1,5	\$ 7,90	\$ 12,15	\$ 145,77
Jugo de Limón 750 ml	1,0	\$ 2,50	\$ 2,56	\$ 30,75

Jugo de Naranja 750 ml	4,1	\$ 0,75	\$ 3,08	\$ 36,90
Jugo de Piña 750 ml	3,6	\$ 1,15	\$ 4,13	\$ 49,51
Leche Condensada 450 gr	41,6	\$ 4,00	\$ 166,40	\$ 1.996,80
Leche Entera 1lt	207,7	\$ 0,80	\$ 166,13	\$ 1.993,52
Leche Evaporada 410 gr	44,4	\$ 1,81	\$ 80,35	\$ 964,16
Leche Semi-descremada 1lt	20,8	\$ 1,24	\$ 25,79	\$ 309,50
Licor de Cacao 750 ml	1,5	\$ 9,12	\$ 14,02	\$ 168,28
Mora 1 Kg	13,0	\$ 2,50	\$ 32,50	\$ 390,00
Mortadela 1 Kg	1,6	\$ 5,73	\$ 8,94	\$ 107,27
Naranjas x100 unid	3,1	\$ 7,00	\$ 21,84	\$ 262,08
Pan Baguette 1 unid	26,0	\$ 0,96	\$ 24,96	\$ 299,52
Pan Hamburguesa 600 gr 8 unid	13,0	\$ 1,73	\$ 22,49	\$ 269,88
Pan Sándwich Fríos	234,0	\$ 0,30	\$ 70,20	\$ 842,40
Pan Sándwich Rodajas 800 gr 20 unid	28,6	\$ 2,05	\$ 58,63	\$ 703,56
Peperoni 1 Kg	4,4	\$ 11,40	\$ 50,39	\$ 604,66
Plátano 1 kg	3,0	\$ 0,60	\$ 1,80	\$ 21,60
Pollo lb	25,8	\$ 1,25	\$ 32,24	\$ 386,91
Queso Mozarella 500 gr	12,0	\$ 6,90	\$ 82,52	\$ 990,29
Queso Sanduche 1 Kg	12,5	\$ 12,25	\$ 152,88	\$ 1.834,56
Ron Blanco 750 ml	4,1	\$ 8,00	\$ 32,80	\$ 393,64
Ron Dorado 750 ml	2,1	\$ 8,50	\$ 17,43	\$ 209,12
Tequila 750 ml	1,5	\$ 30,00	\$ 46,13	\$ 553,55
Tomate de árbol 1kg	13,0	\$ 2,20	\$ 28,60	\$ 343,20
Trip seco 750 ml	0,8	\$ 30,00	\$ 23,06	\$ 276,78
Vino 750 ml	1,0	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 156,00
Vodka 750 ml	5,1	\$ 22,00	\$ 112,76	\$ 1.353,12
Whisky 1000 ml	1,0	\$ 41,00	\$ 42,03	\$ 504,35
Total			\$ 2.347,25	\$ 28.167,05

Fuente: Varios proveedores.

Elaborado: Por el Autor

La distribución de las cantidades, como ya se había mencionado están acordes a los requerimientos de los clientes y a las estimaciones que realizó el chef.

Cuadro N° 13**Cantidad de Productos estimados**

Producto	Cant. diaria estimada
Café Americano	6
Café Latte	5
Capuchino	5
Mokachino	4
Chocolate	2
Té	2
Sándwiches de Jamón y Queso	3
Sándwiches de Pollo y champiñones	3
Sándwiches de Jamón y Queso Caliente	3
Sándwiches de Pollo y Jamón	3
Sándwiches de Jamón Caliente	3
Sándwiches de Queso Caliente	3
Sándwiches de Mortadela Caliente	2
Pan- Pizza / 3 personas	2
Hamburguesa	4
Helado Tulipán Pequeño	3
Helado Copa	3
Helado Cono Simple	3
Helado Cono Doble	3
Torta tres Leche / (11 porciones)	2
Torta de chocolate / (11 porciones)	2
Torta de vainilla / (11 porciones)	2
Frutillas con Crema	4
Duraznos con Crema	4
Batido de Fresa	3
Batido de Mora	2
Batido de Tomate de Árbol	2
Batido de Guanábana	2
Jugo de Naranja	3
Milkshake	2

Piña Colada	1
Daiquiri	1
Padrino	1
Madrina	1
Alexander	1
Cosmopolitan	1
Margarita	1
Cuba Libre	1
Destornillador	1
Cerveza	10
Total	109

Fuente: Chef – Luis Noroña.

Elaborado: Por el Autor

Finalmente se estima la cantidad diaria por los 26 días que se van a trabajar, dando como resultados 2834 productos.

4.5.3.5. Mano de Obra Directa

El requerimiento de personal para la operatividad del proyecto se describe a continuación.

Tabla N° 59

Requerimiento de Mano de Obra Directa

Cargo	Sueldo	IESS Patronal	Vacaciones	Fondos Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Mensual	Total Anual
Cocinero 1	390	47,41	16,25	0,0	32,5	30,5	\$ 516	\$ 6.200
Ayudante de cocina 1	366	44,5	15,25	0,0	30,5	30,5	\$ 486	\$ 5.841
Total	756	91,91	32,50	0	63	61	\$ 1.003	\$ 12.041

Elaborado: Por el Autor

4.5.3.6. Costos Indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación necesarios para el normal funcionamiento del proyecto son los siguientes:

4.5.3.6.1. Materia Prima Indirecta

Igualmente la materia prima indirecta está estimada para un mes, dicho componente es esencial para una terminación adecuada de los platillos a ofertar.

Tabla N° 60

Requerimiento Materia Prima Indirecta

Detalle	Cant.	Valor Unitario	Valor Mes	Valor Anual
Aceite 4 Lt	2,6	\$ 8,27	\$ 21,21	\$ 254,46
Ají	2,0	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 12,00
Azúcar 1 kg	65,8	\$ 0,84	\$ 55,26	\$ 663,06
Azúcar Impalpable 500 gr	20,8	\$ 0,95	\$ 19,78	\$ 237,42
Barquillos x 12 unid.	73,7	\$ 0,90	\$ 66,30	\$ 795,60
Canela molida 50 gr	10,4	\$ 0,81	\$ 8,42	\$ 101,09
Canela ramas 50 gr	4,0	\$ 1,69	\$ 6,76	\$ 81,12
Cocoa en polvo 440gr	4,7	\$ 2,50	\$ 11,82	\$ 141,82
Conos Helado x 12 unid	13,0	\$ 1,50	\$ 19,50	\$ 234,00
Crema 500 ml	8,5	\$ 2,10	\$ 17,76	\$ 213,12
Escencias 120 gr	8,7	\$ 1,05	\$ 9,10	\$ 109,20
Hielo 15 Kg	2,0	\$ 7,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Lechuga 300 gr	12,1	\$ 0,45	\$ 5,46	\$ 65,52
Limón 1 Kg	3,0	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Mantequilla 1kg	33,8	\$ 2,80	\$ 94,64	\$ 1.135,68
Mayonesa 3.8 Kg	2,7	\$ 8,50	\$ 22,80	\$ 273,57
Mostaza 3.8 Kg	0,2	\$ 7,50	\$ 1,64	\$ 19,71
Orégano 50 gr	5,2	\$ 0,64	\$ 3,33	\$ 39,94
Polvo para hornear sobre	104,0	\$ 0,25	\$ 26,00	\$ 312,00
Sal 1 Kg	3,0	\$ 0,66	\$ 1,98	\$ 23,76
Salsa de Tomate 3.8 Kg	0,2	\$ 3,25	\$ 0,71	\$ 8,54
Sazona Todo 550 gr	6,0	\$ 2,78	\$ 16,68	\$ 200,16
Tomate 1 kg	7,6	\$ 1,00	\$ 7,58	\$ 91,00
Tulipanes pequeños x 12 unid.	6,5	\$ 0,98	\$ 6,37	\$ 76,44
Vinagre 500 ml	2,0	\$ 1,36	\$ 2,72	\$ 32,64
Total			\$ 444,82	\$ 5.337,84

Fuente: Varios proveedores.

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 61**Requerimiento CIF**

Detalle	Cant.	Valor Unitario	Valor Mes	Valor Anual
Servilletas	43,94	\$ 0,75	\$ 32,96	\$ 395,46
Sorbetes	3,64	\$ 5,00	\$ 18,20	\$ 218,40
Luz: Kw/Hora/mes	70	\$ 1,41	\$ 98,70	\$ 1.184,40
Agua: m3/mes	60	\$ 0,75	\$ 45,00	\$ 540,00
Reposicionamiento de Menaje	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Total			\$ 224,86	\$ 2.698,26

Fuente: Investigación directa.

Elaborado: Por el Autor

4.5.3.7. Resumen Costos de Producción**Tabla N° 62****Resumen Costos de Producción**

Detalle	Valor Mes	Anual
Materia Prima Directa	\$ 2.347,25	\$ 28.167,05
Materia Prima Indirecta	\$ 444,82	\$ 5.337,84
Mano de Obra Directa	\$ 1.003,35	\$ 12.040,25
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 224,86	\$ 2.698,26
Total	\$ 4.020,28	\$ 48.243,40

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

4.5.4. Gastos Administrativos

a) Sueldos

Tabla N° 63

Gastos de Sueldos administrativos

Cargo	Sueldo	IESS	Vacaciones	Fondos	Décimo	Décimo	Total	Total Anual
		Patronal		Reserva	Tercero	Cuarto	Mensual	
Gerente	750	47,41	31,25	0,0	62,5	30,5	\$ 965,38	\$11.585
Total	750	91,91	31,25	0,0	62,5	30,5	\$ 965,38	\$11.585

Elaborado: Por el Autor

b) Otros gastos administrativos

Tabla N° 64

Gastos Administrativos

Detalle	Cant.	Valor Mes	Valor Anual
Servicios Profesionales	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Arriendo	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Suministros de Oficina	1	\$ 23,72	\$ 284,58
Suministros de Aseo	1	\$ 32,86	\$ 394,33
Uniformes Personal	1	\$ 190,20	\$ 190,20
Servicios Básicos	1	\$ 75,00	\$ 900,00
Total		\$ 951,78	\$ 9.329,11

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

4.5.5. Gastos de Venta

Dentro de los gastos de venta es importante recalcar, que como resultado del estudio de mercado se evidenció que es importante destinar un rubro para la publicidad.

a) Sueldos

Tabla N° 65

Gasto de sueldo de ventas

Cargo	Sueldo	IESS	Vacaciones	Fondos	Décimo	Décimo	Total	Total Anual
		Patronal		Reserva	Tercero	Cuarto	Mensual	
Cajero	366	44,5	15,25	0,0	30,5	30,5	\$ 486,72	\$ 5.841
Total	366	44,5	15,25	0,0	30,5	30,5	\$ 486,72	\$ 5.841

Elaborado: Por el Autor

a) Otros gastos de venta

Tabla N° 66

Gastos de Venta

Detalle	Cant.	Valor Mes	Valor Anual
Publicidad	12	\$ 50,00	\$ 600,00
Total		\$ 50,00	\$ 600,00

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

4.6. Capital de trabajo

El capital de trabajo estará representado por los costos de producción, gastos de ventas y gastos administrativos, los cual garantizan el normal funcionamiento del proyecto en el lapso de un mes.

De acuerdo a las recomendaciones del Chef Luis Noroña, indica que se debe considerar un mes, debido a las previsiones que se debe tener en torno a la naturaleza del proyecto y considerándose que es un nuevo negocio.

