



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
HELADERÍA - CAFETERÍA EN EL CANTÓN BOLIVAR, PROVINCIA
DEL CARCHI**

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

AUTORES:

**AGUIRRE NARVÁEZ MELANEA MARÍA
CABASCANGO RIVERA JENIFFER JOVANNA**

DIRECTORA:

MSc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

Ibarra, septiembre 2019

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal evaluar la factibilidad de la creación de una heladería – cafetería en el cantón Bolívar, provincia del Carchi, donde se determinó la oportunidad de inversión del proyecto. Inicialmente, se realizó un análisis exhaustivo respecto a las necesidades de emprender un negocio en el cantón.

Seguidamente, se efectuó un diagnóstico situacional, el cual facilitó la elaboración de la matriz AOOD en donde se reflejan los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que se presentan y favorecen la realización del proyecto. En el estudio de mercado se identificó la oferta y la demanda existente en el cantón Bolívar, para lo cual se realizó encuestas y entrevistas, con el fin de determinar la aceptación del producto en el mercado y establecer la demanda insatisfecha. El estudio técnico facilitó la determinación de la macro y micro localización, la capacidad instalada, la inversión, el capital inicial y los respectivos costos y gastos que incurrirán en la puesta en marcha del negocio. En el estudio financiero se encuentra los estados financieros y los indicadores que reflejan los cálculos del proyecto permitiendo identificar la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

Finalmente, se diseñó el estudio organizacional en la que se definió la misión, visión, objetivos, estructura orgánica, a través de aspectos administrativos, legales, fiscales y laborales que garantizan incentivar el uso óptimo y buen manejo de las instalaciones del negocio mediante el logro de los objetivos y metas planteadas.

ABSTRACT

This research project was carried out to evaluate the feasibility of the creation of an Ice Cream Parlor - Cafeteria in the Bolivar municipality, Carchi province, where the investment opportunity of the project was determined. Initially, a comprehensive analysis was carried out regarding the needs of starting a business in the canton.

Subsequently, a situational diagnosis was carried out, which facilitated the preparation of the AOOD matrix where the allies, opportunities, opponents, and risks that arise and favor the implementation of the project are reflected. In the market study, the existing supply and demand in the Bolivar municipality were identified, for which surveys and interviews were carried out, to determine the acceptance of the product in the market and establish the unsatisfied demand. The technical study facilitated the determination of the macro and micro-location, the installed capacity, the investment, the initial capital, and the respective costs and expenses that will be incurred in the start-up of the business. The financial study contains statements and indicators that reflect the project calculations, to identify the profitability and feasibility of the project.

In conclusion, the organizational study was designed in which the mission, vision, objectives, organic structure were defined, through administrative, legal, fiscal, and labor aspects that guarantee to encourage the optimal use and good management of the business facilities by achieving the objectives and goals set.



A handwritten signature in black ink, reading 'RAÚL RODRÍGUEZ VITERI', with a long horizontal stroke underneath.

Reviewed by Victor Raúl Rodríguez Viteri

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director del Trabajo de Grado presentados por las estudiantes Melanca María Aguirre Narváez y Jeniffer Jovanna Cabascango Rivera egresadas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica del Norte, previo la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HELADERÍA - CAFETERÍA EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”** 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.

Ibarra, 25 de marzo del 2021



MGs. María Gabriela Arciniegas Romero

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVRIDAD TECNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172375890-8		
	100430413-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	AGUIRRE NARVÁEZ MELANEA MARIA CABASCANGO RIVERA JENIFFER JOVANNA		
DIRECCIÓN:	IBARRA, CALLE EL ROSAL 5-35 Y LOS GERANEOS SECTOR LA FLORIDA. COTACACHI, PERIBUELA VIA PRINCIPAL PUCALPA.		
EMAIL:	mmaguirren@utn.edu.ec jjcabascangor@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0990653722 0969150404

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HELADERÍA – CAFETERÍA EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI"
AUTOR (ES):	AGUIRRE NARVÁEZ MELANEA MARIA CABASCANGO RIVERA JENIFFER JOVANNA
FECHA:	25 de marzo del 2021
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUSITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 6 días del mes de abril de 2021.

AUTORES:


Melanea María Aguirre Narváez

C.I. 172375890-8


Jeniffer Jovanna Cabascango Rivera

C.I. 100430413-3

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a DIOS por haberme dado la vida, quien guió mi camino y me permitió culminar mi carrera.

A mis hijos Aron y Eytan, quienes han sido la motivación constante, mi impulso en este largo recorrido, pero especialmente por su gran paciencia, amor y compañía.

A Edison Geovanny, con quien comparto muchos instantes de mi vida, y que viene apoyándome en todo momento.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes les debo por su apoyo incondicional.

Melanea Aguirre N.

AGRADECIMIENTO

A mi madre Mónica Narváez, que gracias a su apoyo, consejos, comprensión y sacrificio constante, voy superando cada desafío de mi vida.

A mi hijo Aron, quien con su sonrisa y cariño a echo que el camino sea más fácil y sencillo.

A todos mis docentes quienes con profesionalismo y ética contribuyeron en mi formación en especial a mi Directora Msc. Gabriela Arciniegas por guiarme con paciencia en el desarrollo de este proyecto.

Melanea Aguirre N.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado lo dedico primeramente a Dios, por llenarme de fe y sobre todo por darme valor para confrontar las adversidades durante este proceso académico, así mismo por permitirme culminar con éxito una meta transcendental en mi vida.

A mis padres Cecilia y Ernesto, quienes son el pilar fundamental en mi vida, con su infinito amor y sabiduría han guiado cada paso de mi existencia, inculcándome valores, principios, educación, buenos consejos, motivación y por su apoyo incondicional para seguir batallando para alcanzar mis objetivos y metas propuestas.

A mis hermanos, que me han dado ejemplo de lucha y perseverancia, fuente de motivación e inspiración.

Jeniffer Cabascango R.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por iluminar mi camino lleno de conocimientos y bendiciones, por regalarme cada día la oportunidad de vivir y cumplir mis sueños

A mis padres Cecilia Rivera y Ernesto Cabascango, por todo el sacrificio realizado para apoyarme en todos los aspectos, por su amor incondicional y ayudarme a reconocer mis virtudes y defectos para ser una mejor persona.

A mis hermanos por el apoyo y consejos brindados en todo momento y circunstancias.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; y a todos mis docentes; quienes me han impartido todos sus conocimientos y experiencias para fortalecer mi desarrollo personal y profesional.

Jeniffer Cabascango R

PRESENTACIÓN

La presente investigación denominada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HELADERÍA - CAFETERÍA EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI”** está enfocada en brindar una propuesta de servicios con el propósito de mejorar la problemática que se vive actualmente en cuanto al incremento de los índices de desempleo, mediante el emprendimiento.

CAPÍTULO I: Fundamentación Teórica, consta de un conjunto de ideas, conceptos y definiciones a partir de la investigación documental como son libros, trabajos de grado, artículos científicos, informes teóricos y artículos de periódicos, con la finalidad de sustentar el desarrollo del proyecto y proporcionar al lector de información relacionada con el tema de investigación.

CAPÍTULO II: Procedimientos Metodológicos, en este capítulo se desarrolla los procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos de la investigación en el que se explica el tipo, los métodos, las técnicas y las variables utilizadas en el desarrollo de proyecto, mismo que se aseguran la calidad y fiabilidad de los resultados del proyecto.

CAPÍTULO III: Diagnóstico, abarca investigación documentada y revisión de bases bibliográficas que se desalojaron a partir de variables e indicadores para conocer la realidad del macro entorno en el que se desarrolla el proyecto, además, se explica cada uno de los factores que influyen en el proyecto como son aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, y finalmente se presenta la oportunidad diagnóstica.

CAPÍTULO IV: Propuesta, el desarrollo de la propuesta comienza con el estudio de mercado en el que se determina la oferta y la demanda mediante la información recopilada de fuentes primarias

y secundarias como entrevistas realizadas a la competencia, encuestas aplicadas a la PEA urbana del Cantón Bolívar, además, en esta sección se encuentran definidas las estrategias de comercialización.

En el estudio técnico se detalla aspectos técnicos necesarios como la localización óptima del proyecto a nivel macro y micro, tamaño óptimo e ingeniería del proyecto, además, se describe cada uno de los productos, los procesos y la capacidad de producción, así como los recursos humanos, materiales y financieros para la puesta en marcha y óptimo funcionamiento del proyecto.

En el estudio financiero se presenta los estados financieros mismos que fueron analizados mediante indicadores como costo de oportunidad, tasa de rendimiento medio, valor actual neto, tasa interna de retorno, costo – beneficio, periodo de recuperación de la inversión y punto de equilibrio con los cuales se determinó la factibilidad económica del negocio.

En estudio organizacional se especifica aspectos administrativos, legales, fiscales y laborales, se presenta el nombre de la empresa, la misión, visión, objetivos, posteriormente se define la forma de organización, se detalla los perfiles y funciones de cada puesto y finalmente se explica los aspectos legales para la puesta en marcha de la empresa.

CAPÍTULO V: Validación, se presenta la evaluación de los resultados y la aplicación de la matriz de validación como herramientas para examinar el contenido de la información de cada capítulo que integra el estudio de factibilidad de proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	iv
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	v
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
CAPÍTULO I.....	1
Fundamentación teórica.....	1
1.1. Introducción	1
1.2. Objetivo	1
1.3. Problemática.....	1
1.3.1. Análisis del desarrollo local del cantón Bolívar.....	1
1.3.2. Emprendimientos en el Ecuador	3
1.4. Descripción técnica para el desarrollo de un estudio de factibilidad	4
1.5. Diagnóstico.	4
1.5.1. Proceso para realizar un diagnóstico.....	4
1.6. Estudio de Mercado.....	5

1.6.1.	Procedimiento-----	6
1.6.2.	Procedimiento para definición de la demanda:-----	7
1.6.2.1.	Fuentes primarias para recopilación de información-----	7
1.6.2.2.	Proceso de Segmentación.-----	7
1.6.2.3.	Posicionamiento.-----	8
1.6.3.	Procedimiento para la definición de la oferta:-----	9
1.6.3.1.	Fuente primaria para recolección de información-----	9
1.6.3.2.	Fuente secundaria para recopilación de información-----	9
1.6.3.3.	Análisis de la información recopilada acerca de la oferta-----	9
1.6.3.4.	Posición competitiva-----	9
1.6.4.	Marketing Mix-----	10
1.6.4.1.	Variables de la mezcla de mercadotecnia-----	10
1.7.	Estudio Técnico.-----	12
1.7.1.	Tamaño-----	13
1.7.2.	Localización del Proyecto-----	13
1.7.3.	Ingeniería-----	14
1.8.	Estudio Financiero.-----	15
1.8.1.	Estado de situación financiera inicial-----	16
1.8.1.	El estado de resultados-----	16
1.8.2.	Estado de flujo de efectivo-----	16

1.8.3.	Indicadores Financieros -----	16
1.8.4.	Costo de capital (Ck) -----	17
1.8.5.	Tasa de rendimiento medio (TRM) -----	17
1.8.6.	Valor Actual Neto (VAN)-----	17
1.8.7.	Tasa Interna de Retorno (TIR)-----	19
1.8.8.	Relación costo/beneficio -----	19
1.8.9.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) -----	20
1.8.11.	Punto de Equilibrio (PE)-----	20
1.9.	Estudio Organizacional.-----	20
1.9.1.	Análisis multietapa-----	21
1.9.2.	Análisis multinivel -----	22
CAPÍTULO II-----		29
Procedimientos Metodológicos -----		29
2.1.	Introducción -----	29
2.2.	Objetivo-----	29
2.3.	Tipo de investigación -----	29
2.4.	Métodos-----	30
2.5.	Técnicas e Instrumentos -----	31
2.5.1.	Encuesta -----	31
2.5.2.	Entrevista-----	32

2.5.3. Observación-----	32
Variables de diagnóstico-----	33
CAPÍTULO III-----	37
Diagnóstico-----	37
3.1. Introducción-----	37
3.2. Objetivo-----	37
3.3. Desarrollo de Variables-----	37
3.3.1. Variable geográfica.-----	38
3.3.1.1. Ubicación.-----	38
3.3.1.2. Limites.-----	38
3.3.1.3. Altitud.-----	38
3.3.1.4. Extensión.-----	39
3.3.1.5. Lugares turísticos del cantón Bolívar.-----	39
3.3.2. Variable demográfica.-----	40
3.3.2.1. Tasa de crecimiento poblacional.-----	41
3.3.2.2. Estructura poblacional.-----	42
3.3.2.3. Distribución por sexo y edades de la población.-----	43
3.3.3. Variable económica-----	44
3.3.3.1. Sector económico.-----	44
3.3.3.2. Población económicamente activa-----	46

3.3.3.3. Tasa de empleo y desempleo del cantón Bolívar. -----	47
3.3.3.4. Nivel de instrucción del cantón Bolívar. -----	47
3.3.3.5. Pobreza por necesidades básicas insatisfechas. -----	48
3.3.4. Variable cultural. -----	49
3.3.4.1. Atractivos Culturales. -----	49
3.3.4.1.1. Basílica del Señor de la Buena Esperanza. -----	49
3.3.4.1.2. Parque de la Mega Fauna. -----	50
3.3.4.2. Costumbres y Tradiciones de la población antigua. -----	52
3.3.4.2.1. Fiestas de Cantonización. -----	52
3.3.4.3. Áreas de Recreación. -----	53
3.3.4.4. Gastronomía. -----	54
3.3.4.5. Grupos Étnicos. -----	55
3.3.5. Variable Político – Legal. -----	55
3.3.5.1 Ley de apoyo al emprendimiento. -----	56
3.3.5.2. Ley de turismo. -----	56
3.3.5.3. Plan nacional de desarrollo “Todo una Vida”. -----	56
3.3.5.4. Ordenanza municipal para el sector turismo. -----	56
3.3.6. Sector turístico provincia del Carchi, cantón Bolívar. -----	57
3.3.6.1. Nacional. -----	57
3.3.6.2. Local. -----	58

3.4. Análisis de la Información -----	59
3.5. Conclusión diagnóstica -----	61
CAPÍTULO IV -----	62
4. Propuesta-----	62
Introducción -----	62
Objetivo -----	62
4.1. Estudio de Mercado -----	62
Introducción -----	62
Objetivo del estudio de mercado. -----	63
4.1.1. Segmentación del mercado-----	63
4.1.1.1. Variables de segmentación -----	63
4.1.2. Mercado meta -----	65
4.1.3. Cálculo de la muestra -----	67
4.1.4. Conclusión general de la aplicación de la encuesta-----	82
4.1.4.1. Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista -----	82
4.1.5. Demanda potencial-----	83
4.1.5.1. Identificación de la demanda. -----	83
4.1.5.2. Proyección de la demanda -----	84
4.1.6. Oferta -----	87
4.1.6.1. Identificación de la oferta -----	87

4.1.6.2. Proyección de la oferta -----	88
4.1.7. Balance oferta – demanda (mercado insatisfecho)-----	89
4.1.7.1. Demanda objetivo-----	90
4.1.8. Análisis de precios -----	91
4.1.9. Estrategias de comercialización -----	92
4.1.9.1. Producto-----	93
4.1.9.2. Precio -----	93
4.1.9.3. Plaza -----	93
4.1.9.4. Promoción-----	94
4.1.9.5. Publicidad -----	94
4.1.9.6. Personas -----	95
4.1.9.7. Evidencia física-----	96
4.1.9.8. Procesos -----	96
4.1.10. Conclusiones del estudio de mercado-----	96
4.2. Estudio técnico-----	97
Introducción -----	97
Objetivo -----	97
4.2.1. Localización-----	97
4.2.1.1. Macro localización. -----	98
4.2.1.2. Ubicación del mercado. -----	99

4.2.1.2.1. Costos de factores de producción. -----	99
4.2.1.2.2. Riesgos de desastres e impactos ambientales -----	100
4.2.1.3. Micro localización -----	100
4.2.1.3.1. Accesibilidad. -----	101
4.2.1.3.2. Costo de terreno o alquiler de local.-----	101
4.2.1.3.3. Costos de servicios básicos-----	101
4.2.1.3.4. Ubicación estratégica-----	101
4.2.2. Tamaño del proyecto-----	103
4.2.2.1. Factores condicionantes del proyecto: -----	103
4.2.2.1.1. Mercado (Mercado insatisfecho).-----	103
4.2.2.1.2. Disponibilidad de recursos.-----	104
4.2.2.1.3. Disponibilidad de muebles y equipos. -----	104
4.2.2.1.4. Disponibilidad de financiamiento.-----	105
4.2.2.2. Capacidad instalada-----	106
4.2.3. Ingeniería del proyecto -----	107
4.2.4. Diseño y descripción técnica de los productos -----	107
4.2.5. Descripción Técnica del servicio-----	108
4.2.6. Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo -----	109
4.2.5.2. Proceso de planificación estratégica-----	114
4.2.5.2.1. Proceso operativo. -----	116