4.6.1. Determinación del capital de trabajo

Tabla N° 67

Costos de Operación

Detalle	Mensual
Costo Producción	\$ 4.020,28
Gastos Administrativos	\$ 1.917,15
Gastos de Venta	\$ 536,72
Total	\$ 6.474,15

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

Fórmula de cálculo:

$$ICT = \frac{Ca}{312} * nd$$

Donde:

Ca= Costo Anual

N_d= número de días de desfase

ICT= Inversión del Capital de Trabajo

$$ICT = (6.474,15/312) * 26$$

$$ICT = 539,51$$

4.7. Inversión del proyecto

La inversión total del proyecto Café Bar Temático es de \$ 20.971,44

Tabla N° 68

Inversión Total

Detalle	Valor Total
Activos fijos	\$ 19.501,93
Activos diferidos	\$ 930,00
Capital de trabajo	\$ 539,51
Total	\$ 20.971,44

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado: Por el Autor

4.8. Financiamiento

El financiamiento para el proyecto en su mayoría proviene de recursos propios (76%) y el restante mediante un crédito, con el Banco de Fomento. (24%)

Tabla N° 69**Financiamiento**

Detalle	Cantidad	% de Aportación
Propio	\$ 15.971,44	76%
Crédito	\$ 5.000,00	24%
Total	\$ 20.971,44	100%

Fuente: Estudio Técnico.**Elaborado:** Por el Autor

CAPÍTULO V

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

5.1. Introducción

La administración es un aporte fundamental en la implantación del proyecto, ya que mediante una toma de decisiones adecuada se puede llegar a implementar acciones beneficiosas para la buena marcha de la organización.

En el presente capítulo se analizarán aspectos relacionados con la parte legal y jurídica de la organización, aspectos filosóficos y su organización estructural y funcional, todo esto con la finalidad de garantizar una adecuada administración.

5.2. Objetivos de la estructura organizacional

5.2.1. Objetivo General

- Raelizar una propuesta administrativa a través de la estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos materiales humanos financieros del proyecto.

5.3. Determinación de la forma jurídica

El Café – Bar Temático, se establecerá como una empresa unipersonal, por tanto contará de un solo socio. De acuerdo a las necesidades del mercado en un futuro, se podría aumentar los socios, por lo tanto se incrementaría el capital y la denominación.

5.4. Aspecto legal

La creación de Café – Bar Temático para su normal funcionamiento requiere cumplir con requisitos y trámites pertinentes de las diferentes entidades de control

✓ Patente municipal

- Copia de la cedula
- Línea de fabrica
- Impuesto predial actualizado
- Copia RUC
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Permiso del medio ambiente
- Permiso del Ministerio de Salud

✓ Permisos de Medio Ambiente - Solicitud de Inspección

- Solicitud dirigida al Director del Ambiente en el que consten los datos del establecimiento.

✓ Permiso de los Bomberos

- Copia del RUC a color
- Copia de la cedula a color
- Línea de fábrica
- Permisos de Medio Ambiente depende de la actividad

✓ Permiso del Ministerio de Salud

- Exámenes de sangre - orina - eses del propietario y de todos los empleado

✓ Registro Único Contribuyentes (RUC)

- Tramite personal o con carta de autorización
- Original y copia de la cedula a color
- Presentación de la papeleta de votación
- Dirección del lugar de domicilio y la actividad económica
- Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono máximo tres meses atrás o pago del impuesto predial del año actual

- Escrituras o certificados del registro de la propiedad o patente

5.5. Nombre o razón social

El nombre o razón social que se ha determinado para el Café Bar Temático es “INTI COFFE”, mencionado nombre tiene una fusión entre el quechua (Inti = sol) y el inglés (coffe = café).

5.6. Logotipo

El logotipo que representará al proyecto es el siguiente:

Ilustración N° 4

Logotipo



Elaborado: Por el Autor

5.7. Bases filosóficas

5.7.1. Misión

“INTI COFFE”, es un espacio de encuentro, en un ambiente agradable, que oferta productos y servicios de calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes, mediante un manejo eficaz y eficiente de los recursos.

5.7.2. Visión

“INTI COFFE”, en el año 2021, será una empresa reconocida por ofertar productos y servicios de calidad, logrando un posicionamiento en el mercado y contribuyendo activamente en el progreso del cantón Cayambe.

5.7.3. Objetivos Organizacionales

- ✚ Consolidar un posicionamiento en el mercado local.
- ✚ Ofertar productos de calidad, bajo una mejora continua.
- ✚ Realizar controles a los procesos, con la finalidad de garantizar un buen producto y servicio al cliente.
- ✚ Innovar y dar a conocer a los clientes nuevos productos.
- ✚ Aportar en el desarrollo económico y social de cantón Cayambe.
- ✚ Fomentar espacios de encuentro común, en un lugar diferente y agradable.
- ✚ Capacitar al personal que labora en el Café Bar Temático.

5.7.4. Políticas organizacionales

- ✚ El personal cumplirá con el perfil y competencias necesarias para el puesto.
- ✚ El personal cumplirá con su horario de trabajo, además de portar con su respectivo uniforme e identificación.
- ✚ Los empleados trabajarán 6 días a la semana, garantizando su descanso.
- ✚ Se dará un buen trato al cliente, mostrando amabilidad y cordialidad.
- ✚ Se mantendrá una buena imagen y presentación.
- ✚ Se cumplirá con los procesos establecidos.

5.7.5. Principios y valores organizacionales

Principios

- ✚ **Mejora continua.-** Garantizar que los productos ofertados estén basados en estándares de calidad y en un compromiso de mejorar constantemente acorde al mercado y sus necesidades.
- ✚ **Responsabilidad social.-** Contribuir al bienestar social y a mejorar la calidad de vida de la población del cantón Cayambe.
- ✚ **Trabajo en equipo.-** Que todos los esfuerzos vayan encaminados al cumplimiento de los objetivos, creando una sinergia entre los mismos.
- ✚ **Profesionalismo.-** Demostrar rectitud y profesionalismo, frente a las diferentes situaciones que pudieran presentarse en los puestos de trabajo.

Valores

- ✚ **Puntualidad.-** Ser puntuales y disciplinados es una de las claves para la buena marcha de la empresa.
- ✚ **Respeto.-** Establecer una actitud de respeto, tanto con el personal interno y externo de la empresa, creando un ambiente y un clima de trabajo adecuado.
- ✚ **Compromiso.-** Tener una actitud positiva y un sentido de pertenencia en las actividades designadas, para lograr los objetivos.
- ✚ **Responsabilidad.-** Cumplir correctamente con las actividades asignadas de manera eficiente y eficaz.
- ✚ **Honestidad.-** Se refiere al trabajo honrado y transparente, el cual debe estar reflejado en las actividades diarias de los empleados.

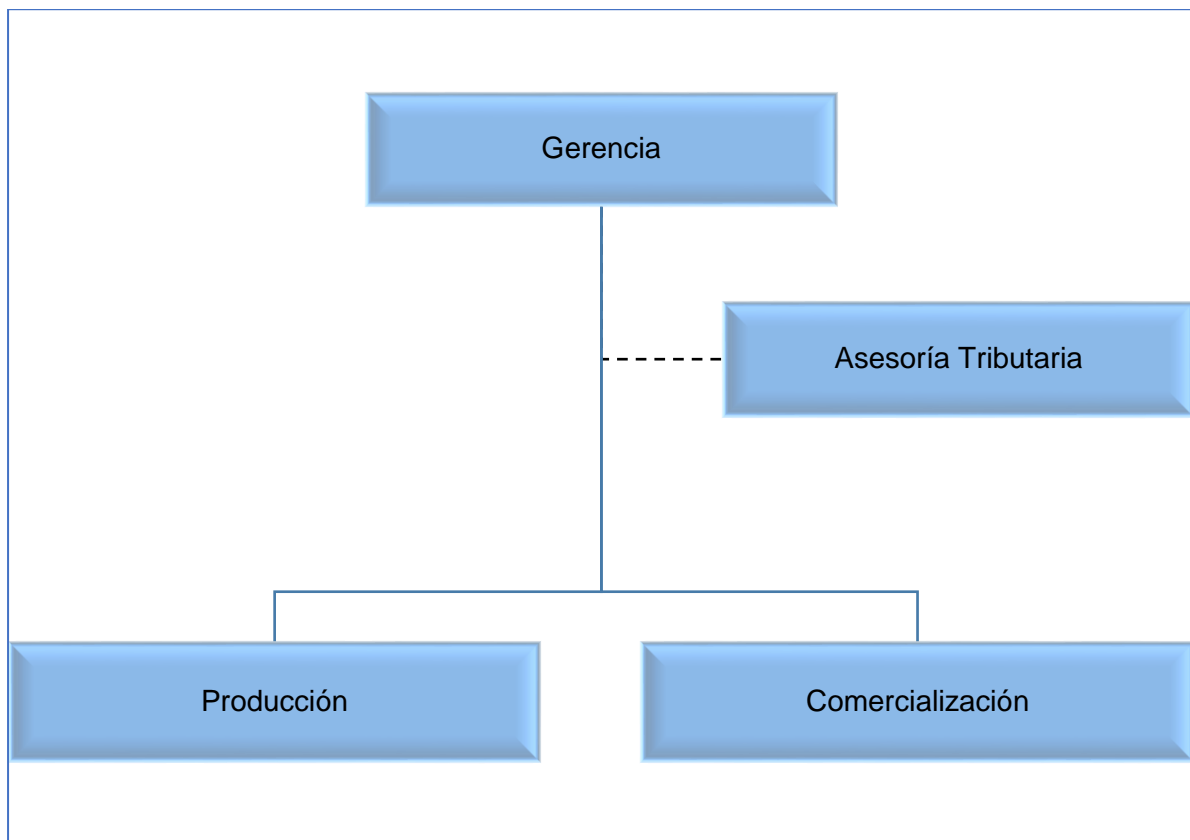
5.8. Estructura orgánica

La estructura organizacional es una parte fundamental en la empresa, que permite dividir y establecer las tareas en las diferentes áreas de la empresa.

“INTI COFFE”, Café Bar Temático, tendrá el siguiente organigrama.

Ilustración N° 5

Organigrama “INTI COFFE”, Café Bar Temático”



Elaborado: Por el Autor

5.9. Estructura funcional

En este punto se especifican las actividades y cargos que se describieron en el orgánico estructural.

5.9.1. Funciones y descripción del puesto

Cuadro N° 14

Descripción del puesto - Gerente

Área:	Gerencia
Puesto:	Gerente
Objetivo:	Administrar de manera eficiente y eficaz los recursos de la empresa.

PERFIL

1. Título de Tercer nivel, Administración de empresas o carreras afines.
2. Genero Indistinto
3. Experiencia mínima de dos años en cargos similares.

FUNCIONES

1. Representante legal del Café Bar Temático
2. Elaboración de los presupuestos mensuales y anuales.
3. Elaboración de planes operativos.
4. Contratación de personal
5. Desarrollar estrategias de comercialización
6. Apoyar y coordinar en los procesos de las diferentes áreas.
7. Efectuar seguimientos de las actividades planeadas.
8. Cumplir y hacer cumplir con la filosofía de la empresa.
9. Asegurar el cumplimiento de la legislación vigente del país.
10. Elaborar los roles de pago, y planillas de aporte al IESS.

COMPETENCIAS

1. Toma de decisiones.
2. Pensamiento crítico
3. Liderazgo.
4. Capacidad de negociación.
5. Trabajo en equipo.
6. Responsabilidad.
7. Iniciativa.