4.2.5.2.2. Proceso de apoyo.	118
4.2.5.2.3. Proceso de gestión de materia prima.	120
4.2.7. Inversión del proyecto	122
4.2.7.1. Inversión tangible	122
4.2.7.1.1. Equipos de computación	122
4.2.7.1.2. Muebles y enseres	123
4.2.7.1.3. Equipos de oficina	123
4.2.7.1.4. Maquinaria y equipo	124
4.2.7.1.5. Terreno	126
4.2.7.1.6. Obras civiles	126
4.2.7.1.7. Resumen inversión fija	127
4.2.7.2. Inversión intangible	127
4.2.7.2.1. Gastos de constitución e instalación	127
4.2.7.2.2 Resumen inversión intangible	129
4.2.8. Costos de operación	129
4.2.8.1 Materia Prima Directa	129
4.2.8.1.1. Bebidas Frías	130
4.2.8.1.2. Bebida Caliente	131
4.2.8.1.3. Acompañante	132
4.2.8.1.3. Helados/Postres	135

4.2.8.2. Mano de Obra -----	137
4.2.8.3. Costos indirectos de fabricación. -----	138
4.2.8.3.1. Menaje. -----	138
4.2.8.3.2. Depreciación equipos de operación -----	140
4.2.8.3.3. Resumen Costos de Producción -----	140
4.2.9. Gastos de operación-----	141
4.2.9.1. Gastos Administrativos-----	141
4.2.9.1.1. Servicios Básicos -----	141
4.2.9.1.2. Gastos de Arriendo -----	141
4.2.9.1.3. Remuneraciones del personal administrativo -----	141
4.2.9.1.4. Suministros y materiales de oficina -----	142
4.2.9.1.5. Materiales de aseo y limpieza -----	142
4.2.9.2. Gastos de ventas -----	144
4.2.9.2.1. Remuneraciones del personal -----	144
4.2.9.2.2. Gastos de publicidad -----	145
4.2.9.2.3. Suministros y materiales de oficina -----	146
4.2.10. Capital de trabajo -----	147
4.2.10.1. Ciclo productivo -----	147
4.2.11. Inversión total -----	150
4.2.12. Financiamiento -----	150

4.2.13. Conclusión -----	151
4.3. Estudio Financiero-----	151
Introducción -----	151
Objetivo: -----	152
4.3.1. Ingresos. -----	152
4.3.1.1. Proyección de Ingresos-----	153
4.3.1.2. Ingresos por ventas -----	154
4.3.2. Estructura de costos y gastos proyectados. -----	154
4.3.2.1. Costos de adquisición-----	154
4.3.2.1.1. Proyección de costos -----	154
4.3.2.1.2. Proyección de materia prima -----	154
4.3.2.1.3. Proyección de mano de obra directa -----	155
4.3.2.1.4. Proyección de CIF -----	156
4.3.2.2. Gastos administrativos proyectados -----	156
4.3.2.2.1. Remuneración del personal administrativo. -----	156
4.3.2.2.2. Servicios Básicos -----	158
4.3.2.2.3. Suministros y Materiales de Oficina -----	158
4.3.2.2.4. Material de Aseo y Limpieza-----	159
4.3.2.2.5. Resumen gastos administrativos -----	159
4.3.2.3. Gastos de ventas proyectados -----	160

4.3.2.3.1. Gastos de publicidad y promoción -----	160
4.3.2.3.2. Remuneración del personal de ventas-----	160
4.3.2.3.3. Suministros y materiales. -----	161
4.3.2.4. Gastos financieros-----	162
4.3.2.4.1. Cuadro de resumen de capital e interés anual. -----	162
4.3.2.5. Amortizaciones-----	162
4.3.2.5. Depreciaciones-----	163
4.3.2.6. Resumen de costos y gastos de operación -----	164
4.3.3. Estados financieros presupuestados-----	166
4.3.3.1. Estado de Resultados Proyectados-----	166
4.3.3.2. Estado de Flujo de Efectivo -----	168
4.3.3.3. Estado de fuentes y usos -----	170
4.3.3.4. Estado de Situación Financiera Inicial -----	171
4.3.4. Evaluación Financiera -----	172
4.3.4.1. Costo de Capital (CK)-----	172
4.3.4.2. Tasa de Rendimiento Medio (TRM) -----	172
4.3.4.3. Valor Actual Neto (VAN)-----	173
4.3.4.4. Tasa Interna de Retorno (TIR) -----	174
4.3.4.5. Relación Costo Beneficio -----	174
4.3.4.6. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)-----	175

4.3.4.7. Punto de Equilibrio (PE)	176
4.3.4.8. Resumen de Evaluación Financiera	178
4.3.5. Análisis de Sensibilidad (prevención riesgos, variación costos, ventas)	179
4.3.6. Conclusiones de la evaluación financiera	180
4.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	180
Introducción	180
Objetivo	180
4.4.1. La empresa	181
4.4.1.1. Nombre de la empresa o razón social	181
4.4.1.2. Logotipo	181
4.4.1.3. Slogan	183
4.4.1.4. Misión	183
4.4.1.5. Visión	183
4.4.1.6. Objetivos estratégicos	184
4.4.1.7. Valores corporativos	184
4.4.1.8. Políticas empresariales	185
4.4.1.8.1. Entidad	185
4.4.1.8.2. Proveedores.	185
4.4.1.8.3. Clientes.	185
4.4.1.8.4. Personal	186

4.4.1.9. Organigrama estructural-----	186
4.4.1.9.1. Organigrama funcional.-----	187
4.4.1.10. Niveles administrativos -----	189
4.4.1.10.2. Nivel operativo.-----	189
4.2.5.1. Mapa de procesos: Estratégicos, Operativos y de Apoyo -----	189
4.4.1.10.3. Manual de funciones.-----	190
4.4.2. Constitución jurídica-----	197
4.4.2.1 Nombre o razón social -----	197
4.4.2.2. Figura jurídica -----	197
4.4.2.3. Domicilio-----	197
4.4.2.4. Objeto Lícito-----	197
4.4.2.4. Requisitos legales para el funcionamiento.-----	197
4.4.2.4.1. Registro patronal.-----	198
4.4.2.4.2. Otros registros-----	199
4.4.3. Conclusiones del estudio organizacional.-----	201
CAPITULO V-----	202
VALIDACIÓN-----	202
Introducción -----	202
Descripción del estudio -----	202
Objetivo.-----	202

5.1. Equipo de trabajo	202
5.2. Metodología de verificación	203
5.2.1. Factores a validar	204
5.2.2. Método de calificación	205
5.2.3. Rango de interpretación	206
5.3. Resultados	207
5.3.1. Calificación e interpretación	212
Conclusiones y Recomendaciones	213
Conclusiones	213
Recomendaciones	214
Bibliografía	214
Anexo N° 1: Encuesta	219
Anexo N° 2. Visita al Museo Paleontológico	224
Anexo N° 3. Visita al Museo Paleontológico	224
Anexo N°4. Visita al Mercado Mayorista	224
Anexo N°5. Encuestas realizadas	225
Anexo N°6. Análisis Urkund	226

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	34
Tabla 2	40
Tabla 3	41
Tabla 4	42
Tabla 5	43
Tabla 6	45
Tabla 7	46
Tabla 8	47
Tabla 9	48
Tabla 10	49
Tabla 11	53
Tabla 12	55
Tabla 13	60
Tabla 14	64
Tabla 15	65
Tabla 16	66
Tabla 17	66
Tabla 18	67
Tabla 19	83
Tabla 20	85
Tabla 21	87
Tabla 22	88
Tabla 23	89

Tabla 24	90
Tabla 25	91
Tabla 26	92
Tabla 27	101
Tabla 28	104
Tabla 29	104
Tabla 30	105
Tabla 31	106
Tabla 32	109
Tabla 33	110
Tabla 34	111
Tabla 35	112
Tabla 36	113
Tabla 37	114
Tabla 38	116
Tabla 39	118
Tabla 40	120
Tabla 41	122
Tabla 42	123
Tabla 43	124
Tabla 44	124
Tabla 45	126
Tabla 46	126

Tabla 47.	127
Tabla 48.	128
Tabla 49.	128
Tabla 50.	128
Tabla 51.	129
Tabla 52.	130
Tabla 53.	130
Tabla 54.	131
Tabla 55.	131
Tabla 56.	132
Tabla 57.	132
Tabla 58.	133
Tabla 59.	133
Tabla 60.	134
Tabla 61.	134
Tabla 62.	134
Tabla 63.	135
Tabla 64.	135
Tabla 65.	136
Tabla 66.	136
Tabla 67.	137
Tabla 68.	137
Tabla 69.	138

Tabla 70	140
Tabla 71	140
Tabla 72.	141
Tabla 73.	141
Tabla 74	142
Tabla 75	143
Tabla 76	144
Tabla 77	145
Tabla 78	145
Tabla 79	146
Tabla 80	147
Tabla 81	147
Tabla 82	149
Tabla 83	150
Tabla 84	150
Tabla 85	152
Tabla 86	153
Tabla 87	154
Tabla 88	155
Tabla 89	156
Tabla 90.	157
Tabla 91	157
Tabla 92.	158

Tabla 93	158
Tabla 94	159
Tabla 95	159
Tabla 96	160
Tabla 97	161
Tabla 98	161
Tabla 99	162
Tabla 100	163
Tabla 101	163
Tabla 102	165
Tabla 103	167
Tabla 104	169
Tabla 105	170
Tabla 106	171
Tabla 107	172
Tabla 108	174
Tabla 109	175
Tabla 110	176
Tabla 111	177
Tabla 112	178
Tabla 113	179
Tabla 114	203
Tabla 115	204

Tabla 116	206
Tabla 117	208
Tabla 118	209
Tabla 119	210
Tabla 120	211

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica. (PDOT-B, 2011-2031)	38
<i>Figura 2.</i> Proyecciones de la población ecuatoriana del cantón Bolívar. Fuente: (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020).....	41
Figura 3. Ramas de actividad cantón Bolívar, Fuente (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020)	46
<i>Figura 4.</i> Santuario del señor de la Buena Esperanza del cantón Bolívar.....	50
<i>Figura 5.</i> Parque de la mega fauna.	50
<i>Figura 6.</i> Parque de la mega fauna.	51
<i>Figura 7.</i> Parque de la mega fauna.	51
<i>Figura 8.</i> Fiestas de cantonización cantón Bolívar.....	52
<i>Figura 9.</i> Fiestas de cantonización cantón Bolívar.....	53
<i>Figura 10.</i> Gastronomía.....	54
<i>Figura 11.</i> Ingreso personas al museo paleontológico (Enero – Nov 2019)	59
<i>Figura 12.</i> Edad turistas <i>Figura 13.</i> Edades habitantes	69
<i>Figura 14.</i> Género turistas <i>Figura 15.</i> Género habitantes	69
<i>Figura 16.</i> Frecuencia de visitas en Bolívar (Turistas).....	70
<i>Figura 17.</i> Frecuencia de visitas a una heladería (Habitantes).....	71

Figura 18. Turistas	Figura 19. Habitantes	71
Figura 20. Turistas	Figura 21. Habitantes	72
Figura 22. Turistas	Figura 23. Habitantes	73
Figura 24. Turistas	Figura 25. Habitantes	74
Figura 26. Turistas	Figura 27. Habitantes	74
<i>Figura 28. Turistas</i>	<i>Figura 29. Habitantes.....</i>	<i>75</i>
Figura 30. Turistas	Figura 31. Habitantes	76
<i>Figura 32. Turistas</i>	<i>Figura 33. Habitantes.....</i>	<i>77</i>
Figura 34. Turistas	Figura 35. Habitantes	78
Figura 36. Turistas	Figura 37. Habitantes	79
Figura 38. Turistas	Figura 39. Habitantes	80
Figura 40. Turistas	Figura 41. Habitantes	81
Figura 42. <i>Logotipo.....</i>		95
<i>Figura 43. Macro localización</i>		<i>98</i>
Figura 44. Ubicación estratégica de l proyecto.....		102
<i>Figura 45. Ubicación estratégica del proyecto.....</i>		<i>103</i>
<i>Figura 46. Plano de distribución de espacios físicos.....</i>		<i>108</i>
Figura 47. Flujo grama de planificación estratégica.....		116
Figura 48. Flujo grama del proceso operativo		117
Figura 49. Flujo grama de gestión de recursos humanos		119
Figura 50. Flujo grama de gestión de materia prima		121
Figura 51. Logotipo		182
Figura 52. Organigrama estructural		187

Figura 53. Organigrama funcional..... 188

Figura 54. Mapa de procesos 189

CAPÍTULO I

Fundamentación teórica

1.1. Introducción

Este capítulo conocido también como marco teórico es la recopilación de conceptos y definiciones a través de investigaciones previas, con las que se sustenta y se explica el desarrollo de la propuesta de negocio y aporta al lector información relacionada con el tema de investigación.

La fundamentación teórica es indispensable para tener una investigación de calidad ya que permite darle un sentido lógico a la propuesta, de igual manera sirve como guía para el investigador. La elaboración de una buena fundamentación teórica necesita revisión minuciosa de la bibliografía relacionada con el tema, permitiendo el diseño del esquema conceptual.

1.2. Objetivo

Analizar los factores económicos, sociales y culturales incidentes en la creación e implementación de una heladería – cafetería en el cantón Bolívar mediante la exploración bibliográfica y valoración de opinión.

1.3. Problemática

1.3.1. Análisis del desarrollo local del cantón Bolívar

El cantón Bolívar tiene un gran potencial de diversidad agropecuaria gracias a sus diferentes pisos climáticos. En general, los cultivos de ciclos cortos predominan siendo la cebolla, el frejol,

el maíz y la arveja. La actividad agropecuaria es el principal motor económico del cantón con el 65,71% que trabaja en este sector, según proyecciones censo población y vivienda 2019-2021.

La identificación de oportunidades y amenazas que se proponen o segregan sobre el territorio, derivada de la dinámica cantonal y su efecto o interacción con el ámbito local, derivando un grupo de factores complementarios, de carácter exógeno, que igualmente incurrirán en sus posibilidades de avance futuro. (PDOT-CB, 2011-2031)

No existen procesos agroindustriales para dar valor agregado a los productos de la zona. La comercialización de productos elaborados como la mermelada de uvilla son deficientes y demuestra la capacidad baja que tienen los agricultores para el comercio. (PDOT-CB, 2011-2031)

La desorganización es también una amenaza que afecta al desarrollo económico y productivo del cantón, descoordinación interinstitucional, falta de capacitaciones y el incumplimiento de las expectativas de los agricultores y la escases de transporte interparroquial estos factores afectan a la producción y comercialización. (PDOT-CB, 2011-2031)

Históricamente, el déficit de las alternativas de los emprendimientos locales ha sido una constante, que ha limitado el desarrollo y fortalecimiento de nuestra población, la inexistencia de las entidades públicas y privadas en el apoyo de gestión y administración de los proyectos para impulsar pequeños negocios; los múltiples inconvenientes para elaborar un proyecto para emprender actividades comerciales, y actualmente el crecimiento poblacional acelerado y la migración, estas son los principales fenómenos de la problemática.

Según diario La Hora: “La realidad del emprendimiento en el cantón Bolívar se denomina de la siguiente manera: Elvia Pozo prepara el dulce de higos, delicados, champús que comercializa

en el área comercial de la Asociación de Emprendedores del cantón Bolívar, que se ubica en el Parque de la Mega Fauna, en la entrada norte de la capital bolivarenses.

La mujer ha mejorado su economía familiar junto al resto de pequeños productores de la zona que se encuentran organizados en la Asociación de Emprendedores del lugar. Varias instituciones públicas y privadas se unieron para levantar una infraestructura moderna en donde se acoge a casi un centenar de emprendedores del cantón Bolívar.

El sitio se ha convertido en una parada para los turistas que cruzan por el lugar. En este sector los visitantes han podido disfrutar de la gastronomía ancestral del lugar, así como de la diversidad de dulces. En el área comercial, además se encuentra un sitio para la exhibición y venta de las artesanías que son elaboradas en cerámica, madera, tejidos y más.

1.3.2. Emprendimientos en el Ecuador

Según Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) el 52% de la población económicamente activa del Ecuador, tiene la necesidad de emprender. Los motivos son principalmente la necesidad de generar fuentes alternativas de empleo. Sin embargo, el mismo estudio demuestra que el 31% de los ecuatorianos no se arriesgan a emprender, debido al miedo al fracaso.

Mediante el mismo estudio, en condiciones anteriores, arrojó una cifra desalentadora. En un promedio del 90% de los emprendimientos en Ecuador, no llegará a los tres años. Los emprendedores, en su gran mayoría jóvenes (en el país, el 52% tienen menos de 35 años), parecería que una vez lanzado en su proyecto, se enfrentan una serie de retos que, al no ser manejados correctamente, terminan en el cierre de sus empresas.

Los emprendimientos son importantes debido a que promueven el desarrollo económico y social de los países y además de incrementar la generación de empleos. El GEM establece que Ecuador es el país latinoamericano con el mayor índice de creación de emprendimientos, mayormente orientados hacia actividades de comercio, productos y servicios. Se lleva a cabo para aprovechar una oportunidad de negocio que permita obtener mayores ingresos, independencia económica y satisfacción de necesidades. (Zamora, 2017)

1.4. Descripción técnica para el desarrollo de un estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad de un proyecto está enfocado en la determinación de una solución práctica a una problemática suscitada. El conjunto de procedimientos, estrategias y análisis necesarios para determinar la viabilidad socio-económica de la ejecución de un negocio o proyecto (Urbina, 2016).

1.5. Diagnóstico.

El diagnóstico es un procedimiento ordenado y sistemático que ayuda a conocer y establecer de una manera clara datos concretos que se obtienen a través de evaluaciones y observaciones iniciales. (Raffino, Diagnóstico, 2018)

1.5.1. Proceso para realizar un diagnóstico

De acuerdo con (Velásquez, 2019), en el proceso de diagnóstico de un estudio de factibilidad es necesario seleccionar los factores incidentes principales, tales como la localización demográfica, marco legal, político y socioeconómico. Además, se debe establecer indicadores para cada uno de estos factores de incidencia considerando la calidad y frecuencia de análisis y

obtención de los mismos. Y finalmente la clasificación y análisis de la veracidad de dicha información.

1.6. Estudio de Mercado.

El estudio de mercado constituye la primera etapa de todo proyecto de inversión el cual consiste en una serie de técnicas y procedimientos útiles para obtener y analizar la información referente a la demanda oferta precios y comercialización de un bien o servicio. (Gómez, 2016, pág. 3)

Según Gabriel Baca Urbina “el estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. El objetivo es verificar la posibilidad real de penetración del producto es un mercado determinado. (Urbina, 2016)

El estudio de mercado consiste en el conjunto de estrategias empresariales que determina la factibilidad y rentabilidad en función de la investigación de oferta y demanda existente.

Según Philip Kotler “el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para una situación de mercado específica, este tiene cuatro etapas básicas”:

- ✓ Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar.
- ✓ Establecer el tipo de investigación.
- ✓ Búsqueda de información primaria.

- ✓ Análisis de los datos y presentación del informe.

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información relevante que ayude enfrentar las condiciones en las que se encuentra el mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución de este, ello significa tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, la información deberá ser de calidad, confiable y concreta. (Kotler, El marketing, 2015)

1.6.1. Procedimiento

Según (Prieto, 2016), en el procedimiento de estudio de mercado es plausible realizar la valoración de la rentabilidad posible que se obtendrá en la implementación de un negocio y/o servicio, en la presente investigación en particular una heladería-cafetería; determinando como se mencionó anteriormente los diferentes factores de incidencia obtenidos mediante la investigación científica. Además, la recolección de datos se realiza mediante la valoración de opinión utilizando instrumentos como encuestas, entrevistas, etc.

Consecuentemente, es necesario establecer la población, una muestra y su metodología de análisis con el objetivo del normalizar las características poblacionales, considerando el proceso de recopilación de datos de los indicadores de los factores de incidencia.

Según Gabriel Baca Urbina “el muestreo es la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características del conjunto.

$$= \frac{NZ^2 pq}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

N: población total.

Z: distribución normalizada. Si $Z=1.96$ el porcentaje de confiabilidad es de 95%.

p: proporción de aceptación deseada para el producto.

q: proporción de rechazo.

E: porcentaje deseado de error

La población total no se refiere a la de un país, estado o municipio, sino a la población que en teoría podría ser encuestada. (Urbina, 2016)

1.6.2. Procedimiento para definición de la demanda:

1.6.2.1. Fuentes primarias para recopilación de información

La recolección de datos se realiza mediante la utilización de instrumentos para valoración de opinión, considerando los consumidores y usuarios finales.

1.6.2.2. Proceso de Segmentación.

Según Gabriel Baca Urbina, define la segmentación a un grupo que comparte un deseo distinguible del resto del mercado, sin embargo, para que los resultados de la segmentación sean útiles para los vendedores, también se deben cumplir algunas condiciones:

- ✓ Las bases para la segmentación deben ser medible y los datos que describen dichas características deben ser accesibles por cualquier medio, deben ser datos oficiales del censo.

- ✓ El segmento de mercado debe ser accesible en términos físicos a través de las instituciones comercializadoras.
- ✓ Cada segmento deber tener suficiente cantidad de consumidores potenciales como para que el estudio de factibilidad del producto presente rentabilidad económica. (Urbina, 2016)

Según la Asociación Americana de Marketing, se define al procedimiento de clasificación de los clientes de acuerdo con el comportamiento análogo o la presencia de necesidades parecidas como la segmentación. Para lo cual es conveniente realizar la identificación de factores y segmentos incidentes en la segmentación de acuerdo al servicio o producto ofertado, para consecuentemente establecer el marco descriptivo de cada una de los segmentos. Para lo cual, es necesario establecer criterios generales y específicos que sean objetivos y subjetivos., como son factores demográficos, socioeconómicos y geográficos, también, factores de personalidad y estilo de vida del consumidor.

Según (Thompson, s.f.) Es necesario establecer una cotización de los servicios más relevantes del mercado, y además la selección del consumidor final analizando adicionalmente la competencia ya establecida.

1.6.2.3. Posicionamiento.

De acuerdo con (Aguirre, 2017) se debe realizar la correcta identificación de las operaciones necesarias para establecerse comercialmente en los segmentos seleccionados, para que, consecuentemente se ejecuten las operaciones escogidas para cada segmento.

1.6.3. Procedimiento para la definición de la oferta:

1.6.3.1. Fuente primaria para recolección de información

La recolección de datos se realiza mediante la utilización de instrumentos para valoración de opinión, considerando los consumidores y usuarios finales.

1.6.3.2. Fuente secundaria para recopilación de información

Se considera la información referente a la competencia y que es de acceso público. Las fuentes secundarias pueden ser folletos de ventas, bibliografía, publicidad con información descriptiva y económica del producto, informes de ventas y el muestreo directo.

1.6.3.3. Análisis de la información recopilada acerca de la oferta

Ya recopilada la información, se debe establecer la descripción del servicio o producto final, además de las estrategias de marketing, identificando en la competencia sus debilidades y fortalezas.

1.6.3.4. Posición competitiva

Según (Corvo, 2019), una vez evaluado el servicio o producto en relación al de la competencia, mientras mayor sea el número de atributos se consolidara de mejor manera en la posición competitiva.

1.6.4. Marketing Mix

El marketing mix son todos aquellos elementos de los que dispone la empresa a través de los cuales la misma es capaz de satisfacer las necesidades de los clientes y que permitan mantener una comunicación fluida entre ellos y la empresa.

En el marketing mix tradicional se identificaban cuatro elementos especialmente relevantes a través de los cuales la empresa podía diseñar sus ofertas, ponerse en contacto con sus clientes, transmitir sus valores, satisfacer las necesidades de los clientes. En cuatro elementos, comúnmente conocidos como las cuatro P, son: producto, precio, distribución y comunicación.

Sin embargo, el marketing mix servicios, dadas las características especiales de los mismos, estaba incompleto con las P tradicionales. Debemos entender que los servicios son producidos y consumidos de forma simultánea, el contacto con los clientes es más personal y directo, los clientes como elementos fundamentales en el diseño del servicio y en su proceso de producción.

Por ello, se identificó la necesidad de incluir tres P nuevas que complementasen al modelo de marketing mix adaptándolo al marketing de servicios. A continuación, se detalla las siete P que componen el marketing mix de servicios. (Prado Roman & Pascual Nebreda, 2018)

1.6.4.1. Variables de la mezcla de mercadotecnia

Producto: Es la objeto final después de realizar los debido procedimiento que dan un valor agregado a determinada materia prima o servicio ofertado a un mercado específico. Además, se refiere al diseño, variedad, calidad, características, nombre, tamaños, garantías, servicios, entre otros.

Precio: Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el servicio. También tiene relación con los costos, descuentos, márgenes, plazos, condiciones, periodos de pago, etc.

Plaza o distribución: Son el conjunto de actividades realizadas por la compañía o empresa para poner a disposición del mercado el producto o servicio. Así mismo, la distribución contiene las siguientes características como son: canales, cobertura, ubicaciones, logística, políticas, inventarios, transporte, etc.

Promoción o comunicación: Implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes metas de lo que componen. Además, se considera como comunicación a la publicidad, propaganda, promociones de ventas, relaciones públicas, venta personal, marketing directo, etc.

Personas: Esta P hace referencia a todas aquellas personas que participan de alguna forma en el proceso de prestación de servicios. Por tanto, en esta P se incluirán tanto los empleados de la empresa, los clientes de la empresa y los restantes consumidores que pudieran influir en la percepción que los clientes hagan del servicio.

Evidencia física: Se incluye tanto el ambiente en el que se presta servicio, a través del cual se lleva a cabo la interacción entre el cliente y empresa, como cualquier otro componente de carácter tangible que permita y/o facilite tanto la ejecución del servicio como la comunicación del mismo.

Proceso: La última P analiza los procedimientos, mecanismos y flujo de actividades que son necesarias para que la empresa pueda prestar el servicio. Por tanto, se analizarán tanto el

procedimiento de presentación del servicio como los sistemas de operaciones que se lleven a cabo. (Prado Roman & Pascual Nebreda, 2018)

1.7. Estudio Técnico.

Según Urbina, un estudio técnico es aquel que permite proponer y analizar diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, además permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas identificando instalaciones, materia prima, costos de inversión y capital de trabajo. Los componentes esenciales que conforman un estudio técnico son:

- ✓ Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- ✓ Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- ✓ Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.
- ✓ Identificación y descripción del proceso.
- ✓ Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

El objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio (Urbina, 2016).

1.7.1. Tamaño

Según (Flórez, 2016), el tamaño se define como la capacidad de la prestación de un servicio o producción de un producto, se obtiene al analizar la inversión del proyecto, la cantidad de puestos de trabajo generados, el espacio físico que ocupe sus instalaciones, participación de la empresa en el mercado y el volumen de ventas que alcance por unidad determinada de tiempo.

Según (Urbina, 2016), el tamaño es expresado en unidades de producción anuales, y es considera como óptimo cuando opera con el mínimo de costos totales o la máxima rentabilidad económica.

1.7.2. Localización del Proyecto

Según (Rodriguez, 2018), se puede determinar ubicación específica en un lugar explícito mediante un plano de localización. Es decir, la asignación de indicadores cuantitativos a un conjunto de elementos que son incidentes en la localización. Así, toda investigación está vinculada a su medio en función de la demanda y costo.

Según (Flórez, 2016), la localización permite establecer la ubicación geográfica de un proyecto en función de la optimización de las utilidades a generar, costo para producción y gastos de operación. Así, se debe tomar en cuenta la macro y micro localización, las cuales, respectivamente, representan el área global de ubicación del proyecto y la región de posible localización.

1.7.3. Ingeniería

Según Valdivia, define a la ingeniería del proyecto como la actividad creativa, basada en el conjunto de conocimientos, medios y experiencias aplicadas para realizar la ejecución de un producto o servicio. (Valdivia, 2017)

Según el sitio web OBS BUSINESS SCHOOL (2019), consiste en definir los recursos necesarios para la ejecución de planes, o tareas tales como máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias todo esto requiere un proceso de planificación.

La ingeniería del proyecto abarca los requerimientos necesarios tales como las instalaciones, funcionamiento, descripción de procesos e inversiones, misma que ayudará a la ejecución del proyecto dependiendo de la actividad económica ser producida. (SCHOOL, 2019)

A continuación, se incluyen los elementos más importantes en el estudio de la ingeniería del proyecto:

- ✓ **Descripción del producto/servicio:** Se trata de describir el producto objeto del plan de negocio, indicando su nombre técnico, su nombre comercial, su composición, la forma de presentación, de almacenamiento y transporte, su vida útil estimada así como todas las características que permitan reconocerlo y diferenciarlo.
- ✓ **Identificación y selección de procesos:** Al proceso escogido, se le determinan sus fases principales, su secuencia, los requerimientos de equipos, los recursos materiales y humanos que este demanda. En lo posible, esta descripción debe estar complementada con diseños,

gráficos, diagramas de flujo y todo aquello que permita un mejor conocimiento de la opción técnica seleccionada.

- ✓ **Listado de equipos:** Listado descriptivo de cada uno de los muebles, enseres y maquinaria necesaria para la operación.
- ✓ **Descripción de los insumos:** Descripción de los activos primarios y secundarios utilizados en el proceso productivo. Igualmente, es preciso detallar el personal que se empleará, su nivel de entrenamiento, calificación y el requerimiento de técnicos.
- ✓ **Distribución de las instalaciones:** La distribución deberá realizarse de acuerdo con la normativa de construcción de medio ambiente existente, e insistir en la búsqueda constante de la armonía con la naturaleza, el paisaje y las reservas ecológicas.
- ✓ **Distribución interna:** Los muebles, la maquinaria y equipos deben estar dispuestos en forma tal que garanticen mejores condiciones de trabajo y seguridad, lo que posibilita una mayor eficacia en el proceso productivo. (Flórez, 2016)
- ✓ **Capital de Trabajo:** Inversión monetaria necesaria para la puesta en marcha durante un ciclo de producción del servicio o producto final (Valdivia, 2017).

1.8. Estudio Financiero.

Según (Federico, 2019), es necesario el análisis de la empresa considerando su sustentabilidad y rentabilidad en un periodo de tiempo, con el objetivo de determinar una estimación cronológica de recuperación del capital de inversión.

Según el portal web (SINNAPS, 2017), “El estudio financiero tiene como objetivo principal detectar los recursos económicos para poder llevar a cabo un proyecto y así se podrá saber cuál es la viabilidad del proyecto en términos financieros”.

Elementos que se deben considerar en un estudio financiero son:

1.8.1. Estado de situación financiera inicial

Según (Mendoza & Ortiz, 2016), es necesario establecer la interrelación entre todos los factores incidentes de una empresa, su financiamiento, reglamento interno y sus inversiones, y si éstas fueron establecidas con recursos externos o internos.

1.8.1. El estado de resultados

De acuerdo con (Mendoza & Ortiz, 2016), es la descripción de los ingresos y gastos generados resultantes como utilidad o pérdida de la ejecución de las operaciones de la entidad comercial en un intervalo especificado.

1.8.2. Estado de flujo de efectivo

Según Mendoza Roca & Ortiz Tobar, el estado de flujo de efectivo permite información del efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación, en un periodo determinado. (Mendoza & Ortiz, 2016)

1.8.3. Indicadores Financieros

Son herramientas diseñadas para medir la estabilidad y su capacidad financiera de una empresa, permiten realizar un análisis de la rentabilidad financiera.

1.8.4. Costo de capital (Ck)

Según (Revolorio Mencos, 2017), es una tasa de rendimiento requerida sobre los diferentes tipos de financiamiento. El costo total de capital es un promedio ponderado de las tasas de rendimiento requeridas individuales (costos).

De acuerdo con (Valdivia, 2017), se refiere al capital necesario que debe disponer para el adecuado y regular funcionamiento del proyecto durante un ciclo productivo (tiempo que dura la elaboración del bien o servicio) y asegurar su comercialización. Además, sus principales rubros del capital de trabajo son: caja, bancos, pagos de remuneraciones, servicios, existencias (materia prima, insumos, productos terminados), exigibles, garantía por alquiler de local, entre otros. (Carbonel Valdivia, 2015).

1.8.5. Tasa de rendimiento medio (TRM)

Según Rodríguez, es la tasa que permitirá cubrir la totalidad de la inversión inicial e incorporar en su cálculo la dispersión de la distribución de las probabilidades de obtener flujos de efectivos planeados, agrega el riesgo de la variación en la inflación y el costo de capital. (Rodríguez, 2018)

1.8.6. Valor Actual Neto (VAN)

Según el Ramírez Díaz, el valor actual neto es la diferencia de los flujos de los ingresos y egresos, valorados a precios de hoy, descontados a la tasa de interés de oportunidad.

Forma de cálculo:

$$VPN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \frac{F_5}{(1+i)^5} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

I_0 = Inversiones Iniciales

F_1 = Flujo neto del periodo 1

i = Tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad (TIO)

F = Flujo neto del último período de análisis

El valor presente neto es un indicador importante en la evaluación financiera de proyectos, pues con él se cuantifica la generación o destrucción de riqueza de una inversión.