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 15**Descripción del puesto - Cocinero**

Área:	Producción
Puesto:	Cocinero
Objetivo:	Realizar la preparación de los alimentos de manera adecuada, cumpliendo con los procesos establecidos

PERFIL

1. Bachiller
2. Genero indistinto
3. Experiencia mínima de 2 años en cargos similares
4. Cursos de Cocina

FUNCIONES

1. Preparar los platos acorde a las recetas
2. Preparar diseñar y montar platos
3. Usar adecuadamente las maquinarias y utensilios
4. Evitar desperdicios
5. Limpiar las superficies de su lugar de trabajo
6. Cumplir con los procedimientos de higiene, salud y seguridad
7. Informar a la gerencia de los requerimientos de los insumos necesarios
8. Llevar registros de las entradas y salidas de insumos
9. Comunicar oportunamente a la gerencias las necesidades en el área de la cocina

COMPETENCIAS

1. Mise en place.
2. Trabajo en equipo.
3. Creatividad.
4. Orden.
5. Flexibilidad.
6. Liderazgo.

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 16**Descripción del puesto - Ayudante de cocina**

Área:	Producción
Puesto:	Ayudante de cocina
Objetivo:	Realizar labores auxiliares en la preparación de ciertos alimentos y mantener los utensilios de cocina limpios y ordenados.

PERFIL

1. Bachiller
 2. Genero indistinto
 3. Experiencia mínima de 1 año en cargos similares
 4. Conocimientos de cocina
-

FUNCIONES

1. Seleccionar, limpiar, cortar, preparar la materia prima, que va hacer utilizada.
 2. Usar adecuadamente las maquinarias y utensilios
 3. Evitar desperdicios
 4. Limpiar las superficies de su lugar de trabajo
 5. Ordenar y mantener limpio los utensilios de cocina
 6. Cumplir con los procedimientos de higiene, salud y seguridad
 7. Entregar los pedidos a los clientes
 8. Limpieza de mesas y sillas
 9. Realizar otras actividades asignadas por sus superiores
-

COMPETENCIAS

1. Amabilidad.
 2. Entusiasta.
 3. Capaz de trabajar con rapidez.
 4. Trabajo en equipo.
-

Elaborado: Por el Autor

Cuadro N° 17**Descripción del puesto - Cajero**

Área:	Comercialización
Puesto:	Cajero
Objetivo:	Atender de manera cordial y amable los requerimientos del cliente.

PERFIL

1. Bachiller Técnico en Contabilidad o carreras similares.
 2. Genero indistinto
 3. Experiencia mínima de 1 año en cargos similar
-

FUNCIONES

1. Receptar los pedidos de los clientes
 2. Cobro y facturación a los clientes
 3. Preparar reportes de caja diarios
 4. Colaborar con las actividades de limpieza del local
 5. Realizar otras actividades asignadas por el Gerente
-

COMPETENCIAS

1. Atención al cliente.
 2. Comunicación efectiva.
 3. Flexible.
 4. Entusiasta.
 5. Trabajo en equipo.
-

Elaborado: Por el Autor

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Introducción

El estudio financiero en todo proyecto de inversión, representa una de las etapas más importantes del desarrollo del mismo, ya que mediante estos análisis se puede determinar la factibilidad del proyecto.

En este capítulo se desarrollan, los diferentes presupuestos y estados financieros proyectados, los cuales están acorde a la realidad del país, para finalmente establecer si el proyecto es rentable o no.

6.2. Objetivos del estudio financiero

6.2.1. Objetivo General

- Elaborar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores económicos.

6.3. Determinación de ingresos proyectados

Es importante estimar los ingresos que se puede tener a posterior, con la finalidad de prever, planificar y tomar acciones, para la buena marcha del proyecto.

El cuadro que se presenta a continuación es el resumen de los productos que oferta el Café Bar Temático; los cuadros de los 40 productos están en los anexos, los cuales identifican la cantidad y el precio de cada uno de ellos.

Las proyecciones en cuanto a cantidad están realizadas con la tasa de crecimiento poblacional de Cayambe que es del 2,10%; y los precios están en relación a la inflación del Ecuador 3,38%

Tabla N° 70

Proyección de ingresos

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bebidas Calientes	\$ 9.200,10	\$ 9.832,54	\$ 10.508,45	\$ 11.230,83	\$ 12.002,86
Sándwiches	\$ 17.007,90	\$ 18.177,06	\$ 19.426,60	\$ 20.762,03	\$ 22.189,26
Jugos y Batidos	\$ 7.343,70	\$ 7.848,52	\$ 8.388,05	\$ 8.964,67	\$ 9.580,92
Tortas y Postres	\$ 30.794,40	\$ 32.911,28	\$ 35.173,68	\$ 37.591,61	\$ 40.175,75
Helados	\$ 3.931,20	\$ 4.201,44	\$ 4.490,26	\$ 4.798,93	\$ 5.128,82
Bebidas con alcohol	\$ 13.076,70	\$ 13.975,62	\$ 14.936,34	\$ 15.963,10	\$ 17.060,45
Total	\$ 81.354,00	\$ 86.946,47	\$ 92.923,39	\$ 99.311,17	\$ 106.138,06

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

6.4. Determinación de egresos proyectados

Para la proyección de los egresos, se consideran los costos y gastos que se incurrirán en el proyecto; mencionadas proyecciones están realizadas con la inflación del Ecuador 3,38%

6.4.1. Costos de Producción

6.4.1.1. Materia Prima Directa

Tabla N° 71

Proyección materia prima directa

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amaretto 750 ml	\$ 381,33	\$ 394,22	\$ 407,55	\$ 421,32	\$ 435,56
Brandy 750 ml	\$ 381,33	\$ 394,22	\$ 407,55	\$ 421,32	\$ 435,56
Café 1 Kg	\$ 388,75	\$ 401,89	\$ 415,48	\$ 429,52	\$ 444,04
Carne Molida 1 Kg	\$ 787,92	\$ 814,56	\$ 842,09	\$ 870,55	\$ 899,98
Cerveza 600 ml	\$ 3.057,60	\$ 3.160,95	\$ 3.267,79	\$ 3.378,24	\$ 3.492,42

Champiñones 220 gr	\$ 73,18	\$ 75,65	\$ 78,21	\$ 80,85	\$ 83,58
Chocolate 250 gr	\$ 259,08	\$ 267,84	\$ 276,89	\$ 286,25	\$ 295,93
Crema Chantilly 100 gr	\$ 539,14	\$ 557,36	\$ 576,20	\$ 595,67	\$ 615,81
Duraznos 480 gr x 8	\$ 800,80	\$ 827,87	\$ 855,85	\$ 884,78	\$ 914,68
Frutilla 1 kg	\$ 1.085,76	\$ 1.122,46	\$ 1.160,40	\$ 1.199,62	\$ 1.240,17
Gaseosa 3 Lt	\$ 12,46	\$ 12,88	\$ 13,31	\$ 13,76	\$ 14,23
Guanábana 1 kg	\$ 436,80	\$ 451,56	\$ 466,83	\$ 482,61	\$ 498,92
Harina Flor 2 Kg	\$ 761,90	\$ 787,66	\$ 814,28	\$ 841,80	\$ 870,25
Helado Chicle 5 lt	\$ 82,80	\$ 85,60	\$ 88,49	\$ 91,48	\$ 94,58
Helado Chocolate 10 lt	\$ 165,60	\$ 171,20	\$ 176,98	\$ 182,97	\$ 189,15
Helado Coco 5 lt	\$ 82,80	\$ 85,60	\$ 88,49	\$ 91,48	\$ 94,58
Helado Guanábana 5 lt	\$ 82,80	\$ 85,60	\$ 88,49	\$ 91,48	\$ 94,58
Helado Leche 5 lt	\$ 82,80	\$ 85,60	\$ 88,49	\$ 91,48	\$ 94,58
Helado Menta 5 lt	\$ 82,80	\$ 85,60	\$ 88,49	\$ 91,48	\$ 94,58
Helado Mora 10 lt	\$ 82,80	\$ 85,60	\$ 88,49	\$ 91,48	\$ 94,58
Helado Ron pasas 5 lt	\$ 82,80	\$ 85,60	\$ 88,49	\$ 91,48	\$ 94,58
Helado Vainilla 10 lt	\$ 165,60	\$ 171,20	\$ 176,98	\$ 182,97	\$ 189,15
Hornimans Té (25 unid)	\$ 42,68	\$ 44,12	\$ 45,62	\$ 47,16	\$ 48,75
Huevos Unid	\$ 1.123,20	\$ 1.161,16	\$ 1.200,41	\$ 1.240,99	\$ 1.282,93
Jamón 1 Kg	\$ 926,64	\$ 957,96	\$ 990,34	\$ 1.023,81	\$ 1.058,42
Jugo de Arándan.750 ml	\$ 145,77	\$ 150,70	\$ 155,79	\$ 161,05	\$ 166,50
Jugo de Limón 750 ml	\$ 30,75	\$ 31,79	\$ 32,87	\$ 33,98	\$ 35,13
Jugo de Naranja 750 ml	\$ 36,90	\$ 38,15	\$ 39,44	\$ 40,77	\$ 42,15
Jugo de Piña 750 ml	\$ 49,51	\$ 51,19	\$ 52,92	\$ 54,70	\$ 56,55
Leche Condens. 450 gr	\$ 1.996,80	\$ 2.064,29	\$ 2.134,06	\$ 2.206,20	\$ 2.280,77
Leche Entera 1lt	\$ 1.993,52	\$ 2.060,90	\$ 2.130,56	\$ 2.202,57	\$ 2.277,02
Leche Evaporada 410 gr	\$ 964,16	\$ 996,74	\$ 1.030,43	\$ 1.065,26	\$ 1.101,27
Leche Semi-descr. 1lt	\$ 309,50	\$ 319,97	\$ 330,78	\$ 341,96	\$ 353,52
Licor de Cacao 750 ml	\$ 168,28	\$ 173,97	\$ 179,85	\$ 185,93	\$ 192,21
Mora 1 Kg	\$ 390,00	\$ 403,18	\$ 416,81	\$ 430,90	\$ 445,46
Mortadela 1 Kg	\$ 107,27	\$ 110,89	\$ 114,64	\$ 118,51	\$ 122,52
Naranjas x100 unid	\$ 262,08	\$ 270,94	\$ 280,10	\$ 289,56	\$ 299,35
Pan Baguette 1 unid	\$ 299,52	\$ 309,64	\$ 320,11	\$ 330,93	\$ 342,11
Pan Hambur. 600 gr	\$ 269,88	\$ 279,00	\$ 288,43	\$ 298,18	\$ 308,26
Pan Sándwich Fríos	\$ 842,40	\$ 870,87	\$ 900,31	\$ 930,74	\$ 962,20
Pan Sánd. Rod 20 unid	\$ 703,56	\$ 727,34	\$ 751,92	\$ 777,34	\$ 803,61

Peperoni 1 Kg	\$ 604,66	\$ 625,09	\$ 646,22	\$ 668,06	\$ 690,64
Plátano 1 kg	\$ 21,60	\$ 22,33	\$ 23,08	\$ 23,87	\$ 24,67
Pollo lb	\$ 386,91	\$ 399,99	\$ 413,51	\$ 427,48	\$ 441,93
Queso Mozarela 500 gr	\$ 990,29	\$ 1.023,76	\$ 1.058,36	\$ 1.094,14	\$ 1.131,12
Queso Sanduche 1 Kg	\$ 1.834,56	\$ 1.896,57	\$ 1.960,67	\$ 2.026,94	\$ 2.095,45
Ron Blanco 750 ml	\$ 393,64	\$ 406,94	\$ 420,70	\$ 434,91	\$ 449,61
Ron Dorado 750 ml	\$ 209,12	\$ 216,19	\$ 223,49	\$ 231,05	\$ 238,86
Tequila 750 ml	\$ 553,55	\$ 572,26	\$ 591,60	\$ 611,60	\$ 632,27
Tomate de árbol 1kg	\$ 343,20	\$ 354,80	\$ 366,79	\$ 379,19	\$ 392,01
Trip seco 750 ml	\$ 276,78	\$ 286,13	\$ 295,80	\$ 305,80	\$ 316,14
Vino 750 ml	\$ 156,00	\$ 161,27	\$ 166,72	\$ 172,36	\$ 178,18
Vodka 750 ml	\$ 1.353,12	\$ 1.398,86	\$ 1.446,14	\$ 1.495,02	\$ 1.545,55
Whisky 1000 ml	\$ 504,35	\$ 521,39	\$ 539,02	\$ 557,23	\$ 576,07
Total	\$ 28.167,05	\$ 29.119,10	\$ 30.103,32	\$ 31.120,82	\$ 32.172,70

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

En el cuadro N° 13 se determina la cantidad de productos estimados para la producción.