- ✓ $VPN(i) > 0$ Proyecto conveniente.
- ✓ $VPN(i) = 0$ Proyecto indiferente.
- ✓ $VPN(i) < 0$ Proyecto inconveniente. (Ramírez Díaz, 2019)

Según Valdivia Carbonel, es el excedente neto que genera un proyecto de inversión durante su vida productiva, luego de realizar sus costos de inversión, operación, mantenimiento y de uso del capital. La expresión es la siguiente:

$$VAN = \sum FC_n / (1 + TD)^n$$

Dónde:

VAN: Valor Actual Neto

FC: Flujos netos de caja

TD: Tasa de descuento de inversionista

N: Periodo

En los flujos de caja (FC) se encuentra en el año 0 la inversión inicial y en el año n el valor residual. Realizando operaciones se obtiene el VAN, cuya regla de decisión señala que un proyecto es rentable cuando el $VAN > 0$. La tasa de descuento (TD) pertinente es el costo de oportunidad del capital. (Carbonel Valdivia, 2015)

1.8.7. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según (Carbonel Valdivia, 2015), es una tasa que representa el rendimiento por periodo de un proyecto de inversión. Es decir, puede definirse a la TIR como la tasa que hace nulo o cero el VAN, o que es la tasa para la cual los valores actualizados de los beneficios netos, valor residual y recupero de capital de trabajo igualan al valor actualizado de la inversión. Un proyecto de inversión se acepta cuando su TIR es superior al costo del capital (CK).

Según Ramírez Díaz, la tasa interna de retorno es la rentabilidad de una empresa o de un proyecto de inversión. Además, la TIR es el valor de interés de la inversión neta, de la serie de ingresos y egresos, igual a cero. Se dice INTERNA, porque es el interés generado por los dineros que permanecen invertidos durante el periodo. Matemáticamente, es la tasa de interés que iguala a cero el valor presente neto. (Ramírez Díaz, 2019)

1.8.8. Relación costo/beneficio

Según (Flórez, 2016), mediante este análisis es posible relacionar el valor de la inversión en comparación de los gastos realizados para el establecimiento del negocio o la prestación del

servicio. Según (Garzon Agudelo; Sarmiento Rojas; Gutiérrez-Junco, 2019), la relación costo – beneficio, implica el cálculo de una razón de los beneficios del proyecto con respecto a los costos del mismo.

1.8.9. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Según (Flórez, 2016), es el intervalo de tiempo en el cual se espera la recuperación de la inversión realizada.

1.8.11. Punto de Equilibrio (PE)

Según (Flórez, 2016), es el parámetro de análisis que identifica el periodo en el cual el volumen de comercialización no genera una pérdida.

1.9. Estudio Organizacional.

El estudio organizacional tiene como objetivo establecer la capacidad de operación de la organización para evaluar fortalezas y debilidades en los intervalos de mantenimiento e inversión. Según (Benjamin & Fincowsky, 2014) este estudio está basado en los siguientes principios de la organización:

- ✓ División del trabajo.
- ✓ Unidad de dirección.
- ✓ Centralización
- ✓ El principio de la autoridad y responsabilidad.

De acuerdo con (Benjamin & Fincowsky, 2014) este estudio es necesario para definir la estructura administrativa organizacional de operación del proyecto en ejecución, los requerimientos de talento humanos, equipamiento y tecnología.

1.9.1. Análisis multietapa

Etapa 1. Planeación: Metodología estructurada para la determinación de factores incidentes en el proceso de implementación considerando el cambio socioeconómico y cultural del entorno.

- ✓ **Visión:** Es la meta que incentiva a través de las políticas y objetivos establecidos en la empresa el cumplimiento de la misión.
- ✓ **Misión:** Es el propósito establecido en el motivo en el cual la empresa o negocio se implementó.
- ✓ **Objetivos:** Actividades que se realizan ordenadamente para el cumplimiento de la misión y la visión.
- ✓ **Meta:** Finalidad planteada para relacionar los recursos y acciones con los objetivos.
- ✓ **Estrategias:** Conjunto de actividades realizadas para alcanzar una ventaja competitiva
- ✓ **Procesos:** Conjunto de procedimiento utilizados para la transformación de insumos en productos finales y servicios de calidad.
- ✓ **Políticas:** Lineamientos básicos para orientar las acciones y normar la gestión organizacional.
- ✓ **Procedimientos:** Técnica informativa cronológica y secuencial de operaciones para cumplir una tarea.
- ✓ **Programas:** Conjunto de actividades que utilizan recursos para su ejecución.

- ✓ **Enfoques:** Perspectiva de visualización de área de incidencia relacionando procesos y funciones
- ✓ Forma de visualizar áreas de influencia que relaciona procesos con funciones.
- ✓ **Niveles:** Cadena jerárquica de autoridad
- ✓ **Horizonte:** Definición cronológica y espacial de las acciones de una organización

Etapa 2. Organización: Según (Benjamin & Fincowsky, 2014, pág. 12) es el procedimiento de reparto de las actividades agrupándolas en asignación a grupos de trabajo específicos bajo líneas de mando y jerarquía con la finalidad de cumplir las metas.

Etapa 3. Dirección: Proceso de guiar y proveer de soporte necesario a las personas para que contribuyan con efectividad al logro de las metas de la organización.

Etapa 4. Ejecución: Se define como el procedimiento de implementación del plan organizado con anterioridad. Al respecto (Federico, 2019) menciona que la esencia de la administración es la etapa de ejecución.

Etapa 5. Control: Establecido en una organización con el fin de regular las actividades y ejecutarlas con el enfoque definido en torno a las metas y desempeño esperado

1.9.2. Análisis multinivel

De acuerdo con (Benjamin & Fincowsky, 2014, pág. 13) que menciona que este análisis es utilizado para realizar la identificación de los diferentes niveles de jerarquía establecido en una organización con la finalidad de generar una ventaja competitiva a través de la administración de los negocios en sus diferentes ámbitos y líneas de desempeño. De esta manera se establecen 6

niveles de análisis, mediante los cuales se puede realizar un análisis del nivel jerárquico establecido, los mismos que son asociados con los perfiles de respuesta de las cabezas del nivel. Además, se ejecuta la evaluación de implementación y ponderación de unidades descentralizadas para no saturar el órgano administrativo y la combinación de estructuras estratégicas para administración en multinivel. Finalmente, se valora la inversión extranjera para desarrollo de rentabilidad en mercados alternos.

CAPÍTULO II

Procedimientos Metodológicos

1.10. 2.1. Introducción

En este capítulo se detalla conceptos teóricos que servirán para seleccionar el tipo de investigación, métodos, técnicas e instrumentos utilizados por el investigador, a través de una revisión sistemática bibliográfica.

1.11. 2.2. Objetivo

Identificar el tipo de investigación, métodos y técnicas apropiadas para la recopilación de información pertinente asegurando la calidad y veracidad de los resultados.

1.12. 2.3. Tipo de investigación

Para el desarrollo del presente estudio de factibilidad se utilizará la investigación exploratoria y descriptiva, identificando factores incidentes en el estudio, facilitando el manejo y comprensión de las necesidades de los consumidores.

Según (Malhorta, 2016), la investigación exploratoria se utiliza en situaciones en las que se debe definir un problema con mayor precisión, identificar alternativas de acción u obtener ideas adicionales para desarrollar un enfoque del problema.

1.13. 2.4. Métodos

Según (Callero Romero, 2014) “El Método Deductivo, aquella que parte orientación o un enunciado general del que se van desentrañando partes/elementos específicos”.

Este método se aplica para los resultados en la aplicación de los instrumentos que servirá para conocer, orientar y sintetizar los fundamentos investigados.

Según (Callero Romero, 2014) “El Método Histórico, aquella orientación que va del pasado al presente para proyectarse al futuro”.

Mediante el presente método se conocerá las bases del pasado y del presente que servirá para complementar, potenciar y mejorar las perspectivas del futuro.

Según (Callero Romero, 2014). “El Método Explicativo, aquella orientación que además de considerar la respuesta al ¿cómo?, se centran en responder la pregunta: ¿por qué es así la realidad?, o ¿cuáles son las causa?, lo que implica plantear hipótesis explicativas y un diseño explicativo”.

En el método explicativo de acuerdo a la aplicación de los instrumentos de investigación se obtendrá resultados e hipótesis más detalladas y explícitas.

Según (Callero Romero, 2014). “El Método Análisis – Síntesis, observación y experimentación para determinar la naturaleza, causa, constitución y elevación a una integración de verdades teóricas.

Con el método de análisis y síntesis mediante la observación se determinará el estudio y posterior un resumen de los fundamentos investigados.

Según (Adriana Ferreyra y Ana Lía De Longhi; 2014, pág. 20). El método Hipotético – Deductivo utiliza la estrategia que combina los métodos Inductivo y Deductivo, es decir que la ciencia es un proceso de adquisición de nuevos conocimientos que integran ambas estrategias.

Se aplicará éste método, ya que generalmente tiene como rol la generación de hipótesis a partir de la observación y posteriormente serán puestas a prueba, misma que servirá para el planteamiento de la propuesta de solución adelantada del estudio.

1.14. 2.5. Técnicas e Instrumentos

Para obtener información necesaria referente a la creación de una heladería – cafetería se utilizó las siguientes técnicas de investigación.

2.5.1. Encuesta

Según Posso, la técnica de la encuesta para obtener información se basa en el interrogatorio de los individuos, donde se plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones así como características demográficas y de su estilo de vida. (Posso, 2018)

Según Malhorta, la encuesta es con un grupo grande de participantes, las cuales se basan en un cuestionario diseñado previamente. (Malhorta, 2016)

Esta técnica se utilizó a través de un cuestionario de preguntas, dirigido a los posibles clientes del cantón Bolívar con el objetivo de identificar sus principales necesidades y preferencias al momento de consumir.

2.5.2. Entrevista

Según Malhorta, la entrevista se aplica de forma individual y pretende obtener información sobre las actitudes, creencias, experiencias que coincidan la forma de percibir el entorno del individuo entrevistado. (Malhorta, 2016)

Según Córdova & Salazar, es una herramienta de recolección de datos mediante una conversación que se da entre dos personas, esto basado en un número de preguntas con el fin de coleccionar la información pertinente y necesaria para la ejecución del proyecto, (Córdova Yamberla; Salazar Cadena, 2019)

Esta técnica se utilizó a través de una guía de entrevista que es grabada y dirigido a la competencia del cantón Bolívar con el objetivo de identificar los productos que se comercializan en el mercado. La guía de entrevista es una herramienta que se utilizó para recabar información de las heladerías – cafeterías, efectuando preguntas abiertas dada la importancia que se requiere investigar.

2.5.3. Observación

Según (Malhorta, 2016), la observación es el registro del comportamiento de la gente para obtener información acerca del fenómeno de interés.

Además (Montaño Manzaba; Troya Párraga, 2020), menciona que la observación es una actividad sistematizada considerando un análisis visual objetivo de una problemática con la finalidad de establecer parámetros y características bajo un enfoque de análisis definido. Esta técnica se utilizó para reconocer los comportamientos de las personas que asisten acuden a heladerías y cafeterías, para definir y valorar su opinión y necesidad.

1.15. Variables de diagnóstico

Permiten conocer de forma general el contenido, según las necesidades para el desarrollo del mismo.

Tabla 1
Matriz de relación diagnóstica

VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Geográfica	Ubicación Límites Altitud Extensión Lugares turísticos del cantón Bolívar	Investigación documental	http://www.municipiobolivar.gob.ec/index.php/canton/informacion-general . Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantón Bolívar (2011-2031)
Demográfico	Crecimiento y estructura de la población Distribución de sexo y edades de la población	Investigación documental	Proyecciones estadísticas 2010-2020. (EXCEL)
Económico	Sectores Económicos Población Económicamente Activa	Investigación documental	INEC 2010 PEA 2016

	<p>Tasas de Empleo y desempleo del cantón Bolívar.</p> <p>Nivel de Instrucción del cantón Bolívar</p> <p>Pobreza por necesidades básicas insatisfechas</p>		<p>Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantón Bolívar (2011-2031)</p>
Culturales	<p>Identificación de las Costumbres, culturas, tradiciones y lugares turísticos del cantón Bolívar</p>	<p>Investigación documental</p>	<p>Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantón Bolívar (2011-2031)</p>
Político – Legal	<p>Ley de Apoyo al emprendimiento</p> <p>Ley de Turismo</p> <p>Plan Nacional de Desarrollo</p> <p>Ordenanza municipal para Tipo Turismo</p>	<p>Investigación documental</p>	<p>Ordenanza para tipo Turismo.pdf</p> <p>Ley de Turismo – Ultima modificación 21/08/2018 (PDF)</p>

Sector Turístico provincia del Carchi, cantón Bolívar.	Nacional Local	Investigación documental	Ecuador Patrimonio UNESCO POT Carchi: Relaciones del Ecuador con sus países vecinos. Ministerio de Relaciones Exteriores; Plan Nacional de Política Exterior 2006-2020
--	-----------------------	---------------------------------	--

CAPÍTULO III

Diagnóstico

1.16. 3.1. Introducción

En el presente capítulo se analizan las variables diagnósticas a través de indicadores para conocer el entorno del cantón Bolívar, además determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Según (Raffino, 2019), se define al diagnóstico como el proceso de análisis, evaluación y valoración de información recopilada de una problemática definida con el objetivo de establecer líneas de tendencia, incluyendo el análisis del ámbito externo e interno facilitando el proceso de decisión.

1.17. 3.2. Objetivo

Realizar un diagnóstico técnico situacional del cantón Bolívar, mediante un enfoque descriptivo, con la finalidad de identificar la oportunidad de la presente propuesta de negocio.

1.18. 3.3. Desarrollo de Variables

En el desarrollo de variables se analizará cada indicador identificado en la matriz, para lo cual se ha considerado los siguientes:

3.3.1. Variable geográfica.

La variable geográfica hace referencia a las condiciones climáticas, ubicación, extensión, permitiendo recopilar y analizar la información del cantón Bolívar, considerando los siguientes indicadores:

3.3.1.1. Ubicación.



Figura 1. Ubicación geográfica. (PDOT-B, 2011-2031)

3.3.1.2. Límites.

Sus límites son: nor-este limita con el cantón Montúfar; al noroeste con el cantón Espejo; al sur-este con la provincia de Imbabura; al sur con la provincia de Sucumbíos.

3.3.1.3. Altitud.

Altitud de 1500 – 4500 msnm; y un clima templado a frío de 13.8°.

3.3.1.4. Extensión.

El cantón Bolívar, está conformado por una parroquia urbana: Bolívar (cabecera cantonal) y cinco rurales: García Moreno, Los Andes, Monte Olivo, San Rafael y San Vicente de Pusír, la misma que cuenta con una superficie de 353.2 km².

3.3.1.5. Lugares turísticos del cantón Bolívar.

Bolívar, con una profunda devoción católica, su patronato es el Señor de la Buena Esperanza; entre los atractivos turísticos más sobresalientes encontramos: Parque central de Bolívar, Valle del río Chota, colección paleontológica, el cementerio de mastodontes y el Morador de cabras que se encuentra a 2.944m de altura, tiene una temperatura de 13°C. (Historia del cantón Bolívar, s.f.)

Tabla 2
Lugares y atractivos turísticos

ATRATIVOS NATURALES	ATRATIVOS CULTURALES
<ul style="list-style-type: none"> - Cascada el Manto de la Virgen - Cascada de la Niña María - Laguna de Encañada - Mirador de Cabras - Río Apaquí 	<ul style="list-style-type: none"> - Balneario El Aguacate - Bizcochuelos - Cementerio de Mastodonte - Cruz Penitencial de Bolívar - procesión de Semana Santa - Fiestas del Señor de la Buena Esperanza - Iglesia de Nuestro Señor de la Buena Esperanza - Museo Paleontológico - Parque de la Mega Fauna - Rosquetes

Fuente: Historia del cantón Bolívar

3.3.2. Variable demográfica.

La variable demográfica hace referencia a la población del cantón Bolívar, esta variable toma en cuenta factores como: tasa de crecimiento y estructura poblacional, con su respectiva distribución de población por edades y sexo.