6.4.1.2. Mano de Obra Directa

Tabla N° 72

Proyección mano de obra directa

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cocinero	\$ 6.200	\$ 6.409	\$ 6.626	\$ 6.850	\$ 7.081
Ayudante de cocina	\$ 5.841	\$ 6.038	\$ 6.242	\$ 6.453	\$ 6.671
Total	\$ 12.040	\$ 12.447	\$ 12.868	\$ 13.303	\$ 13.752

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

6.4.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

6.4.1.3.1. Materia Prima Indirecta

Tabla N° 73

Proyección materia prima indirecta

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aceite 4 Lt	\$ 254,46	\$ 263,06	\$ 271,95	\$ 281,15	\$ 290,65
Ají	\$ 12,00	\$ 12,41	\$ 12,82	\$ 13,26	\$ 13,71
Azúcar 1 kg	\$ 663,06	\$ 685,47	\$ 708,64	\$ 732,60	\$ 757,36
Azúcar Impalp. 500 gr	\$ 237,42	\$ 245,44	\$ 253,74	\$ 262,31	\$ 271,18
Barquillos x 12 unid.	\$ 795,60	\$ 822,49	\$ 850,29	\$ 879,03	\$ 908,74
Canela molida 50 gr	\$ 101,09	\$ 104,50	\$ 108,04	\$ 111,69	\$ 115,46
Canela ramas 50 gr	\$ 81,12	\$ 83,86	\$ 86,70	\$ 89,63	\$ 92,66
Cocoa en polvo 440gr	\$ 141,82	\$ 146,61	\$ 151,57	\$ 156,69	\$ 161,99
Conos Hel. x 12 unid	\$ 234,00	\$ 241,91	\$ 250,09	\$ 258,54	\$ 267,28
Crema 500 ml	\$ 213,12	\$ 220,32	\$ 227,77	\$ 235,47	\$ 243,42
Escencias 120 gr	\$ 109,20	\$ 112,89	\$ 116,71	\$ 120,65	\$ 124,73
Hielo 15 Kg	\$ 180,00	\$ 186,08	\$ 192,37	\$ 198,88	\$ 205,60
Lechuga 300 gr	\$ 65,52	\$ 67,73	\$ 70,02	\$ 72,39	\$ 74,84
Limón 1 Kg	\$ 36,00	\$ 37,22	\$ 38,47	\$ 39,78	\$ 41,12
Mantequilla 1kg	\$ 1.135,68	\$ 1.174,07	\$ 1.213,75	\$ 1.254,77	\$ 1.297,19
Mayonesa 3.8 Kg	\$ 273,57	\$ 282,82	\$ 292,38	\$ 302,26	\$ 312,48
Mostaza 3.8 Kg	\$ 19,71	\$ 20,37	\$ 21,06	\$ 21,77	\$ 22,51
Orégano 50 gr	\$ 39,94	\$ 41,29	\$ 42,68	\$ 44,12	\$ 45,62
Polvo de hornear sob.	\$ 312,00	\$ 322,55	\$ 333,45	\$ 344,72	\$ 356,37
Sal 1 Kg	\$ 23,76	\$ 24,56	\$ 25,39	\$ 26,25	\$ 27,14
Salsa de Tom. 3.8 Kg	\$ 8,54	\$ 8,83	\$ 9,13	\$ 9,43	\$ 9,75
Sazona Todo 550 gr	\$ 200,16	\$ 206,93	\$ 213,92	\$ 221,15	\$ 228,62
Tomate 1 kg	\$ 91,00	\$ 94,08	\$ 97,26	\$ 100,54	\$ 103,94
Tulipanes peq. x 12	\$ 76,44	\$ 79,02	\$ 81,69	\$ 84,46	\$ 87,31
Vinagre 500 ml	\$ 32,64	\$ 33,74	\$ 34,88	\$ 36,06	\$ 37,28
Total	\$ 5.337,84	\$ 5.518,26	\$ 5.704,77	\$ 5.897,60	\$ 6.096,93

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

Tabla N° 74**Proyección CIF**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servilletas	\$ 395,46	\$ 408,83	\$ 422,64	\$ 436,93	\$ 451,70
Sorbetes	\$ 218,40	\$ 225,78	\$ 233,41	\$ 241,30	\$ 249,46
Luz: Kw/Hora/mes	\$ 1.184,40	\$ 1.224,43	\$ 1.265,82	\$ 1.308,60	\$ 1.352,83
Agua: m3/mes	\$ 540,00	\$ 558,25	\$ 577,12	\$ 596,63	\$ 616,79
Reposi. de Menaje	\$ 360,00	\$ 372,17	\$ 384,75	\$ 397,75	\$ 411,20
Total	\$ 2.698,26	\$ 2.789,46	\$ 2.883,74	\$ 2.981,22	\$ 3.081,98

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

6.4.2. Gastos Administrativos**Tabla N° 75 Proyección gastos administrativos****Proyección gastos administrativos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 11.584,50	\$ 11.976,06	\$ 12.380,85	\$ 12.799,32	\$ 13.231,94
Serv. Profesionales	\$ 360,00	\$ 372,17	\$ 384,75	\$ 397,75	\$ 411,20
Arriendo	\$ 7.200,00	\$ 7.443,36	\$ 7.694,95	\$ 7.955,03	\$ 8.223,91
Sumin. de Oficina	\$ 284,58	\$ 294,20	\$ 304,14	\$ 314,42	\$ 325,05
Sumin. de Aseo	\$ 394,33	\$ 407,66	\$ 421,44	\$ 435,68	\$ 450,41
Uniformes Personal	\$ 190,20	\$ 196,63	\$ 203,27	\$ 210,15	\$ 217,25
Servicios Básicos	\$ 900,00	\$ 930,42	\$ 961,87	\$ 994,38	\$ 1.027,99
Total	\$ 20.913,61	\$ 21.620,49	\$ 22.351,26	\$ 23.106,74	\$ 23.887,74

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

6.4.3. Gastos de Ventas**Tabla N° 76****Proyección gastos de venta**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cajero	\$ 5.840,63	\$ 6.038,04	\$ 6.242,13	\$ 6.453,11	\$ 6.671,23
Publicidad	\$ 600,00	\$ 620,28	\$ 641,25	\$ 662,92	\$ 685,33
Total	\$ 6.440,63	\$ 6.658,32	\$ 6.883,37	\$ 7.116,03	\$ 7.356,55

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

6.4.4. Gastos de Depreciación

La depreciación se los realiza a todos los activos fijos tangibles.

Tabla N° 77

Depreciación activos fijos y amortización acumulada de activos diferidos

Activos	Cant.	C/U	C/Total	% Dep	Valor de Dep.	Dep. Acum	Valor en Libros
Adecuación del Local	1	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00	10%	\$ 187,50	\$ 937,50	\$ 937,50
Equipo de Computo HP Core i5	1	\$ 800,00	\$ 800,00	33%	\$ 266,67	\$ 800,00	\$ 0,00
Impresora Multifuncional	1	\$ 150,00	\$ 150,00	33%	\$ 50	\$ 150,00	\$ 0,00
Congelador	1	\$ 700,00	\$ 700,00	15%	\$ 105	\$ 525,00	\$ 175,00
Refrigeradora	1	\$ 950,00	\$ 950,00	10%	\$ 95	\$ 475,00	\$ 475,00
Cocina - Horno - Plancha Industrial	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	10%	\$ 250	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
Microondas	1	\$ 150,00	\$ 150,00	10%	\$ 15	\$ 75,00	\$ 75,00
Máquina de café Automática	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	10%	\$ 350	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00
Licuada Oster Pro	1	\$ 150,00	\$ 150,00	10%	\$ 15	\$ 75,00	\$ 75,00
Extractor de Jugos semi. Industrial	1	\$ 90,00	\$ 90,00	10%	\$ 9	\$ 45,00	\$ 45,00
Campana extractora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10%	\$ 50	\$ 250,00	\$ 250,00
Waflera	1	\$ 60,00	\$ 60,00	10%	\$ 6	\$ 30,00	\$ 30,00
Batidora	1	\$ 35,00	\$ 35,00	10%	\$ 4	\$ 17,50	\$ 17,50
Balanza	1	\$ 25,00	\$ 25,00	10%	\$ 3	\$ 12,50	\$ 12,50

Refrigerador panorámico	1	\$ 750,00	\$ 750,00	10%	\$ 75	\$ 375,00	\$ 375,00
Plancha Sanduchera	1	\$ 117,00	\$ 117,00	10%	\$ 12	\$ 58,50	\$ 58,50
Tostadora	1	\$ 29,50	\$ 29,50	10%	\$ 3	\$ 14,75	\$ 14,75
Tetera eléctrica	1	\$ 35,00	\$ 35,00	10%	\$ 4	\$ 17,50	\$ 17,50
Mesas Cuadradas 80x80cm	9	\$ 50,00	\$ 450,00	10%	\$ 45	\$ 225,00	\$ 225,00
Mesas Cuadradas 40x40cm	2	\$ 25,00	\$ 50,00	10%	\$ 5	\$ 25,00	\$ 25,00
Sillas 38x41cm	9	\$ 35,00	\$ 315,00	10%	\$ 32	\$ 157,50	\$ 157,50
Muebles de cocina	5	\$ 350,00	\$ 1.750,00	10%	\$ 175	\$ 875,00	\$ 875,00
Aparador 41*120cm	2	\$ 300,00	\$ 600,00	10%	\$ 60	\$ 300,00	\$ 300,00
Barra 315x45cm	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10%	\$ 50	\$ 250,00	\$ 250,00
Taburetes 32x30cm	4	\$ 75,00	\$ 300,00	10%	\$ 30	\$ 150,00	\$ 150,00
Caja registradora	1	\$ 375,00	\$ 375,00	10%	\$ 38	\$ 187,50	\$ 187,50
Teléfono Inalámbrico	1	\$ 65,00	\$ 65,00	10%	\$ 7	\$ 32,50	\$ 32,50
Plasma 42" Lg	1	\$ 800,00	\$ 800,00	10%	\$ 80	\$ 400,00	\$ 400,00
Parlantes Caja de Audio	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10%	\$ 50	\$ 250,00	\$ 250,00
Blue Ray	1	\$ 200,00	\$ 200,00	10%	\$ 20	\$ 100,00	\$ 100,00
Menaje y Utensilios de Cocina - Bar	1	\$ 1.180,43	\$ 1.180,43	10%	\$ 236,09	\$ 1.180,43	\$ 0,00
Total Anual			\$ 19.501,93		\$ 2.324,40	\$ 10.991,18	\$ 8.510,75
Activo diferido			\$ 930,00		\$ 186	\$ 930	\$ 0,00

Fuente: Estudio Técnico y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

6.4.5. Gastos de Amortización

Para solventar la inversión inicial es necesario recurrir a una institución financiera que otorgue un crédito.