3.3.2.1. Tasa de crecimiento poblacional.

Según (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020), la población del cantón Bolívar se refleja de la siguiente manera:

Tabla 3
Población cantón Bolívar

POBLACIÓN CANTÓN BOLÍVAR											
CANTÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bolívar	15.001	15.079	15.147	15.211	15.270	15.325	15.375	15.420	15.460	15.496	15.528

En la tabla 3 se puede visualizar las proyecciones de la población hasta el año 2020.
Fuente: (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020)

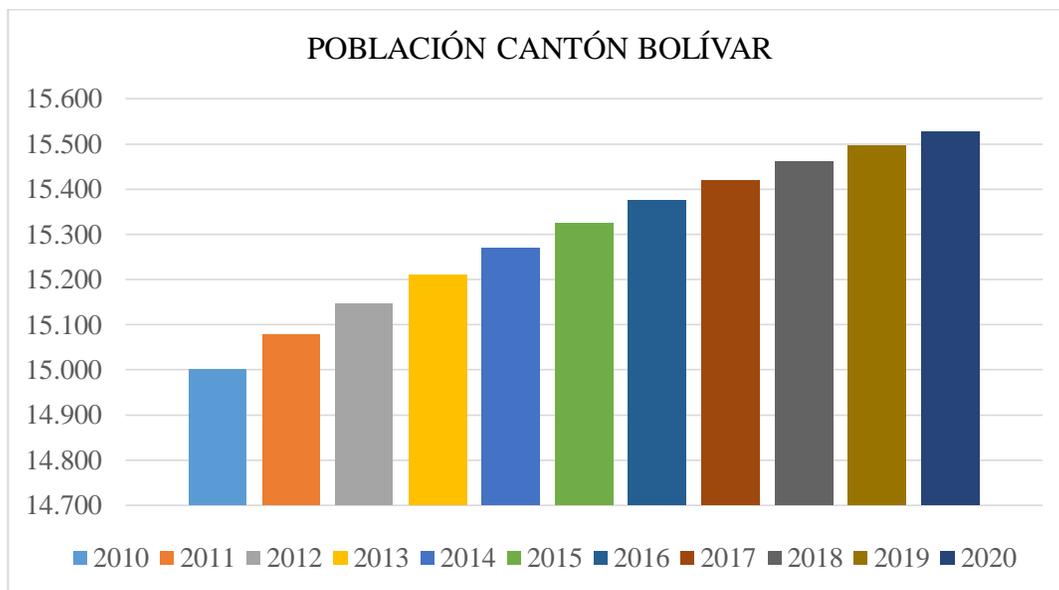


Figura 2. Proyecciones de la población ecuatoriana del cantón Bolívar.
Fuente: (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020)

3.3.2.2. Estructura poblacional.

Según (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020), la distribución población por parroquias y edades del cantón Bolívar, establece siete grupos de edades teniendo en cuenta a grupos menores de 5 años, niños de 6 – 12, adolescentes de 13 – 18 años entre otros.

A continuación, se detalla la siguiente información:

Tabla 4
Población del cantón Bolívar por edades

Grupos por Edad	PARROQUIAS						TOTAL
	Bolívar	García Moreno	Los Andes	Monte Olivo	San Vicente de Pusir	San Rafael	
De 0 a 5 Años	544	139	265	200	243	228	1619
De 6 a 12 años	746	209	362	299	343	281	2240
De 13 a 18 años	585	149	262	209	283	222	1710
De 19 a 32 años	1052	261	435	292	407	348	2795
De 33 a 45 años	873	224	332	219	275	247	2170
De 46 a 64 años	808	238	356	250	324	255	2231
De 64 y más	598	186	248	221	169	160	1582
Total	5206	1406	2260	1690	2044	1741	14347

Fuente: (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020)

En la estructura detallada anteriormente, del total de 7 grupos de edades, a los seleccionados se realiza un análisis de Pareto para reconocer la concentración de población por edades, teniendo como resultado un grupo etario cuya edad es de 15 a 64 años, con un porcentaje del 52% de concentración.

3.3.2.3. Distribución por sexo y edades de la población.

Según (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020), la distribución poblacional por sexo y edades del cantón Bolívar, se detalla a continuación:

Tabla 5
Distribución poblacional por edades y sexo cantón Bolívar

Grupos de edad	Sexo		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	117	111	228
De 1 a 4 años	597	541	1138
De 5 a 9 años	748	778	1526
De 10 a 14 años	764	806	1570
De 15 a 19 años	682	652	1334
De 20 a 24 años	534	505	1039
De 25 a 29 años	469	509	978
De 30 a 34 años	453	477	930
De 35 a 39 años	435	450	885
De 40 a 44 años	374	386	760
De 45 a 49 años	346	329	675
De 50 a 54 años	268	301	569
De 55 a 59 años	278	304	582
De 60 a 64 años	280	271	551
De 65 a 69 años	284	234	518
De 70 a 74 años	211	181	392
De 75 a 79 años	143	148	291
De 80 a 84 años	102	113	215
De 85 a 89 años	52	54	106
De 90 a 94 años	25	23	48
De 95 a 99 años	4	7	11
De 100 años y más	0	1	1
TOTAL	7166	7181	14347

Fuente: (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020)

3.3.3. Variable económica

Esta variable se orienta a reconocer una evaluación de los aspectos económicos del cantón Bolívar, provincia del Carchi, con el fin de conocer la realidad del crecimiento y desarrollo económico local; la información que se va a desarrollar en este punto son las siguientes:

3.3.3.1. Sector económico.

Según (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020), el 65,71% se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura; el 6,96% son comerciantes y el 2,79% a la administración pública; otras actividades representan el 24% se encuentran como asesores del hogar.

A continuación, se detalla los sectores económicos y las ramas de actividad que tiene el cantón Bolívar:

Tabla 6
 Sectores económicos del cantón Bolívar

SECTORES	ACTIVIDADES ECONÓMICAS
Sector Primario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agricultura ✓ Ganadería ✓ Silvicultura
Sector Secundario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Industrias Manufactureras (Deshidratadora de frutas, las ladrilleras, la fábrica de empaques, la actividad de post - cosecha de hortalizas en Cuesaca, San Vicente de Pusir "medallita Milagrosa" y El Motilón, las artesanías el centro de acopio de leche y la fábrica de yogurt "Pueblo Nuevo" y la fábrica de balanceados en Monte Olivo)
Sector Terciario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicios y administración pública y defensa

fuentes: INEC – Proyecciones de la población ecuatoriana 2010-2020

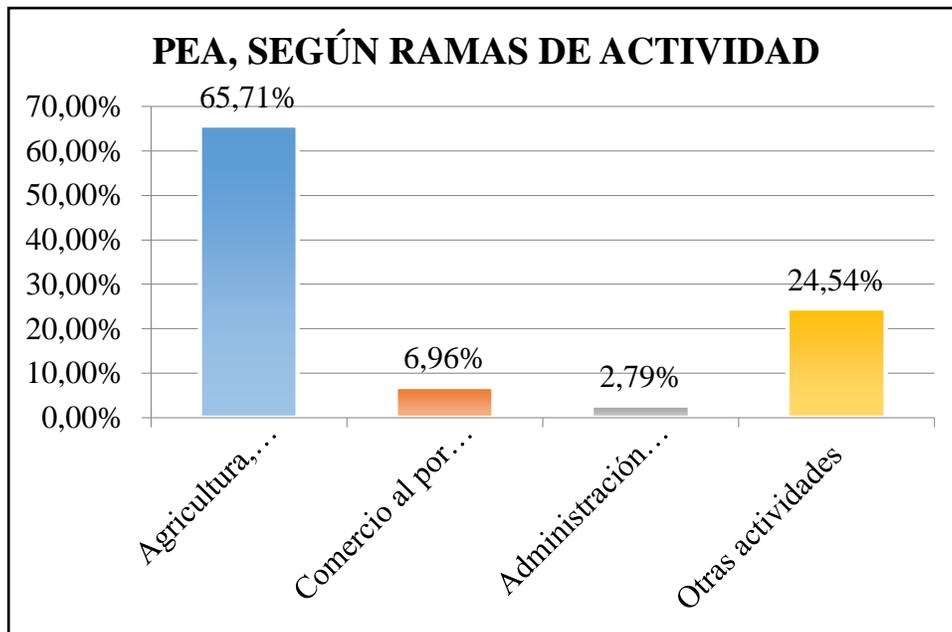


Figura 3. Ramas de actividad cantón Bolívar, Fuente (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020)

3.3.3.2. Población económicamente activa

Según (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020), la población económicamente activa corresponde a las personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tienen empleo, pero están disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados), misma que se detalla a continuación:

Tabla 7
Población económicamente activa

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA				
CATEGORIA/ÁREA	BOLÍVAR			
	ÁREA URBANA		ÁREA RURAL	
	Total	%	Total	%
ACTIVA(a)	1249	50,34%	4401	49,04%
OCUPADOS	1191	95,36%	4287	97,41%
DESOCUPADOS	58	4,64%	114	2,59%
POBLACION INACTIVA				
INACTIVA(b)	1232	49,66%	4573	50,96%
PET(a+b)	2481	100%	8974	100%
11.455				

Fuente: (INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo, 2010 - 2020)

A continuación, se detalla la categoría de ocupación del cantó Bolívar:

Tabla 8
Categoría de ocupación cantón Bolívar

CATEGORÍA DE OCUPACIÓN	CASOS	%
Jornalero/a o peón	2.136	37,74%
Cuenta propia	1.915	33,83%
Empleado/a u obrero/a privado	476	8,41%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales.	378	6,68%
No declarado	188	3,32%
Empleado/a doméstico/a	167	2,95%
Trabajador nuevo	124	2,19%
Patrono/a	109	1,93%
Trabajador/a no remunerado	103	1,82%
Socio/a	64	1,13%
TOTAL	5660	100%

Fuente: INEC – Proyecciones de la población ecuatoriana 2010-2020

3.3.3.3. Tasa de empleo y desempleo del cantón Bolívar.

Según (INEC 2019), la tasa de empleo al mes de diciembre del 2019 registra en un 38,8%, mientras que la tasa de desempleo al mismo mes registra en un 3,8%.

3.3.3.4. Nivel de instrucción del cantón Bolívar.

Según (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, INEC, 2010-2020), el nivel de instrucción del cantón Bolívar, se detalla a continuación:

Tabla 9
Nivel de instrucción del cantón Bolívar

NIVEL DE INSTRUCCIÓN / SECTOR	URBANO	RURAL	TOTAL
Ninguno	386	894	1280
Centro de Alfabetización/(EBA)	135	206	341
Preescolar	98	216	314
Primario	1.331	5.152	6483
Secundario	549	1.556	2105
Educación Básica	260	1.677	1937
Bachillerato - Educación Media	158	620	778
Ciclo Postbachillerato	23	48	71
Superior	252	320	572
Postgrado	30	42	72
Se ignora	148	246	394
TOTAL	3.370	10.977	14.347

Fuente: INEC – Proyecciones de la población ecuatoriana 2010-2020

Es importante identificar el nivel de instrucción, ya que influye en los ingresos familiares, es decir, a mayor el grado de escolaridad, más alto es el salario de una persona.

3.3.3.5. Pobreza por necesidades básicas insatisfechas.

En la siguiente tabla se conocerá la pobreza por necesidades insatisfechas en cantidad y porcentaje poblacional del cantón Bolívar.

Tabla 10
Pobreza por necesidades insatisfechas del cantón Bolívar

Indicador:	Pobreza por necesidades básicas insatisfechas						
Ámbito:	Cantonal						
Fuente:	Censo de población y vivienda 2010 -2020						
Código	Nombre de cantón	NO POBRES	POBRES	Total	NO POBRES	POBRES	Total
402	BOLIVAR	3.090	11.257	14.347	21,50%	78,50%	100,00%

Fuente: INEC – Proyecciones de la población ecuatoriana 2010-2020

3.3.4. Variable cultural.

La variable cultural, determina las tradiciones, creencias y costumbres del cantón Bolívar.

Identificación de las costumbres, culturas, tradiciones y lugares turísticos del cantón Bolívar

3.3.4.1. Atractivos Culturales.

3.3.4.1.1. Basílica del Señor de la Buena Esperanza.

Acogedor templo de meditación espiritual visitado por fieles locales y nacionales, quienes atribuyen milagros y beneficios a la imagen del señor de la Buena Esperanza. (Castro W. P., 2013)



Figura 4. Santuario del señor de la Buena Esperanza del cantón Bolívar.
Fuente: (Castro W. P., 2013)

3.3.4.1.2. Parque de la Mega Fauna.

En este parque se vive el encuentro con nuestros antepasados lo que ha permitido dar paso al rescate y estudio científico de los restos paleontológicos encontrados en el sector de Loma de Menas, donde se fundamentan los hallazgos de fósiles, lugar donde concurrían los Mastodontes. (Castro W. P., 2013)



Figura 5. Parque de la mega fauna.
Fuente: (Castro W. P., 2013)

Existen esculturas e imágenes representativas a la evolución; aprovechando la riqueza ancestral, natural y paisajística del entorno. Existen restos fósiles, se encuentran en el Museo Paleontológico de Bolívar. (Castro W. P., 2013)



Figura 6. Parque de la mega fauna.
Fuente: (Castro W. P., 2013)



Figura 7. Parque de la mega fauna.
Fuente: (Castro W. P., 2013)

3.3.4.2. Costumbres y Tradiciones de la población antigua.

Se enfocan en la celebración de las fiestas de sus parroquias, se traduce anualmente en festejar la fecha de su creación y homenajear a su Santo Religioso. Cada festejo es realizado en la plaza principal de las parroquias, con la presencia de las principales autoridades y la población. (Castro W. P., 2013)

3.3.4.2.1. Fiestas de Cantonización.

El 12 de noviembre se celebra cada año la cantonización, se planifican actividades como: el pregón, elección de la Reina, Sesión Solemne y manifestaciones de carácter Social, Cultural y Artístico. (Castro W. P., 2013)



Figura 8. Fiestas de cantonización cantón Bolívar.
Fuente: <http://carchinoticias.com/tag/bolivar/page/3>

La presentación de las candidatas y elección de la reina, es uno de los eventos más representativos en sus fiestas. (Castro W. P., 2013)



Figura 9. Fiestas de cantonización cantón Bolívar.

Fuente: <http://carchinoticias.com/tag/bolivar/page/3>

3.3.4.3. Áreas de Recreación.

Las zonas de recreación del Cantón Bolívar, están organizadas debidamente, para la utilización del turista acorde a las edades de los grupos que la visitan, como son niños, adolescentes, jóvenes, adultos y tercera edad. (Castro W. P., 2013)

Tabla 11
Lugares de recreación del cantón Bolívar

NOMBRE	UBICACIÓN
Parque Central	Centro
Plazuela	Centro
Museo Paleontológico	Centro
Parque Mega Fauna	Centro
Laguna Encañada	10 Km
Mirador de Cabras	5 Km
Sendero de Duendes	10 Km
Balneario Aguacate	3 Km

Cementerio	Centro
Polideportivo	Centro
Gruta San Francisco	3 Km

Fuente: (Castro W. P., 2013)

3.3.4.4. Gastronomía.

El cantón Bolívar, conserva sus tradicionales costumbres plasmadas en la fachada de los diferentes restaurantes y salones del pueblo, los platillos tradicionales dignos representante de la provincia, se cuenta con bizcochuelos, los tradicionales rosquetes y los exquisitos helados, además se tiene el champús y los cuyes asados. (Castro W. P., 2013)



Figura 10. Gastronomía.
Fuente: (Castro W. P., 2013)

3.3.4.5. Grupos Étnicos.

El cantón es multiétnico, la cual los grupos étnicos establecen sus costumbres, tradiciones, vestimenta y actividades, enriqueciendo el potencial humano del cantón. (Castro W. P., 2013)

En esta gran vivencia cultural intervienen indígenas, afro ecuatoriano, montubios, mestizos, blancos y más, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010, la población del cantón se auto identifica según su cultura y costumbres. (Castro W. P., 2013)

Tabla 12
Autentificación según cultura y costumbres

Autentificación según cultura y costumbres	Número de Personas	%
Indígena	103	0,72%
Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	1,989	13,86%
Negro/a	421	2,93%
Mulato/a	178	1,24%
Montubio/a	23	0,16%
Mestizo/a	11,321	78,91%
Blanco/a	310	2,16%
Otro/a	2	0,01%
Total	14,347	100.00%

Fuente: INEC. Censo de Población y Vivienda CPV 2010-2020; PDOT-CB 2011-2031.

3.3.5. Variable Político – Legal.

El factor político-legal está formado por leyes, y grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada, los cuales nos ayudará para llevar a cabo con el proyecto.

3.3.5.1 Ley de apoyo al emprendimiento.

Según Art 12.- Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas, desarrollarán programas de promoción a la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización de sus actividades. (Proyecto de Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2018)

3.3.5.2. Ley de turismo.

Según Art 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadísticas y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta ley. (Ley de Turismo, 2018)

3.3.5.3. Plan nacional de desarrollo “Todo una Vida”.

Según el (Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, 2017-2021) en el primer objetivo donde menciona garantizar equidad en las oportunidades, se alinea al proyecto de factibilidad, posibilitando el desarrollo socioeconómico y cultural.

3.3.5.4. Ordenanza municipal para el sector turismo.

En el marco del desarrollo de actividades turísticas le corresponde al GAD Municipal del Cantón Bolívar, en el ámbito de su circunscripción.

Según Art 8.- Control Cantonal; Controlar que los establecimientos turísticos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente, Controlar las actividades turísticas en las áreas de conservación y uso sostenible municipal, en coordinación con las entidades nacionales competentes, Establece mecanismos de protección turística dentro de su circunscripción territorial. (Ordenanza para tipo Turismo, 2018)

Según Art 9.- Gestión Cantonal; Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás GAD, mediante la creación y funcionamiento de organizaciones y empresas comunitarias de turismo, Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción de conformidad con la normativa expedida por la autoridad nacional de turismo.

3.3.6. Sector turístico provincia del Carchi, cantón Bolívar.

El turismo tiene una gran incidencia en las economías nacionales, locales y en el contexto social, además los intereses y necesidades que no se satisface en el cantón Bolívar. Sin embargo, se lo considera como un eje dinamizador de la economía local y una alternativa de desarrollo. En los cuales intervienen dos sectores importantes Nacional y Local.