El presente proyecto tiene una inversión de \$ 20.971,44, de los cuales el 76% es decir \$ 15.971,44, será cubierto por el inversionista, el 24 % se recurre a un crédito a la CFN, por un valor de \$ 5.000,00 con una tasa de interés del 11,20% anual a 5 años. A continuación se detalla la tabla de amortización anual.

Tabla N° 78

Amortización de la deuda

Saldo inicial	Pago programado	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
\$5.000,00	\$1.359,66	\$1.359,66	\$799,66	\$560,00	\$4.200,34
\$4.200,34	\$1.359,66	\$1.359,66	\$889,23	\$470,44	\$3.311,11
\$3.311,11	\$1.359,66	\$1.359,66	\$988,82	\$370,84	\$2.322,29
\$2.322,29	\$1.359,66	\$1.359,66	\$1.099,57	\$260,10	\$1.222,72
\$1.222,72	\$1.359,66	\$1.222,72	\$1.085,78	\$136,94	\$0,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado: Por el Autor

6.5. Estados financieros

6.5.1. Balance General

Este estado financiero, refleja la situación inicial de la empresa en relación a sus activos, mismos que serán adquiridos para el arranque del proyecto y de igual manera las obligaciones contraídas que serían los pasivos, para finalmente determinar un patrimonio.

Tabla N° 79**Estado de situación inicial****ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Activo Corriente	\$ 539,51	Documentos por Pagar	\$ 5.000,00
Activos Fijos		TOTAL PASIVO	
Equipo de Computo	\$ 950,00	Patrimonio	
Maquinaria y Equipos	\$ 9.591,50	Capital Social	\$ 15.431,93
Muebles y enseres	\$ 3.965,00	Capital de trabajo	\$ 539,51
Equipo de Oficina	\$ 1.940,00		
Menaje y Utensilios de Cocina - Bar	\$ 1.180,43		
Adecuación del Local	\$ 1.875,00		
Otros Activos			
Gastos de Constitución	\$ 930,00		
		TOTAL PASIVO Y	
TOTAL ACTIVOS	\$ 20.971,44	PATRIMONIO	\$ 20.971,44

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

6.5.2. Estado de Resultados

El estado de resultados, refleja los movimientos económicos del proyecto prevista en el lapso de 5 años.

Tabla N° 80

Estado de resultados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción	29757	30763	31803	32877	33989
+ Ingresos	\$ 81.354,00	\$ 86.946,47	\$ 92.923,39	\$ 99.311,17	\$ 106.138,06
- Costos de producción	\$ 50.753,80	\$ 52.384,43	\$ 54.070,17	\$ 55.496,72	\$ 57.298,35
- Gastos Administrativos	\$ 20.913,61	\$ 21.620,49	\$ 22.351,26	\$ 23.106,74	\$ 23.887,74
- Gasto de Ventas	\$ 6.440,63	\$ 6.658,32	\$ 6.883,37	\$ 7.116,03	\$ 7.356,55
- Depreciaciones	\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.008,24	\$ 2.008,24
- Amortización Intangibles	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00
- Gastos Financieros	\$ 560,00	\$ 470,44	\$ 370,84	\$ 260,10	\$ 136,94
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 175,56	\$ 3.302,39	\$ 6.737,33	\$ 11.137,34	\$ 15.264,23
- 15%Utilidad Trabajadores	\$ 26,33	\$ 495,36	\$ 1.010,60	\$ 1.670,60	\$ 2.289,64
- Impuesto a la Renta 22%	\$ 32,83	\$ 617,55	\$ 1.259,88	\$ 2.082,68	\$ 2.854,41
= Utilidad Después de Impuestos	\$ 116,40	\$ 2.189,49	\$ 4.466,85	\$ 7.384,06	\$ 10.120,19
+ Depreciación	\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.008,24	\$ 2.008,24
+ Amortización intangibles	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00
- Amortización de deuda	\$ 799,66	\$ 889,23	\$ 988,82	\$ 1.099,57	\$ 1.085,78
Flujo Neto de Efectivo	\$ 1.827,13	\$ 3.810,66	\$ 5.988,43	\$ 8.478,73	\$ 11.228,65

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

6.5.3. Flujo de Caja

El flujo de caja es uno de los elementos importantes, ya que en base a sus resultados se realizara la evaluación económica del proyecto.

Tabla N° 81

Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$ 81.354,00	\$ 86.946,47	\$ 92.923,39	\$ 99.311,17	\$ 106.138,06
- Costos de Producción		\$ 50.753,80	\$ 52.384,43	\$ 54.070,17	\$ 55.496,72	\$ 57.298,35
- Gastos Administrativos		\$ 20.913,61	\$ 21.620,49	\$ 22.351,26	\$ 23.106,74	\$ 23.887,74
- Gasto de Ventas		\$ 6.440,63	\$ 6.658,32	\$ 6.883,37	\$ 7.116,03	\$ 7.356,55
- Depreciaciones		\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.008,24	\$ 2.008,24
- Amortización Intangibles		\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00
- Interés Préstamo		\$ 560,00	\$ 470,44	\$ 370,84	\$ 260,10	\$ 136,94
= Utilidad Antes de Impuestos		\$ 175,56	\$ 3.302,39	\$ 6.737,33	\$ 11.137,34	\$ 15.264,23
- 15% Participación a Trabajadores		\$ 26,33	\$ 495,36	\$ 1.010,60	\$ 1.670,60	\$ 2.289,64
- Impuesto a la Renta		\$ 32,83	\$ 617,55	\$ 1.259,88	\$ 2.082,68	\$ 2.854,41
= Utilidad Neta		\$ 142,73	\$ 2.684,85	\$ 5.477,45	\$ 9.054,66	\$ 12.409,82
+ Depreciaciones		\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.324,40	\$ 2.008,24	\$ 2.008,24
+ Amortización Intangibles		\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00	\$ 186,00
Inversión en activos fijos	-\$ 19.501,93					
Inversión en activos intangibles	-\$ 930,00					
Inversión en capital de trabajo	-\$ 539,51					
Préstamo	\$ 5.000,00					
- Amortización de la Deuda		\$ 799,66	\$ 889,23	\$ 988,82	\$ 1.099,57	\$ 1.085,78
Valor de desecho						\$ 8.510,75
= Flujo de Caja	-\$ 15.971,44	\$ 1.853,47	\$ 4.306,02	\$ 6.999,03	\$ 10.149,33	\$ 22.029,03

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

6.6. Evaluación financiera

La evaluación financiera del proyecto permite tener un marco de seguridad en cuanto a la inversión se refiere, y lograr disminuir el riesgo económico.

6.6.1. Determinación de la Tasa de Redescuento o Tasa de Rendimiento Medio.

Están compuestos por dos elementos que son el costo de capital, tanto para el aporte propio del capital como para el financiamiento y el nivel de riesgo país.

Tabla N° 82

Tasa de rendimiento medio

Financiamiento	Cantidad	% de Aportación	Interés	Ponderación
Propio	\$ 15.971,44	76%	12,88%	9,81%
Crédito	\$ 5.000,00	24%	11,20%	2,67%
Tasa de Rendimiento Media				12,48%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

Datos:

- Tasa de interés CFN 11,20%
- Premio al riesgo 9,19%
- Inflación 3,38%

Interés Propio = Premio al riesgo + Inflación + Premio al riesgo * Inflación

Interés Propio = 9,19 % + 3,38% + 9,19% * 3,38%

Interés Propio = 12,88%

Ponderación 1 = Financiamiento % de Aportación * Interés

$$\text{Ponderación 1} = 76\% * 12,88\%$$

$$\text{Ponderación 1} = 9,81 \%$$

$$\text{Ponderación 2} = \text{Financiamiento \% de Aportación} * \text{Interés}$$

$$\text{Ponderación 2} = 24\% * 11,20\%$$

$$\text{Ponderación 2} = 2,67 \%$$

$$\text{Tasa de Rendimiento Medio} = \text{Ponderación 1} + \text{Ponderación 2}$$

$$\text{Tasa de Rendimiento Medio} = 9,81\% + 2,67\%$$

$$\text{Tasa de Rendimiento Medio} = 12,48\%$$

La tasa de rendimiento medio, es lo mínimo que se puede ganar para poder operar.

6.6.2. Determinación del Valor Actual Neto (VAN).

El VAN permite medir los flujos de los ingresos y egresos futuros del proyecto, para determinar, una vez descontada la inversión inicial, si existiese alguna ganancia. Si dicho resultado es positivo, el proyecto es viable.

$$\text{VPN} = -P + \frac{FN 1}{(1+i)^1} + \frac{FN 2}{(1+i)^2} + \frac{FN 3}{(1+i)^3} + \frac{FN 4}{(1+i)^4} + \frac{FN 5}{(1+i)^5}$$

Tabla N° 83

Determinación del VAN

Años	Flujo Neto de Caja	Flujos Netos Actualizados
1	\$ 1.853,47	\$ 1.647,82
2	\$ 4.306,02	\$ 3.403,50
3	\$ 6.999,03	\$ 4.918,28
4	\$ 10.149,33	\$ 6.340,70
5	\$ 22.029,03	\$ 12.235,46

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

$$VPN = -P + \frac{FN 1}{(1+i)^1} + \frac{FN 2}{(1+i)^2} + \frac{FN 3}{(1+i)^3} + \frac{FN 4}{(1+i)^4} + \frac{FN 5}{(1+i)^5}$$

$$VPN = -\$ 15.971,44 + \frac{1.853,47}{(1+12,48\%)^1} + \frac{4.306,02}{(1+12,48\%)^2} + \frac{6.999,03}{(1+12,48\%)^3} + \frac{10.149,33}{(1+12,48\%)^4} + \frac{22.029,03}{(1+12,48\%)^5}$$

$$VPN = \$ 12.574,32$$

Una vez realizado el cálculo respectivo se concluye que el VAN del proyecto es de \$ 12.574,32 por tanto significa que el proyectos es factible y justifica la inversión.

6.6.3. Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR).

La TIR de un proyecto representa a la tasa de interés la cual hace que el VAN del proyecto sea 0, por tanto la tasa interna de retorno determina la rentabilidad que devuelve el proyecto en su vida útil.

Tabla N° 84**Flujos netos actualización (TIR)**

Años	Flujo Neto	VAN Positivo 30%	VAN Negativo 33%
0	-\$ 15.971,44	-\$ 15.971,44	-\$ 15.971,44
1	\$ 1.647,82	\$ 1.425,74	\$ 1.393,58
2	\$ 3.403,50	\$ 2.547,94	\$ 2.434,29
3	\$ 4.918,28	\$ 3.185,72	\$ 2.974,97
4	\$ 6.340,70	\$ 3.553,56	\$ 3.243,63
5	\$ 12.235,46	\$ 5.933,06	\$ 5.293,43
Total	\$ 12.574,32	\$ 674,59	-\$ 631,53

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

Fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right]$$

Dónde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

Ti = Tasa Inferior

Ts = Tasa Superior

VAN_i = VAN Inferior

VAN_s = VAN Superior

$$TIR = 30\% + (33\% - 30\%) \left[\frac{674,69}{674,69 - (-631,53)} \right]$$

TIR = 31,5%

Se concluye que el proyecto es viable, ya que la TIR es de 31,5%, superior a la tasa de rendimiento medio que es 12,48%.