3.3.6.1. Nacional.

En la Provincia del Carchi, con 93 atractivos turísticos, naturales y culturales, la provincia constituye la puerta de entrada para el desarrollo turístico y comercial del norte del Ecuador.

Esta provincia forma parte de cuatro áreas protegidas: Reserva Ecológica El Ángel, Bosque Protector Golondrinas, Reservas AWA y la Estación Biológica Guandera. En sus 3.640Km² de Territorio, el Ministerio de Turismo ha identificado 47 sitios naturales y 46 manifestaciones

culturales, localizadas en seis cantones: Tulcán, Mira, Espejo, Bolívar, Montufar y San Pedro de Huaca (PDOT-B, 2011-2031)

3.3.6.2. Local.

En el cantón Bolívar y sus Parroquias, se visualiza la necesidad de incluir a la actividad turismo como una parte importante del sistema económico productivo, ya que se lo considera como un eje dinamizador de la economía local y una alternativa del sistema turístico. (PDOT-B, 2011-2031)

El producto turístico surge del uso consciente de los atractivos y la infraestructura turística por parte de las empresas que ponen en valor dichos recursos, Los productos son comercializados en el mercado turístico, donde actores públicos y privados, planifican, controlan y promocionan los productos y destinos turísticos, en el marco de los entornos económico, ambiental, cultural, político, legal, social, tecnológico y académico.

La demanda turística la componen los visitantes, conformada por los turistas que son aquellas personas que permanecen por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado y excursionistas personas que visitan durante el día el destino. (PDOT-B, 2011-2031)

Se considera que el potencial del cantón Bolívar corresponde en su mayoría 60% a atractivos, lo que indica que el cantón es capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno como receptivo.

Mediante información brindada por la señora Roció Imbaquingo responsable del MUSEO PALEONTOLÓGICO del cantón Bolívar, se puede visualizar que de Enero a Noviembre del 2019,

han visitado un total de 2739 personas, que están divididas por Menores de Edad, Adultos, Mayores de 64 años y Personas Especiales y Extranjeros.

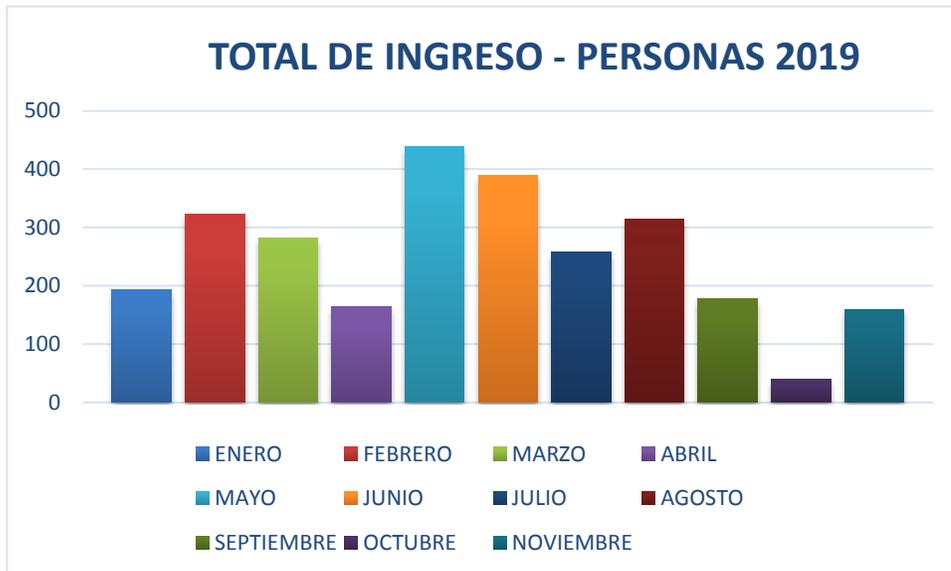


Figura 11. Ingreso personas al museo paleontológico (Enero – Nov 2019)

Fuente: Museo Paleontológico cantón Bolívar-Rocío Imbaquingo

Se puede visualizar que mayor visita de turistas es en el mes de mayo con 439 personas, y hasta el mes de noviembre con un número de 160 personas; ya que en el mes de mayo es la celebración de fiestas del Santo Señor de la Buena Esperanza, de igual manera en el mes de noviembre son fiestas de cantonización es por eso que existe un mayor número de afluencia de personas que visitan el Museo Paleontológico.

1.19. 3.4. Análisis de la Información

Una vez desarrolladas las variables, planteamos la siguiente matriz AOOD.

Tabla 13
Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTE
Ciudad en ubicación estratégica (panamericano norte).	Escasa promoción turística por parte del GAD-cantón Bolívar.
Población con tradiciones y culturas bien cimentadas.	Sector servicio - comercial poco desarrollado en Bolívar.
GAD municipal de Bolívar tiene como política pública el apoyo al sector turismo	Cambio de políticas socio económicas por parte del gobierno. Escasa información actualizada de la realidad del cantón.
OPORTUNIDAD	RIESGO
Diversidad de atractivos turísticos.	Ingreso de nuevos competidores al mercado.
Crear nuevas alternativas de trabajo local.	Consumidores salgan de la ciudad
Existe gran afluencia de turistas en el cantón.	Existe el riesgo de que el turista no conozca los atractivos turísticos de Bolívar y lo consideran
La tendencia creciente de la población.	como una ciudad de paso.

1.20. 3.5. Conclusión diagnóstica

De acuerdo al diagnóstico situacional realizado, se puede observar que el cantón Bolívar tiene algunos inconvenientes en cuanto a los emprendimientos y al turismo, como son: sector poco desarrollado en el aspecto servicio – comercial y escasa promoción turística local, sin embargo, se ha podido identificar los principales atractivos turísticos que tiene el cantón.

Como ventajas se obtuvo la facilidad de transporte, ciudad en ubicación estratégica, gran afluencia de turistas y personas locales; mediante éste estudio se puede crear nuevas alternativas de trabajo local y estrategias de emprendimientos, de esta manera beneficiarán las personas que transitan por el cantón y los habitantes del cantón.

Existen aliados claves que aportan a la ejecución del proyecto, como lo es el GAD municipal del cantón Bolívar, ya que cuenta con una política pública en el apoyo del sector turismo, y esto ayudará a la reactivación turística, por tal existirá gran afluencia de turistas en el lugar que beneficiará a la idea de negocio.

Por ende, para aprovechar esta oportunidad, es necesario plantear una propuesta favorable que permita hacer un: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HELADERÍA – CAFETERÍA EN EL CANTÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”**

CAPÍTULO IV

4. Propuesta

1.21. Introducción

En este capítulo, se diseña una propuesta de negocio en el cual se establecerá medidas principales como son: identificación de la demanda potencial y la oferta existente, monto de inversión y la estructura organizacional.

Además ayuda a identificar diversos estudios que permitan contribuir en la idea de negocio, estos estudios son: de mercado, técnico, financiero y organizacional lo cual aporta en la realización de la propuesta de negocio.

1.22. Objetivo

Determinar la sustentabilidad de la implementación de una heladería-cafetería a través del análisis mercadotécnico, financiero y organizacional.

1.23. 4.1. Estudio de Mercado

1.24. Introducción

El estudio de mercado es de gran relevancia, debido a que mediante el mismo se puede identificar cual es la demanda del producto considerado, que pueda ser atendido por el proyecto al momento de entrar en operación, cual es la oferta existente, precios y determinar el balance de oferta y demanda, el cual proporciona como resultado la demanda insatisfecha.

El estudio de mercado proporciona información significativa, además se aplicó encuestas a la población meta como lo son habitantes del cantón y turistas nacionales que visitan Bolívar, con la finalidad de identificar gustos y preferencias respecto a los productos a ofertar en la heladería – cafetería, además identificando necesidades de la demanda insatisfecha.

1.25. Objetivo del estudio de mercado.

Identificar la demanda insatisfecha y la oferta existente, mediante el reconocimiento de las preferencias, hábitos y motivaciones del mercado meta, con el objeto de reconocer la viabilidad del mercado de la propuesta de negocio.

4.1.1. Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es la identificación de la población a la cual el proyecto está dirigido, en este caso se reconoce dos segmentos: i) Población del cantón Bolívar y; ii) Turistas nacionales que visitan el cantón Bolívar y parque del museo paleontológico y particularmente el parque de la Mega fauna.

En la sección siguiente se describen las variables utilizadas para la determinación de nuestro mercado meta.

4.1.1.1. Variables de segmentación

Para el caso de las dos poblaciones, se aplicó una segmentación geográfica en función de la ubicación tanto de la población del cantón Bolívar, como el destino de turistas nacionales que visitan el museo paleontológico.

En cuanto a la variable demográfica, ésta se aplicó solamente a la población del cantón Bolívar, con el objeto de reconocer el segmento de mercado que se encuentre en edad de consumir la propuesta del servicio (PEA cantón Bolívar – Cabecera Cantonal). A los datos seleccionados se aplica un análisis de Pareto para reconocer la concentración de población por edades, teniendo como resultado un grupo etario cuya edad oscila de 15 a 64 años, con un 63,73% de concentración.

Finalmente se aplica un descuento del porcentaje del desempleo identificado en el cantón Bolívar con el objeto de determinar nuestro mercado meta.

En cuanto al segmento de turistas, se aplica únicamente la información obtenida del Museo Paleontológico del cantón, en cuanto a visitas anuales del último año.

Con lo anteriormente expuesto, se presentan a continuación de manera específica las variables aplicadas para cada uno de los segmentos:

Tabla 14
Variables de segmentación habitantes del cantón Bolívar

Variables	Características
	Cantón Bolívar
Geográfico	Habitantes locales Zona Urbana
	Población Económicamente Activa (PEA)
Demográfico	Edad: 15 a 64 años Género: Masculino, Femenino Estado Civil: Casados, Solteros, Divorciados
Económico	Tasa de desempleo

Tabla 15
Variables de segmentación turística

Variables	Características
Demográfico	Género: Masculino, Femenino Estado Civil: Casados, Solteros, Divorciados
Sector Turismo Local	Visitas al Museo Paleontológico

4.1.2. Mercado meta

Es necesario realizar un análisis cuantitativo de dos segmentos: Habitantes y Turistas para la determinación del mercado; mismo que se presenta a continuación:

Tabla 16
Segmento Nro.1: Habitantes del cantón Bolívar

Segmentación geográfica	Nro. de Personas	%
Cantón Bolívar	15.496	100%
Segmentación demográfica		
Población Económicamente Activa cantón	11.455	73,92%
Población Económicamente Activa Cabecera Cantonal	5.206	45,45%
Concentración de población de edades de entre 15 a 64 años	3.318	63,73%
Segmentación económica		
Desempleo	126	3,80%
Fuente (INEC Diciembre 2019)		
MERCADO META 1:		
Habitantes del Cantón Bolívar		3192

Fuente: Proyecciones INEC 2010-2020

Tabla 17
Segmento Nro.1: Habitantes del cantón Bolívar

Detalle	%	Nro. de Personas
	2739	
Número de visitas al museo paleontológico	97,67% son Fuente (Entrevista a la señora Rocío Imbaquingo, responsable del Museo Paleontológico, el día 21 de noviembre del 2019)	2675 turistas
TOTAL		2675

Fuente: Entrevista a la Sra. Rocío Imbaquingo

Tabla 18
Mercado Total

Segmentos de Población	% Participación	
<u>Segmento1:</u> Habitantes Cantón Bolívar, cabecera cantonal, edad 15 a 64 años.	3192	54,41%
<u>Segmento2:</u> Turistas nacionales que visitaron el Museo Paleontológico del cantón Bolívar – 2019	2675	45,59%
MERCADO META TOTAL	5867	

4.1.3. Cálculo de la muestra

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

Donde:

N: Población total

Z: Nivel de confianza

p: Proporción de ocurrencia

q: Proporción de rechazo

E: Porcentaje deseado de error.

Datos:

N: 5.867

Z: 95% =1.96

p: 50% = 0.5

q: 50% = 0.5

E: 5% = 0.05

$$n = \frac{5867(1.96^2)(0.5)(0.5)}{0.05^2(5867 - 1) + 1.96^2(0.50)(0.50)}$$

n = 374 encuestas

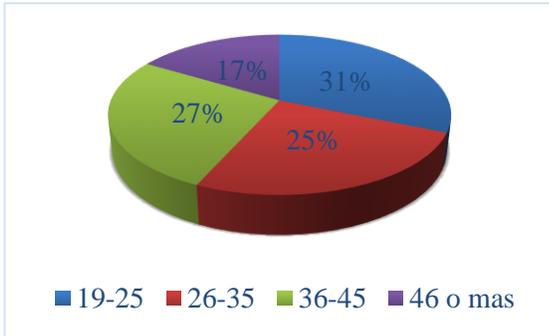
Cabe destacar que de las 374 encuestas; el 54,41% (204) van dirigidos a los Habitantes del cantón Bolívar y el 45,59% (170) a los turistas Nacionales.

Análisis e interpretación de resultados

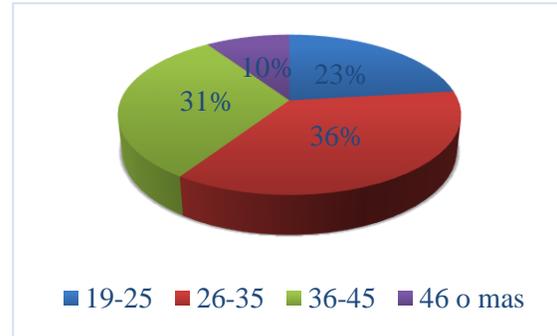
Luego de haber realizado las respectivas encuestas, se procederá con el respectivo análisis e interpretación de la información.

Análisis e interpretación de la encuesta

Edad de los encuestados



12. Edad turistas



Figura

Figura 13. Edades habitantes

Según la estratificación de la muestra, las edades de turistas que frecuentan el cantón Bolívar están en un rango de edades de entre 36-45 años con un 27%.

Mientras que los habitantes del cantón Bolívar están en un rango de edades de entre 26-35 años con un 36%.

Género de los encuestados

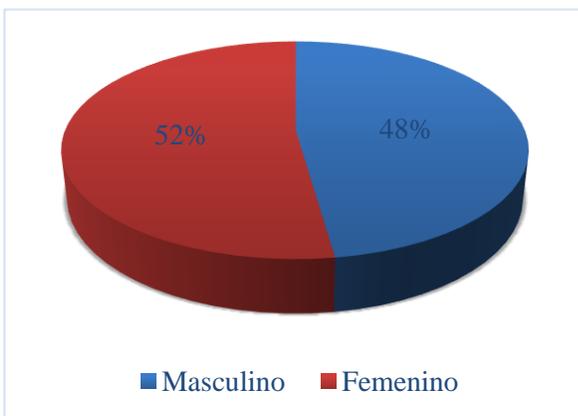


Figura 14. Género turistas

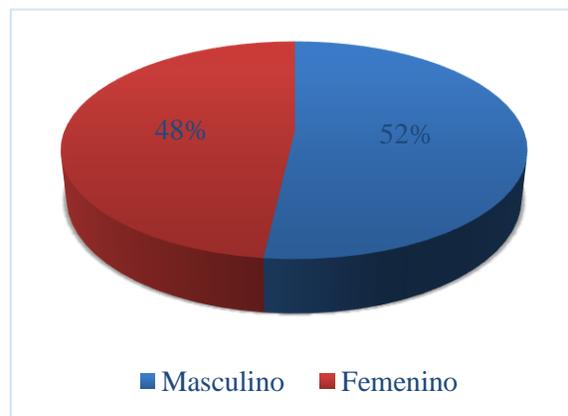


Figura 15. Género habitantes

Se puede visualizar en las gráficas que la mayoría de los encuestados de turistas son del género Femenino con un 52%, sin embargo predomina el género Masculino en los habitantes encuestados del cantón Bolívar.

1) ¿Con que frecuencia visita el cantón Bolívar?

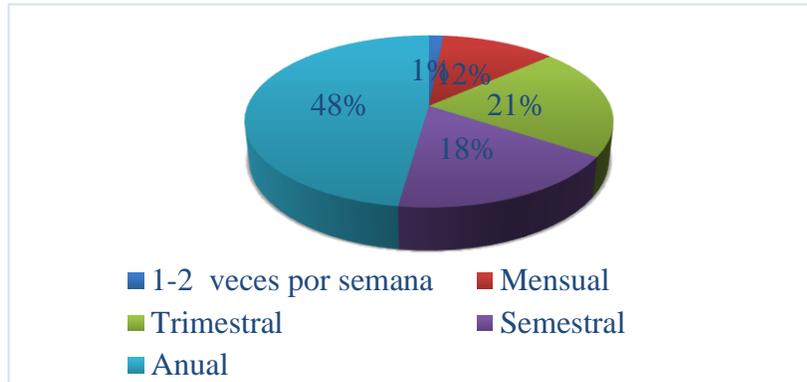


Figura 16. Frecuencia de visitas en Bolívar (Turistas)

El 48% de los turistas encuestados afirman que visitan el cantón Bolívar una vez al año, datos que nos permitirá determinar el consumo per cápita anual de la presente propuesta de negocio.

2) ¿Con que frecuencia usted acude a una Heladería al momento de transitar Bolívar?

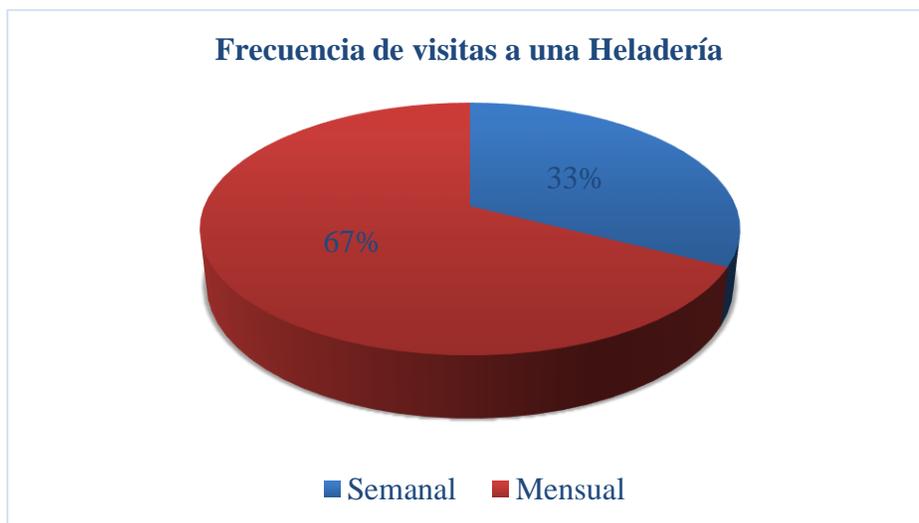


Figura 17. Frecuencia de visitas a una heladería (Habitantes)

En base a los resultados se determina que la mayoría de las personas que habitan el cantón Bolívar visitan una Heladería mensualmente siendo un índice del 67%. Esto permitirá determinar la demanda potencial de visitas al año de habitantes del cantón.

3) ¿Qué lugares frecuenta cuando visita/transita Bolívar?

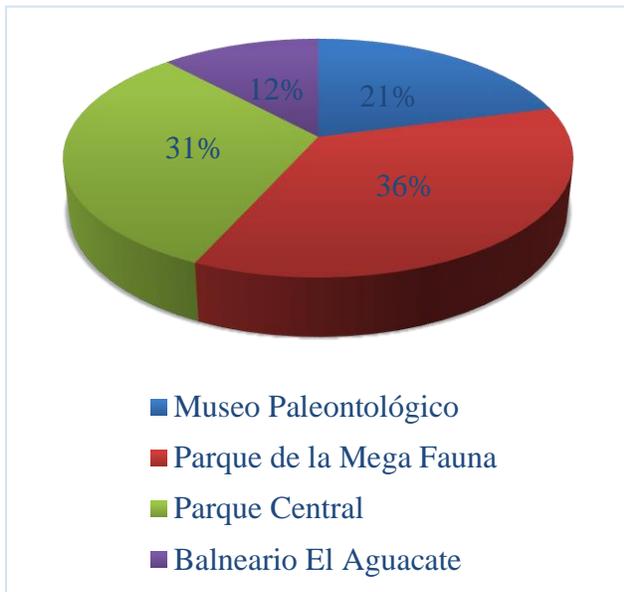


Figura 18. Turistas

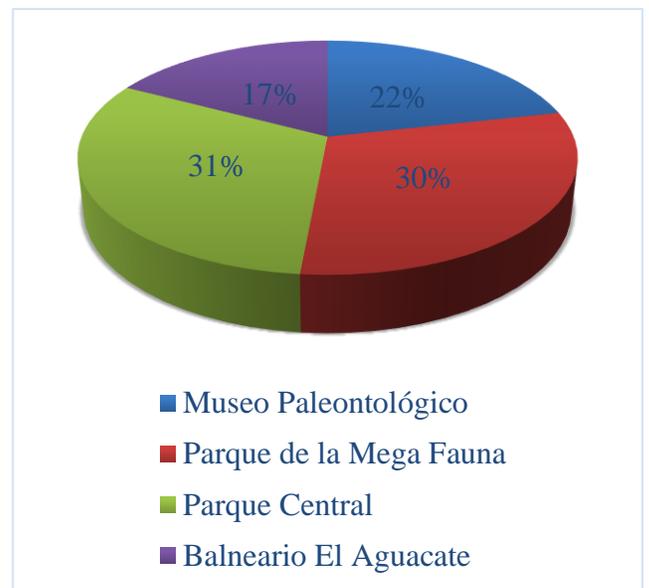


Figura 19. Habitantes

El lugar más frecuentado por los turistas nacionales en el cantón Bolívar es el parque de la Mega Fauna con un 36% de visitas, sin embargo se reconocen dos atractivos turísticos que llaman la atención del turista y que presentan una frecuencia de visitas similares como son: Parque central (31%) y Museo paleontológico (21%). En contraste con el parque central, es el lugar más visitado por lo habitantes con un 31%.

4) ¿Al momento de viajar/transitar en Bolívar con cuántas personas lo hace?



Figura 20. Turistas



Figura 21. Habitantes

El gráfico de turistas y habitantes del cantón indican que la mayoría de los encuestados de ambos segmentos al momento de transitar por Bolívar van acompañados de dos a tres personas.

Con esta variable se puede determinar la afluencia de posibles clientes, entre habitantes y turistas; además se toma como referencia para la distribución adecuada de las mesas y sillas.

5) ¿Qué lugares frecuenta en Bolívar?



Figura 22. Turistas



Figura 23. Habitantes

La población de turistas encuestados, el 40% manifestó que los lugares de frecuencia al momento de visitar Bolívar son las tiendas.

Y el 35% de la población de habitantes encuestados del cantón los lugares de frecuencia al momento de estar en Bolívar son los restaurantes.

6) ¿Se siente satisfecho con los productos en los lugares mencionados anteriormente)

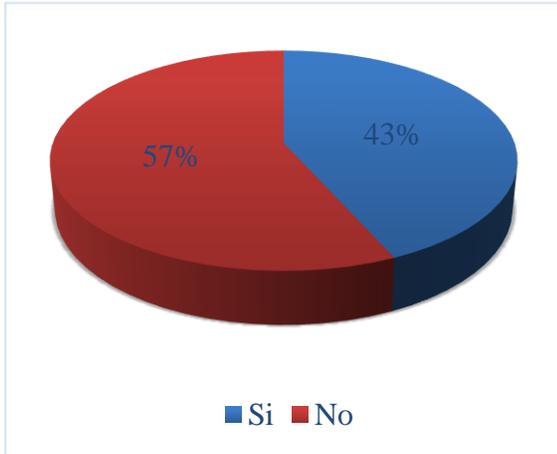


Figura 24. Turistas

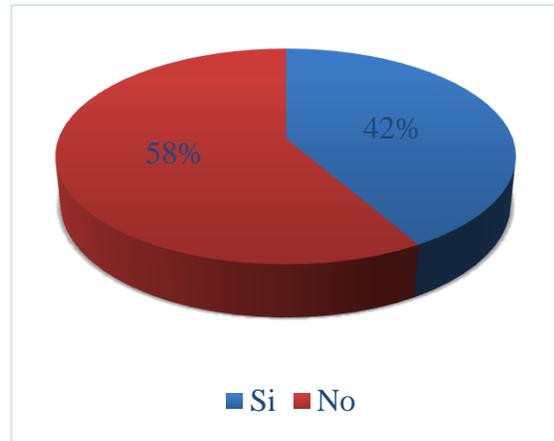


Figura 25. Habitantes

La mayoría de los encuestados de la población turistas y habitantes afirman que no se sienten satisfechos con los productos que consumen. Lo cual sería una excelente oportunidad para poder satisfacer y brindar un buen servicio con la presente propuesta de negocio.

7) ¿Está usted de acuerdo que se implemente una Heladería – Cafetería con más variedad de productos, y con servicios adicionales/personalizados?



Figura 26. Turistas



Figura 27. Habitantes

El gráfico indica que la población total encuestada del segmento de habitantes del cantón y turistas está de acuerdo con la implementación de una heladería – cafetería en el cantón Bolívar.

8) ¿En dónde le gustaría que este ubicado la nueva Heladería – Cafetería?

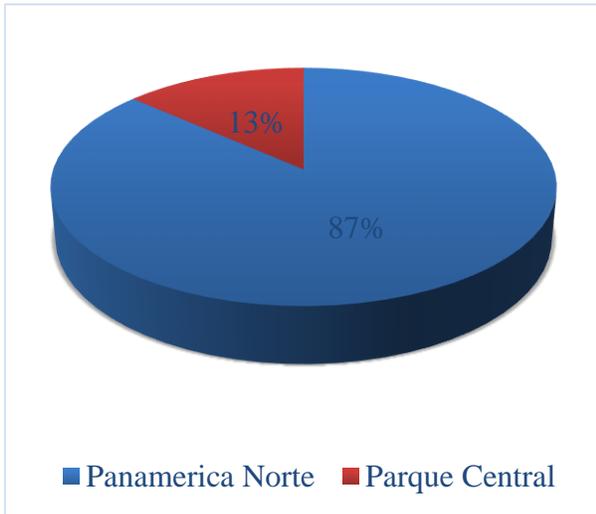


Figura 28. Turistas

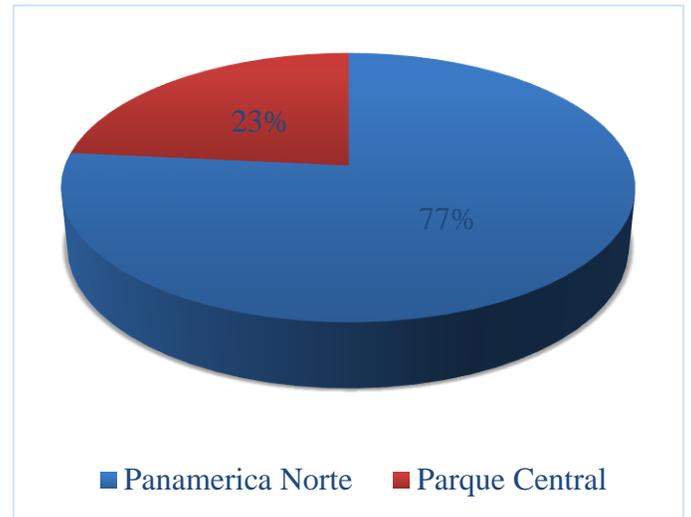


Figura 29. Habitantes

Mediante los gráficos de turistas y habitantes se analiza que la mayor parte de los encuestados prefieren que la Heladería - Cafetería se encuentre ubicada en la Panamericana norte. Por lo tanto se puede decir que es un lugar estratégico para la creación de la heladería – cafetería por lo cual existe mayor afluencia de personas y vehículos que transitan por la E-35.

9) ¿Cuál de las siguientes alternativas en productos le gustaría que se oferten?



Figura 30. Turistas

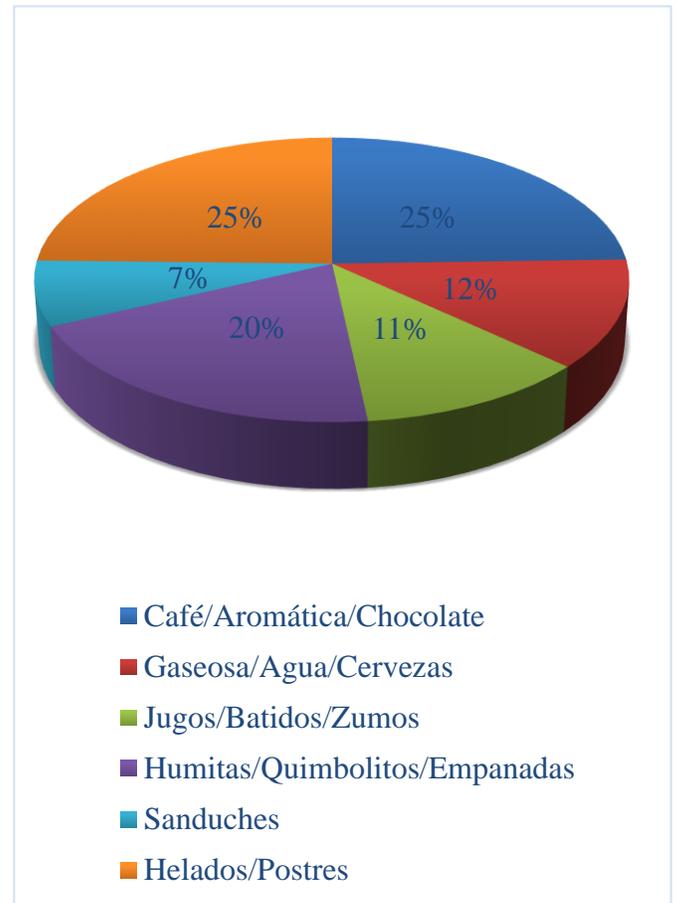


Figura 31. Habitantes

Con la información obtenida sobre los turistas encuestados se evidencia que el 23% prefieren que se oferte humitas/Quimbolitos/empanadas y helados/postres.

Para los habitantes encuestados se evidencia que el 25% prefieren que se oferte café/aromática/chocolate/ y helados/postres.

10) ¿Qué categoría de productos usted consumiría por visita y cuánto está dispuesto a pagar?

Bebidas frías (gaseosa/agua/cerveza/jugos/batidos/zumos)

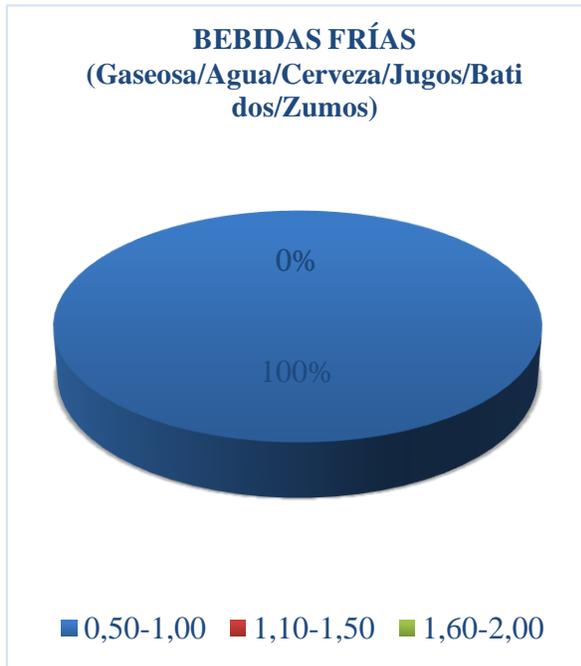


Figura 32. Turistas

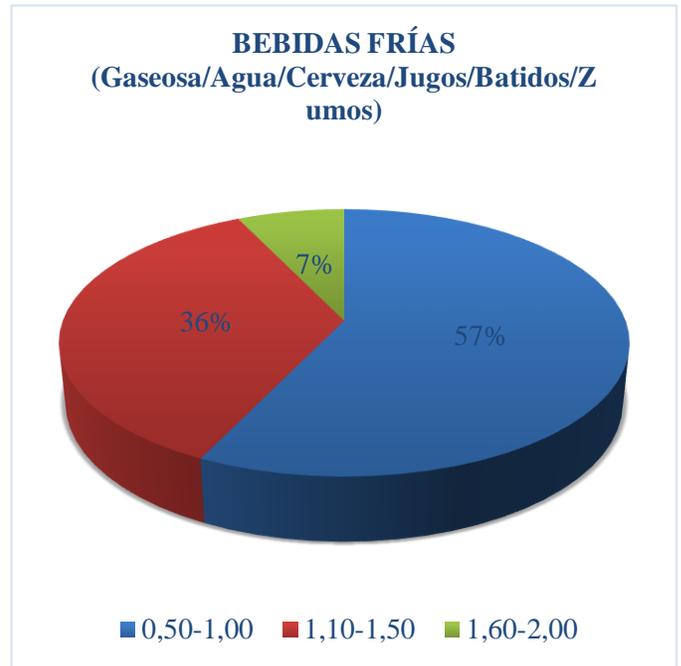


Figura 33. Habitantes

Se puede evidenciar que la categoría de productos que consumirán por visita al cantón es el 100% de turistas y el 57 % de habitantes la cual coinciden a pagar en un promedio de \$0.50-\$1.00 por el consumo de Bebidas frías. Este dato se deberá tomar en cuenta a la hora de establecer precios y para determinar la demanda potencial en dólares.