6.6.4. Determinación Costo – Beneficio

El índice de Costo – Beneficio, indica el valor que tiene la inversión en relación a los beneficios y costos.

Tabla N° 85

Índice beneficio costo

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
1	\$ 81.354,00	\$ 72.327,57	\$ 79.467,70	\$ 70.650,56
2	\$ 86.946,47	\$ 68.722,97	\$ 82.022,90	\$ 64.831,35
3	\$ 92.923,39	\$ 65.298,01	\$ 84.664,47	\$ 59.494,40
4	\$ 99.311,17	\$ 62.043,74	\$ 87.079,15	\$ 54.401,90
5	\$ 106.138,06	\$ 58.951,65	\$ 89.765,36	\$ 49.857,86
Total		\$ 327.343,93		\$ 299.236,07

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{327.343,93}{299.236,07}$$

$$\text{Beneficio Costo} = \$ 1,09$$

Se concluye que por cada dólar que se invierte en el proyecto, regresa el mismo dólar más nueve centavos.

6.6.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

Permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, mediante la suma de los flujos netos actualizados, hasta llegar al tiempo de recuperación de la inversión.

Tabla N° 86**Recuperación de la inversión**

Años	Flujo Neto Actualizado	Flujo Neto Acumulado
1	\$ 1.647,82	\$ 1.647,82
2	\$ 3.403,50	\$ 5.051,32
3	\$ 4.918,28	\$ 9.969,60
4	\$ 6.340,70	\$ 16.310,30
5	\$ 12.235,46	\$ 28.545,76

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Autor

Inversión - Años

Años = 4 años = 16.310,30

Inversión – Meses

Meses = $(12.235,46/12) = 1.019,62 * 4 = 4.078,49$

El periodo de la recuperación de la inversión será en 4 años, 4 meses

6.6.6. Punto de Equilibrio

Refleja el momento en que el proyecto empieza a ganar, igualmente si el proyecto empezaría a generar pérdidas.

Para determinar el punto de equilibrio es necesario estimar los costos fijos y variables del proyecto, los cuales se presentan a continuación.

Tabla N° 87**Determinación Costos Fijos y Variables**

Detalle	Mensual	Anual
COSTO FIJO		
Mano de Obra Directa	\$ 1.003,35	\$ 12.040,25
Gastos Administrativos	\$ 1.667,80	\$ 20.013,61
Gasto de Venta	\$ 536,72	\$ 6.440,63
Gasto Financiero	\$ 113,31	\$ 1.359,66
Amortizaciones	\$ 15,50	\$ 186,00
Depreciaciones	\$ 193,70	\$ 2.324,40
Total costo fijo	\$ 3.530,38	\$ 42.364,55
COSTO VARIABLES		
Materia Prima Directa	\$ 2.347,25	\$ 28.167,05
Materia Prima Indirecta	\$ 444,82	\$ 5.337,84
CIF	\$ 51,16	\$ 613,86
Servicios Básicos	\$ 218,70	\$ 2.624,40
Reposicionamiento de menaje	\$ 30,00	\$ 360,00
Total costos variables	\$ 3.091,93	\$ 37.103,15
Total CF+CV	\$ 6.622,31	\$ 79.467,70

Fuente: Estudio Financiero.**Elaborado:** Por el Autor

Para determinar el punto de equilibrio, se realizó un análisis por producto el cual refleja, la cantidad que se debe producir y vender para poder alcanzar el mismo. De forma conjunta el resultado es de 3094 productos y en términos monetarios \$ 5.456,41

Tabla N° 88

Punto de Equilibrio Varios Productos

N °	PRODUCTO	Unidad a Vender	% Participación	Precio	Costo Variable	Margen	MG Ponderado	Punto Equilibrio	Ingresos
1	Café Americano	156	4%	\$ 0,85	\$ 0,11	\$ 0,74	0,03	110	\$ 93,38
2	Café Latte	130	3%	\$ 1,50	\$ 0,25	\$ 1,25	0,04	92	\$ 137,33
3	Capuchino	130	3%	\$ 1,80	\$ 0,27	\$ 1,53	0,05	92	\$ 164,79
4	Mokachino	104	2%	\$ 1,90	\$ 0,42	\$ 1,48	0,04	73	\$ 139,16
5	Chocolate	52	1%	\$ 1,50	\$ 0,32	\$ 1,18	0,01	37	\$ 54,93
6	Te	52	1%	\$ 0,75	\$ 0,17	\$ 0,58	0,01	37	\$ 27,47
7	Sándwich de Jamón y Queso	78	2%	\$ 2,50	\$ 1,03	\$ 1,47	0,03	55	\$ 137,33
8	Sándwich de Pollo y champiñones	78	2%	\$ 3,30	\$ 1,01	\$ 2,29	0,04	55	\$ 181,27
9	Sándwich de Jamón y Queso Caliente	78	2%	\$ 1,50	\$ 0,90	\$ 0,60	0,01	55	\$ 82,40
10	Sándwich de Pollo y Jamón	78	2%	\$ 2,00	\$ 0,82	\$ 1,18	0,02	55	\$ 109,86
11	Sándwich de Jamón Caliente	78	2%	\$ 1,20	\$ 0,52	\$ 0,68	0,01	55	\$ 65,92
12	Sándwich de Queso Caliente	78	2%	\$ 1,20	\$ 0,64	\$ 0,56	0,01	55	\$ 65,92
13	Sándwiches de Mortadela Caliente	52	1%	\$ 1,10	\$ 0,44	\$ 0,66	0,01	37	\$ 40,28
14	Pan- Pizza / 3 personas	52	1%	\$ 6,00	\$ 3,12	\$ 2,88	0,03	37	\$ 219,72
15	Hamburguesa	104	2%	\$ 3,25	\$ 1,37	\$ 1,88	0,04	73	\$ 238,03
16	Piña Colada	26	1%	\$ 3,50	\$ 1,20	\$ 2,30	0,01	18	\$ 64,09
17	Daiquiri	26	1%	\$ 1,80	\$ 0,54	\$ 1,26	0,01	18	\$ 32,96
18	Padrino	26	1%	\$ 3,50	\$ 1,84	\$ 1,66	0,01	18	\$ 64,09
19	Madrina	26	1%	\$ 3,00	\$ 1,50	\$ 1,50	0,01	18	\$ 54,93
20	Alexander	26	1%	\$ 3,00	\$ 1,72	\$ 1,28	0,01	18	\$ 54,93
21	Cosmopolitan	26	1%	\$ 4,25	\$ 2,84	\$ 1,41	0,01	18	\$ 77,82

22	Margarita	26	1%	\$ 3,50	\$ 2,11	\$ 1,39	0,01	18	\$ 64,09
23	Cuba Libre	26	1%	\$ 2,10	\$ 0,73	\$ 1,37	0,01	18	\$ 38,45
24	Destornillador	26	1%	\$ 3,25	\$ 1,87	\$ 1,38	0,01	18	\$ 59,51
25	Cerveza	260	6%	\$ 2,00	\$ 1,00	\$ 1,00	0,06	183	\$ 366,20
26	Helado Tulipán Pequeño	78	2%	\$ 1,50	\$ 0,40	\$ 1,10	0,02	55	\$ 82,40
27	Helado Copa	78	2%	\$ 1,50	\$ 0,32	\$ 1,18	0,02	55	\$ 82,40
28	Helado Cono Simple	78	2%	\$ 0,80	\$ 0,27	\$ 0,53	0,01	55	\$ 43,94
29	Helado Cono Doble	78	2%	\$ 1,00	\$ 0,32	\$ 0,68	0,01	55	\$ 54,93
30	Torta tres Leche / (11 porciones)	572	13%	\$ 1,80	\$ 0,58	\$ 1,22	0,16	403	\$ 725,08
31	Torta de chocolate / (11 porciones)	572	13%	\$ 1,30	\$ 0,31	\$ 0,99	0,13	403	\$ 523,67
32	Torta de vainilla / (11 porciones)	572	13%	\$ 1,30	\$ 0,30	\$ 1,00	0,13	403	\$ 523,67
33	Frutillas con Crema	104	2%	\$ 2,00	\$ 0,80	\$ 1,20	0,03	73	\$ 146,48
34	Duraznos con Crema	104	2%	\$ 2,00	\$ 1,03	\$ 0,97	0,02	73	\$ 146,48
35	Batido de Fresa	78	2%	\$ 2,00	\$ 0,93	\$ 1,07	0,02	55	\$ 109,86
36	Batido de Mora	52	1%	\$ 2,00	\$ 0,96	\$ 1,04	0,01	37	\$ 73,24
37	Batido de Tomate de Árbol	52	1%	\$ 2,00	\$ 0,88	\$ 1,12	0,01	37	\$ 73,24
38	Batido de Guanábana	52	1%	\$ 2,00	\$ 1,03	\$ 0,97	0,01	37	\$ 73,24
39	Jugo de Naranja	78	2%	\$ 1,30	\$ 0,33	\$ 0,97	0,02	55	\$ 71,41
40	Milkshake	52	1%	\$ 2,50	\$ 0,36	\$ 2,14	0,03	37	\$ 91,55
	Totales	4394	100%				1,14	3094	\$ 5.456,41

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado: Por el Auto

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Introducción

El análisis de los impactos permite prever las consecuencias positivas o negativas que podría tener la implantación del proyecto, por tanto es fundamental analizar, evaluar y posteriormente buscar soluciones si así fuese el caso.

7.2. Objetivos del análisis de impactos

7.2.1. Objetivo General

- Determinar los impactos, económicos, sociales, culturales y ambientales que generará la creación del Café-Bar Temático en la ciudad de Cayambe.

7.3. Valoración de impactos

Para la valoración de los impactos se procederá a realizar una matriz de valoración, resultando ser positivo o negativo según el impacto.

Tabla N° 89

Valoración de Impactos

Valoración	Impacto
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No existe impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por el Autor

La fórmula a utilizar es la siguiente

$$\text{Grado de impacto} = \frac{\Sigma \text{Niveles de impactos}}{\# \text{ de indicadores}}$$

7.4. Impactos a analizar

Los impactos que se analizan en la presente investigación son los siguientes.

- Económico
- Social
- Cultural
- Ambiental

7.4.1. Impacto económico

7.4.1.1. Indicadores

- Rentabilidad
- Costos de producción
- Inversión
- Desarrollo económico de la ciudad

a) Rentabilidad

Una vez realizado la evaluación financiera se determinó que el proyecto es rentable; además cuenta con una demanda potencial insatisfecha que tiende a crecer.

b) Costos de producción

Este análisis se determina mediante hojas de costos y además se ha establecido recetas estándar para cada uno de los productos, lo que ha permitido un estudio más profundo. Se concluye que los costos no son altos en relación a los ingresos que se prevé alcanzar.

c) Inversión

La inversión no es alta, por lo que no es un impedimento la implantación del proyecto, además existen un capital propio.

d) Desarrollo económico de la ciudad

Mediante la creación de un nuevo emprendimiento, se fortalece el sector microempresaria a la vez se garantiza la dotación de nuevos servicios o productos al cliente.

Tabla N° 90

Impacto Económico

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Rentabilidad						X		2
Costos de Producción						X		2
Inversión					X			1
Desarrollo económico de la ciudad							X	3
Total					1	4	3	8

Fuente: Investigación y Estudio Financiero

Elaborado: Por el Autor

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma \text{Niveles de impactos}}{\# \text{ de indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{8}{4}$$

$$\text{Impacto Económico} = 2$$

El impacto económico que tendrá el proyecto, es un impacto medio positivo.

7.4.2. Impacto social

7.4.2.1. Indicadores

- Generación de fuentes de empleo

- Un lugar innovador
- Interacción social
- Venta de bebidas con alcohol

a) Generación de fuentes de empleo

La implementación de un nuevo ente productivo en la ciudad, genera la oportunidad de la contratación de mano de obra, a la vez de contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de dichas personas.

b) Un lugar innovador

“INTI COFFE” Café Bar Temático, representa un nuevo escenario en la ciudad de Cayambe, un lugar agradable, llamativo a primera vista y que ofrece un servicio distinto a los negocios similares.

c) Interacción social

El lugar permite una interacción social, al compartir momentos agradables con amigos, familiares, pareja, y descansar de la rutina diaria.

d) Venta de bebidas con alcohol

El Café Bar Temático, dentro de los productos que se ofertan están las bebidas con alcohol, que en su mayoría son cocteles y cervezas, sin embargo para evitar inconvenientes la venta de los estos será moderada.

Tabla N° 91**Impacto Social**

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de fuentes de empleo							X	3
Un lugar innovador						X		2
Interacción social						X		2
Venta de bebidas con alcohol		X						-2
Total		-2				4	3	5

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por el Autor

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma \text{Niveles de impactos}}{\# \text{ de indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{5}{4}$$

$$\text{Impacto Económico} = 1,25$$

El impacto social que tendrá el proyecto, es un impacto bajo positivo

7.4.3. Impacto cultural

7.4.3.1. Indicadores

- Fortalecimiento de las costumbres y tradiciones Cayambeñas
- Identidad cultural
- Conocimiento cultural

a) Fortalecimiento de las costumbres y tradiciones Cayambeñas

Fomentar a las nuevas generaciones, sobre la importancia cultural que tiene Cayambe desde sus inicios a la actualidad.

b) Identidad cultural

Dar a conocer las diferentes manifestaciones culturales de Cayambe, y promulgar en la ciudadanía el rescate y conservación.

c) Conocimiento cultural

Enriquecer el conocimiento de la población, mediante la creación del Café Bar Temático, en donde se hará referencia a la cultural de Cayambe.

Tabla N° 92

Impacto Cultural

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Fortalecimiento de las costumbres y tradiciones Cayambeñas							X	3
Identidad cultural						X		2
Conocimiento cultural							X	3
Total						2	6	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por el Autor

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma \text{Niveles de impactos}}{\# \text{ de indicadores}}$$

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

$$\text{Impacto Económico} = 2,66$$

El impacto cultural que tendrá el proyecto, es un impacto alto positivo

7.4.4. Impacto ambiental

7.4.4.1. Indicadores

- Conservación al medio ambiente

- Manejo de los desechos
- Contaminación del ruido

a) Conservación al medio ambiente

El presente proyecto no tendrá un impacto mayoritario al medio ambiente ya que se trata de un proyecto de alimentos básicamente.

b) Manejo de los desechos

El manejo de los desechos se lo realizará de forma consciente y ordenada cumpliendo con las normativas establecidas por el Gadip Municipal, y a la vez tratando de reciclar.

c) Contaminación del ruido

En el interior del local se reproducirá música, sin embargo el nivel de la música será mínimo o de fondo, de todas maneras se trabajará para aislar el ruido, hacia el exterior del local.

Tabla N° 93

Impacto Ambiental

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Conservación al medio ambiente					X			1
Manejo de los desechos					X			1
Contaminación del ruido			X					-1
Total			-1		2			1

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por el Autor

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\Sigma \text{Niveles de impactos}}{\# \text{ de indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{1}{3}$$

$$\text{Impacto Económico} = 0,33$$

No existe un impacto ambiental en el proyecto.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha realizado la investigación sobre el “Estudio de Factibilidad para la creación de un Café Bar Temático en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha”, se puede concluir lo siguiente:

- En el diagnóstico situacional se determinó los aliados como la mano de obra, la materia prima disponible; oportunidades como la implantación de una nueva idea de negocio, sin embargo también se encuentran riesgos referentes a la situación política y económica del país y oponentes específicamente la competencia.
- En el marco teórico se sustentó de forma conceptual y legal, la creación del Café Bar Temático, y a la vez de ser un apoyo para el desarrollo y análisis de la investigación.
- Mediante el estudio de mercado se identificó que existe una potencial demanda insatisfecha, y que la idea de negocio tiene una gran aceptación. De igual manera se realizó un estudio a los negocios similares, para determinar posibles precios y sus ofertas. También se realizó varias entrevistas a profesionales que están relacionados a este tipo de negocios.
- Del estudio técnico se concluyó que la inversión total del proyecto es de \$ 20.971,44, de los cuales el 76% será financiado con capital propio.
- En la propuesta administrativa se delimitó a través de un organigrama estructural y funcional las diferentes áreas y funciones del personal, además se estableció la filosofía institucional.

- En el estudio financiero se realizó las diferentes proyecciones de ingresos y egresos; en la evaluación financiera se determinó un VAN de \$ 12.574,32, la TIR de 31,5%, la relación Costo Beneficio \$1,09 y se y finalmente que el Periodo de Recuperación de la Inversiones es de 4 años 4 meses; en base a todo esto se concluye que el proyecto es viable.
- El análisis de los impactos se realizó a través de una matriz de valoración de impactos, para la investigación se consideró los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales, finalmente como resultado de las valoraciones da un impacto medio positivo.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar las oportunidades que presenta el proyecto, y crear una empresa sostenible a través del tiempo.
- Aprovechar la demanda insatisfecha existente, ofreciendo productos y servicios de calidad. Por lo tanto es necesario impulsar las estrategias de comercialización y lograr posicionarse en el mercado.
- Es recomendable que la empresa cuenta con la maquinaria adecuada, la materia prima y mano de obra optima, para garantizar un buen servicio al cliente.
- Establecer políticas de calidad para garantizar la optimización de los recursos y obtener una mayor rentabilidad.
- Cumplir con la filosofía institucional, con la finalidad de que el personal pueda involucrarse de forma directa en la empresa.
- Mitigar los impactos negativos que genera el proyecto, con la finalidad de conservar y no alterar el entorno natural.

BIBLIOGRAFÍA

- Araujo, D. (2013). *Proyectos de Inversión*. México, D.F: Trillas.
- Arboleda, G. (2013). *Proyectos*. Bogotá: Alfaomega.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F: McGrawHill.
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Mexico, D.F.: McGrawHill.
- Bravo, M. (2013). *Contabilidad General* . Quito: Escobar Impresores.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Eco Ediciones.
- DeConceptos.com. (s.f.). *DeConceptos.com*. Obtenido de <http://deconceptos.com/general/muestra>
- Definición.de. (s.f.). *Definición.de*. Obtenido de <http://definicion.de/tematica/>
- Encolombia. (s.f.). *¿ Qué es un producto y Qué es un servicio ?* Obtenido de <https://encolombia.com/economia/empresas/marcas/quesunproducto/>
- Franklin, E., & Krieger, M. (2011). *Comportamiento Organizacional* . Naucalpan de Juárez: PEARSON.
- Gallego, J. (2012). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Madrid: Paraninfo.
- Hernández , S., & Palafox, G. (2012). *Administración*. Mexico, D.F: McGraw-Hill.
- Limas, J. (2011). *Marketing Empresarial Dirección como Estrategia Competitiva*. Bogotá: Ediciones la U.
- Louffat, E. (2012). *Administración*. Buenos Aires: CENGAGE Learning.
- Mercantilzate. (4 de Julio de 2013). *Estrategias de Distribución - Plaza en el Marketing Mix*. Obtenido de <http://mercantilzate.blogspot.com/2013/07/estrategias-de-distribucion-plaza-en-el.html>
- Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Morueco, R. (2014). *Manual Practico de Administración*. Bogotá: Ra-ma Editorial.
- Murcia, J. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Bogotá: Alfaomega.

Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Gestión de Proyectos*. Málaga: AENOR.

Rodríguez, R. (2012). *Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Rosell, J. (2013). *Gestión del Bar y Cafetería*. Vigo: Ideaspropias.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión*. Santiago de Chile: PEARSON.

Wigodsky, J. (14 de Junio de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Wikipedia. (2013). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org>

ANEXOS



Anexo 1.- Encuesta

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

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación de la creación de un Café-Bar Temático en la ciudad de Cayambe.

Instrucciones: Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que considere pertinente.

La información que se provea es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

Datos técnicos:

Sexo: F () M ()

Edad: ()

1. ¿Acude a un café-bar o bar-restaurant?

SI	NO

Si su respuesta es **SI**, continúe con la encuesta, caso contrario la encuesta ha terminado, gracias.

2. ¿Con que frecuencia acude a un café-bar o bar-restaurant?

1 vez al mes	2 veces al mes	Todos los fines de semana	Rara vez

3. Cuando asiste a este tipo de establecimientos, ¿Qué es lo que generalmente consume? (Elegir 2 opciones)

Bebidas Calientes	Bebidas Frías	Platos Fuertes	Sándwiches	Postres	Jugos / Batidos	Helados	Otros (Especifique)

4. Generalmente, ¿Con cuántas personas acude a este tipo de establecimientos?

Una	Dos a Tres	4 o mas

5. ¿En compañía de quien acude?

Pareja	Amigos	Familia

6. ¿En promedio cuanto es el consumo en este tipo de establecimientos (por persona)?

1\$ - 5\$	6\$ - 10\$	11\$ 15\$	16\$ - 20\$	21\$ - o mas

7. ¿Determine dos características que más valora en este tipo de establecimientos?

Atención y servicio	Calidad del servicio	Precios	Decoración	Música	Tiempo de espera	Otros (Especifique)

8. ¿Conoce usted en Cayambe un establecimientos donde pueda disfrutar de una variedad de comida, bebidas, postres, bocaditos, todo esto en un mismo lugar en un ambiente innovador y novedoso?

SI	NO

9. ¿Le gustaría ir a un Café-Bar temático Cultural, que ofrezca un ambiente y una decoración diferente, un lugar de diversión, interacción social y encuentro?

SI	NO

10. ¿Qué servicio adicional desearía tener en este tipo de establecimientos?

Internet	Parqueadero	Música en vivo	Otros (Especifique)

11. Al promocionarse un nuevo Café- Bar Temático ¿Cuál es el medio por el que se informa?

Televisión	Radio	Periódico	Volantes	Redes Sociales	Por una amigo o familiar

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2.- Proyección de Ingreso por productos

Producto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café Americano	Cantidad	1638	1693	1751	1810	1871
	P. Unit.	\$ 0,85	\$ 0,88	\$ 0,91	\$ 0,94	\$ 0,97
	Total	\$ 1.392,30	\$ 1.488,01	\$ 1.590,30	\$ 1.699,62	\$ 1.816,46
Café Latte	Cantidad	1365	1411	1459	1508	1559
	P. Unit.	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,60	\$ 1,66	\$ 1,71
	Total	\$ 2.047,50	\$ 2.188,25	\$ 2.338,68	\$ 2.499,44	\$ 2.671,26
Capuchino	Cantidad	1365	1411	1459	1508	1559
	P. Unit.	\$ 1,80	\$ 1,86	\$ 1,92	\$ 1,99	\$ 2,06
	Total	\$ 2.457,00	\$ 2.625,90	\$ 2.806,41	\$ 2.999,33	\$ 3.205,51
Mokachino	Cantidad	1092	1129	1167	1207	1247
	P. Unit.	\$ 1,90	\$ 1,96	\$ 2,03	\$ 2,10	\$ 2,17
	Total	\$ 2.074,80	\$ 2.217,43	\$ 2.369,86	\$ 2.532,77	\$ 2.706,88
Chocolate	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,60	\$ 1,66	\$ 1,71
	Total	\$ 819,00	\$ 875,30	\$ 935,47	\$ 999,78	\$ 1.068,50
Te	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 0,75	\$ 0,78	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,86
	Total	\$ 409,50	\$ 437,65	\$ 467,74	\$ 499,89	\$ 534,25

Producto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sándwich de Jamón y Queso	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 2,50	\$ 2,58	\$ 2,67	\$ 2,76	\$ 2,86
	Total	\$ 2.047,50	\$ 2.188,25	\$ 2.338,68	\$ 2.499,44	\$ 2.671,26
Sándwich de Pollo y champiñones	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 3,30	\$ 3,41	\$ 3,53	\$ 3,65	\$ 3,77
	Total	\$ 2.702,70	\$ 2.888,49	\$ 3.087,05	\$ 3.299,26	\$ 3.526,06
Sándwich de Jamón y Queso Caliente	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,60	\$ 1,66	\$ 1,71
	Total	\$ 1.228,50	\$ 1.312,95	\$ 1.403,21	\$ 1.499,67	\$ 1.602,76
Sándwich de Pollo y Jamón	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 1.638,00	\$ 1.750,60	\$ 1.870,94	\$ 1.999,55	\$ 2.137,01
Sándwich de Jamón Caliente	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 1,20	\$ 1,24	\$ 1,28	\$ 1,33	\$ 1,37
	Total	\$ 982,80	\$ 1.050,36	\$ 1.122,56	\$ 1.199,73	\$ 1.282,20
Sándwich de Queso Caliente	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 1,20	\$ 1,24	\$ 1,28	\$ 1,33	\$ 1,37
	Total	\$ 982,80	\$ 1.050,36	\$ 1.122,56	\$ 1.199,73	\$ 1.282,20
Sándwich de Mortadela Caliente	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 1,10	\$ 1,14	\$ 1,18	\$ 1,22	\$ 1,26
	Total	\$ 600,60	\$ 641,89	\$ 686,01	\$ 733,17	\$ 783,57
Pan- Pizza / 3 personas	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 6,00	\$ 6,20	\$ 6,41	\$ 6,63	\$ 6,85
	Total	\$ 3.276,00	\$ 3.501,20	\$ 3.741,88	\$ 3.999,11	\$ 4.274,02
Hamburguesa	Cantidad	1092	1129	1167	1207	1247
	P. Unit.	\$ 3,25	\$ 3,36	\$ 3,47	\$ 3,59	\$ 3,71
	Total	\$ 3.549,00	\$ 3.792,97	\$ 4.053,70	\$ 4.332,37	\$ 4.630,18

Producto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Helado Tulipán Pequeño	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,60	\$ 1,66	\$ 1,71
	Total	\$ 1.228,50	\$ 1.312,95	\$ 1.403,21	\$ 1.499,67	\$ 1.602,76
Helado Copa	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 1,50	\$ 1,55	\$ 1,60	\$ 1,66	\$ 1,71
	Total	\$ 1.228,50	\$ 1.312,95	\$ 1.403,21	\$ 1.499,67	\$ 1.602,76
Helado Cono Simple	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,85	\$ 0,88	\$ 0,91
	Total	\$ 655,20	\$ 700,24	\$ 748,38	\$ 799,82	\$ 854,80
Helado Cono Doble	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 1,00	\$ 1,03	\$ 1,07	\$ 1,10	\$ 1,14
	Total	\$ 819,00	\$ 875,30	\$ 935,47	\$ 999,78	\$ 1.068,50

Producto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Torta tres Leche / (11 porciones)	Cantidad	6006	6209	6419	6636	6860
	P. Unit.	\$ 1,80	\$ 1,86	\$ 1,92	\$ 1,99	\$ 2,06
	Total	\$ 10.810,80	\$ 11.553,96	\$ 12.348,21	\$ 13.197,05	\$ 14.104,25
Torta de chocolate / (11 porciones)	Cantidad	6006	6209	6419	6636	6860
	P. Unit.	\$ 1,30	\$ 1,34	\$ 1,39	\$ 1,44	\$ 1,48
	Total	\$ 7.807,80	\$ 8.344,53	\$ 8.918,15	\$ 9.531,21	\$ 10.186,40
Torta de vainilla / (11 porciones)	Cantidad	6006	6209	6419	6636	6860
	P. Unit.	\$ 1,30	\$ 1,34	\$ 1,39	\$ 1,44	\$ 1,48
	Total	\$ 7.807,80	\$ 8.344,53	\$ 8.918,15	\$ 9.531,21	\$ 10.186,40
Frutillas con Crema	Cantidad	1092	1129	1167	1207	1247
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 2.184,00	\$ 2.334,13	\$ 2.494,59	\$ 2.666,07	\$ 2.849,34
Duraznos con Crema	Cantidad	1092	1129	1167	1207	1247
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 2.184,00	\$ 2.334,13	\$ 2.494,59	\$ 2.666,07	\$ 2.849,34

Producto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Batido de Fresa	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 1.638,00	\$ 1.750,60	\$ 1.870,94	\$ 1.999,55	\$ 2.137,01
Batido de Mora	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 1.092,00	\$ 1.167,07	\$ 1.247,29	\$ 1.333,04	\$ 1.424,67
Batido de Tomate de Árbol	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 1.092,00	\$ 1.167,07	\$ 1.247,29	\$ 1.333,04	\$ 1.424,67
Batido de Guanábana	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 1.092,00	\$ 1.167,07	\$ 1.247,29	\$ 1.333,04	\$ 1.424,67
Jugo de Naranja	Cantidad	819	847	875	905	935
	P. Unit.	\$ 1,30	\$ 1,34	\$ 1,39	\$ 1,44	\$ 1,48
	Total	\$ 1.064,70	\$ 1.137,89	\$ 1.216,11	\$ 1.299,71	\$ 1.389,06
Milkshake	Cantidad	546	564	584	603	624
	P. Unit.	\$ 2,50	\$ 2,58	\$ 2,67	\$ 2,76	\$ 2,86
	Total	\$ 1.365,00	\$ 1.458,83	\$ 1.559,12	\$ 1.666,29	\$ 1.780,84

Producto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Piña Colada	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 3,50	\$ 3,62	\$ 3,74	\$ 3,87	\$ 4,00
	Total	\$ 955,50	\$ 1.021,18	\$ 1.091,38	\$ 1.166,41	\$ 1.246,59
Daiquiri	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 1,80	\$ 1,86	\$ 1,92	\$ 1,99	\$ 2,06
	Total	\$ 491,40	\$ 525,18	\$ 561,28	\$ 599,87	\$ 641,10
Padrino	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 3,50	\$ 3,62	\$ 3,74	\$ 3,87	\$ 4,00
	Total	\$ 955,50	\$ 1.021,18	\$ 1.091,38	\$ 1.166,41	\$ 1.246,59
Madrina	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 3,00	\$ 3,10	\$ 3,21	\$ 3,31	\$ 3,43
	Total	\$ 819,00	\$ 875,30	\$ 935,47	\$ 999,78	\$ 1.068,50
Alexander	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 3,00	\$ 3,10	\$ 3,21	\$ 3,31	\$ 3,43
	Total	\$ 819,00	\$ 875,30	\$ 935,47	\$ 999,78	\$ 1.068,50
Cosmopolitan	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 4,25	\$ 4,39	\$ 4,54	\$ 4,70	\$ 4,85
	Total	\$ 1.160,25	\$ 1.240,01	\$ 1.325,25	\$ 1.416,35	\$ 1.513,71
Margarita	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 3,50	\$ 3,62	\$ 3,74	\$ 3,87	\$ 4,00
	Total	\$ 955,50	\$ 1.021,18	\$ 1.091,38	\$ 1.166,41	\$ 1.246,59
Cuba Libre	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 2,10	\$ 2,17	\$ 2,24	\$ 2,32	\$ 2,40
	Total	\$ 573,30	\$ 612,71	\$ 654,83	\$ 699,84	\$ 747,95
Destornillador	Cantidad	273	282	292	302	312
	P. Unit.	\$ 3,25	\$ 3,36	\$ 3,47	\$ 3,59	\$ 3,71
	Total	\$ 887,25	\$ 948,24	\$ 1.013,43	\$ 1.083,09	\$ 1.157,55
Cerveza	Cantidad	2730	2822	2918	3016	3118
	P. Unit.	\$ 2,00	\$ 2,07	\$ 2,14	\$ 2,21	\$ 2,28
	Total	\$ 5.460,00	\$ 5.835,33	\$ 6.236,47	\$ 6.665,18	\$ 7.123,36

Anexo 3.- Carta

BEBIDAS CALIENTES		
Café Americano	₡ 0,85	
Café Latte	₡ 1,50	
Capuchino	₡ 1,80	
Mokachino	₡ 1,90	
Chocolate	₡ 1,50	
Te	₡ 0,75	

SÁNDWICH		
Sándwich de Jamón y Queso	₡ 2,50	
Sándwich de Pollo y champiñones	₡ 3,30	
Sándwich de Jamón y Queso Caliente	₡ 1,50	
Sándwich de Pollo y Jamón	₡ 2,00	
Sándwich de Jamón Caliente	₡ 1,20	
Sándwich de Queso Caliente	₡ 1,20	
Sándwich de Mortadela Caliente	₡ 1,10	
Pan- Pizza / 3 personas	₡ 6,00	
Hamburguesa	₡ 3,25	

BEBIDAS CON ALCOHOL		
Piña Colada	₡ 3,50	
Daiquiri	₡ 1,80	
Padrino	₡ 3,50	
Madrina	₡ 3,00	
Alexander	₡ 3,00	
Cosmopolitan	₡ 4,25	
Margarita	₡ 3,50	
Cuba Libre	₡ 2,10	
Destornillador	₡ 3,25	
Cerveza	₡ 2,00	

TORTAS Y POSTRES		
Torta tres Leche	₡ 1,80	
Torta de chocolate	₡ 1,30	
Torta de vainilla	₡ 1,30	
Frutillas con Crema	₡ 2,00	
Duraznos con Crema	₡ 2,00	

HELADOS		
Helado Tulipán Pequeño	₡ 1,50	
Helado Copa	₡ 1,50	
Helado Cono Simple	₡ 0,80	
Helado Cono Doble	₡ 1,00	

JUGOS Y BATIDOS		
Batido de Fresa	₡ 2,00	
Batido de Mora	₡ 2,00	
Batido de Tomate de Árbol	₡ 2,00	
Batido de Guanábana	₡ 2,00	
Jugo de Naranja	₡ 1,30	
Milkshake	₡ 2,50	

INTI ☀️	
☕ COFFEE	
CAFÉ - BAR TEMÁTICO	