Bebidas calientes (café/aromática/chocolate + acompañante)

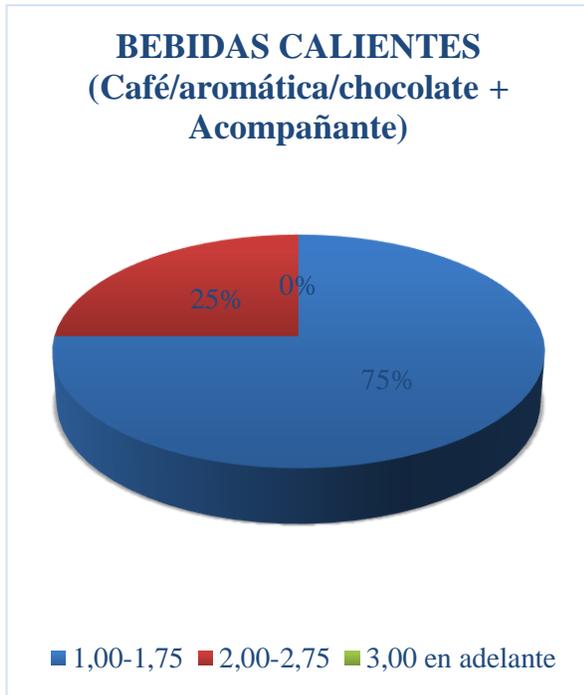


Figura 34. Turistas



Figura 35. Habitantes

Se puede evidenciar que la categoría de productos que consumirán por visita al cantón es el 75% de turistas y el 88% de habitantes la cual coinciden a pagar en un promedio de \$1.00-\$1.75 por el consumo de bebidas calientes más acompañante. Este dato se deberá tomar en cuenta a la hora de establecer precios y para determinar la demanda potencial en dólares.

Helados (helados/postres)

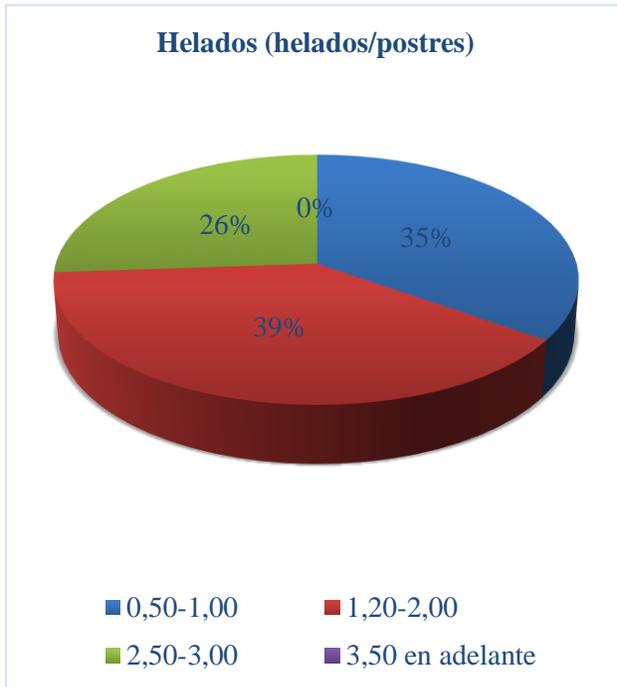


Figura 36. Turistas

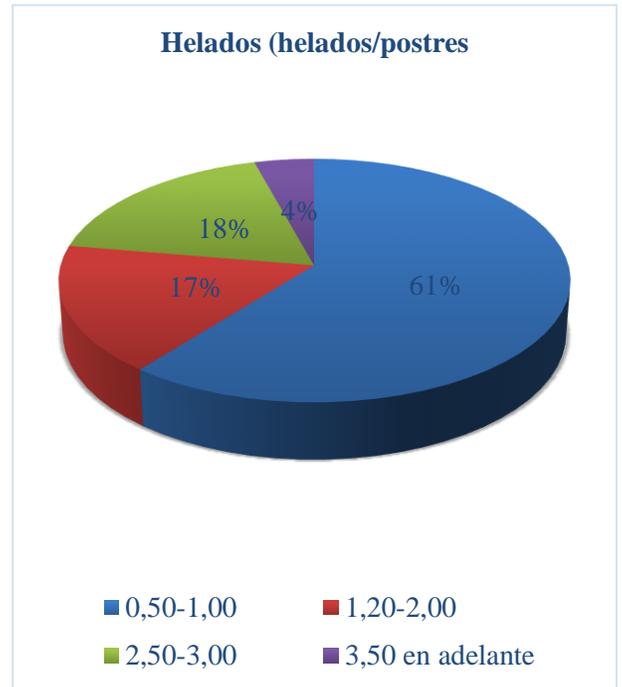


Figura 37. Habitantes

Se puede evidenciar que los productos que consumirán por visita al cantón, el turista optó pagar un promedio de \$1.20-\$2.00 por la categoría de helados/postres.

Sin embargo los habitantes se evidencia que los productos que consumirán por transitar el cantón prefieren pagar en un promedio de \$0.50-\$1.00 por la categoría de helados/postres.

Este dato se deberá tomar en cuenta a la hora de establecer precios y para determinar la demanda potencial en dólares.

11) En el momento de acudir a una Heladería – Cafetería, ¿qué es lo que usted más valora? Siendo 6 el más importante y 1 el menos importantes

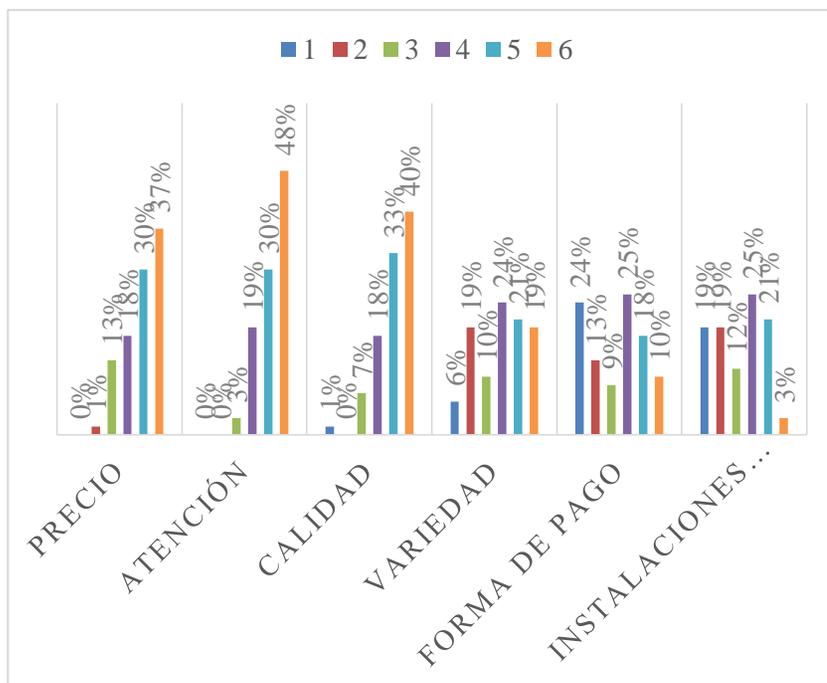


Figura 38. Turistas

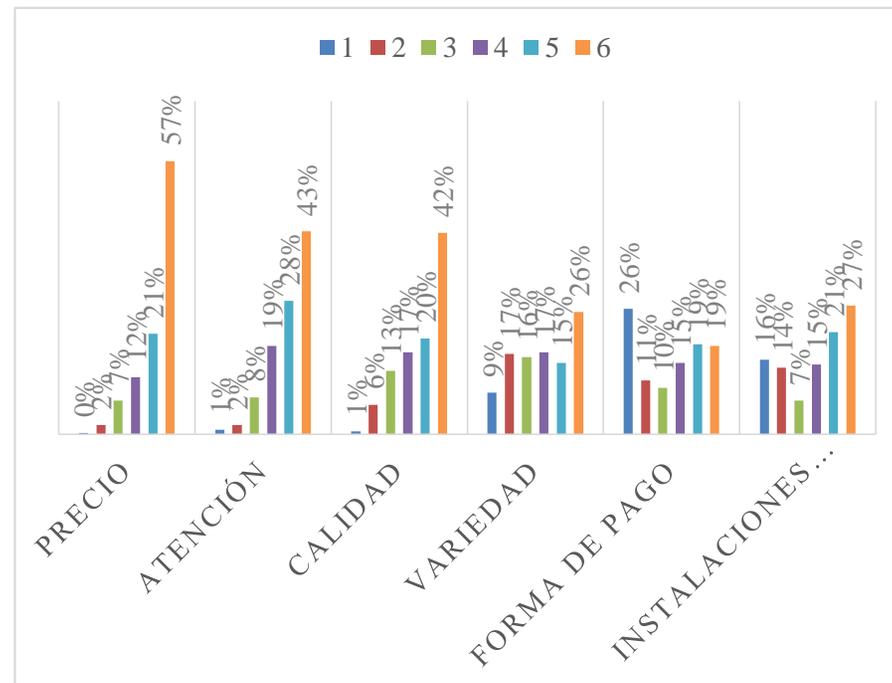


Figura 39. Habitantes

El estudio demuestra que los turistas encuestados consideran como aspecto importante principalmente la atención y de una forma menos relevante las instalaciones.

Sin embargo los habitantes del cantón Bolívar consideran el más importante Precio, y como el menos importante la forma de pago.

Es importante tomar en cuenta este análisis, ya que determina las preferencias de los clientes y brindar un servicio adecuado.

12) ¿A través de que medio se informa respecto a los locales en sitios turísticos?

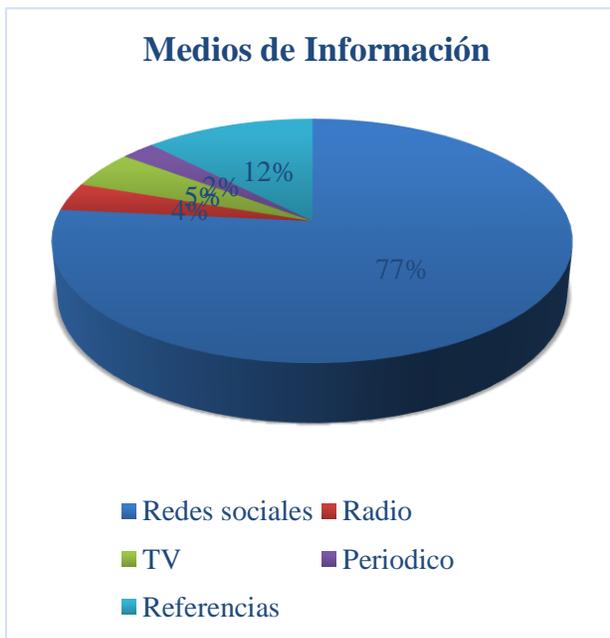


Figura 40. Turistas

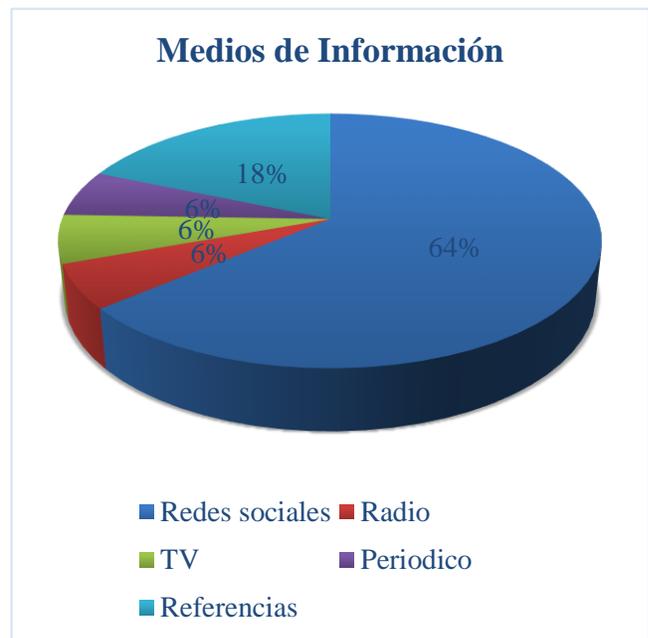


Figura 41. Habitantes

La mayoría de los encuestados, son habitantes y turistas prefieren adquirir la información del negocio a través de la divulgación o propaganda generada por herramientas de comunicación

digitales como redes sociales. Los datos recolectados permitirán establecer las estrategias de comercialización.

4.1.4. Conclusión general de la aplicación de la encuesta

Una vez realizado el análisis se puede inferir que al momento de transitar por Bolívar acuden turistas y habitantes de entre 2 a 3 personas por visita; en edades entre 19-25 y 26-35 años de edad, además mencionan que la frecuencia de visitas al cantón es una vez al año, el segmento de turistas; mientras que los habitantes de la localidad lo hacen una vez mensualmente, en cuánto a precios manifestaron que estarían dispuestos a pagar un valor promedio por; turistas \$3,73 y habitantes \$2,88, seguidamente manifestaron los productos que desearían que se oferte son: helados, postres, humitas, Quimbolitos, empanadas y bebidas calientes de acuerdo a lo determinado en los instrumentos de adquisición de opinión de consumidores y clientes, el nivel de aceptación es alto, por lo cual es plausible la implementación de la propuesta de negocio.

4.1.4.1. Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista

Del conversatorio realizado al Sr. Klever Fernando Flores Verdezoto, propietario de la heladería “La Delicia” brindado el servicio desde más de 35 años, siendo denominado persona natural; el día 11 de noviembre del 2019, se determinó que existe una demanda de turistas nacionales, extranjeros (80%) y consumidores de la localidad (20%) consumen productos como: batidos, helados, rosquetes, bizcochuelos, pan de maíz y panuchas, el propietario manifestó que generalmente atiende 223 personas mensuales y 2675 anuales; los días de mayor afluencia son viernes, sábados y domingos generando un ingreso mensual de \$2.000 y alrededor de \$24.000 anuales.

Además, se realizó otra entrevista a la Sra. Verónica Pérez, propietario de la heladería – cafetería “Sofy’s” brindado el servicio desde hace 5 años, siendo denominado persona natural; el día 13 de noviembre del 2019, se determinó que existe una demanda de habitantes de la localidad en el consumo de productos como: desayunos continentales, jugos, batidos, aromáticas, café, sandwiches, tostadas, ensaladas de frutas, fresas con crema, banana y sandía Split, tulipanes, conos y copas, el propietario manifestó que generalmente atiende 40 personas a la semana, 160 mensualmente y 1920 anuales; los días de mayor afluencia son viernes, y domingos generando un ingreso de \$300 mensuales y alrededor de \$3.600 anuales.

4.1.5. Demanda potencial

La interpretación de la demanda tiene la finalidad de identificar la cantidad de consumidores potenciales, sean turistas y habitantes del cantón Bolívar, que requieren una mejor atención en una nueva heladería – cafetería, mismos que cumplan con los gustos y preferencias, tomando como base de estudio los resultados de las encuestas.

4.1.5.1. Identificación de la demanda.

El 100% de los encuestados de los dos segmentos, están de acuerdo con la creación de una heladería – cafetería, además, se establece con qué frecuencia se realiza la visita al cantón Bolívar, , una vez al año de acuerdo a los turistas y una vez al mes según los habitantes de la localidad, esto se encuentra respaldado en la pregunta N°1 y 2 de la encuesta. Finalmente se determina una disponibilidad a pagar promedio según nuestros dos segmentos; turistas \$3,73 y habitantes \$2,88; esto se encuentra respaldado en la pregunta N° 10.

Tabla 19

Mercado potencial en personas

IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	TURISTAS	HABITANTES
Mercado Meta	2675	3192
(*) % Aceptación (Fuente pregunta 7)	100%	100%
(=) Mercado potencial al año	2675	3192
(*) Frecuencias por visitas (Fuente pregunta 1 y 2)	1	12
(=) DEMANDA POTENCIAL VISITAS AL AÑO	2675	38304
(*) Disposición a pagar promedio (Fuente pregunta 10)	\$ 3,73	\$ 2,88
(=) TOTAL	\$ 9.977,75	\$ 110.315,52

En la tabla 19 se visualiza el cálculo para obtener nuestra demanda potencial y la disposición a pagar por parte de los encuestados.

Autoría propia.

4.1.5.2. Proyección de la demanda

Tiene la finalidad de identificar la ganancia monetaria que recibiría la heladería – cafetería, proyectada para los 5 años, para el cálculo se consideró el mercado potencial de turistas nacionales que da un total de 2675 visitas al año. La tasa de crecimiento poblacional turística con referencia al 2018 existió un incremento del 4% de turistas al año 2019, es decir del 15% según Ministerio de Turismo al año 2019.

Se determinó la demanda potencial en dólares del sector turístico por un valor de \$9.977,75 mismos que serán proyectados con una tasa promedio de inflación de los últimos cinco años.

Además el mercado potencial de habitantes del cantón Bolívar da un total de 38.304 visitas al año, con la tasa de crecimiento poblacional de 0,32% según PDOT-CB (pág. 55). Para

determinar la demanda potencial en dólares por un valor de \$110.315,52; mismos que serán proyectados con una tasa promedio de inflación de los últimos cinco años.

A continuación, se detalla la tasa de inflación promedio:

Tabla 20
Tasa de inflación promedio anual

AÑO	%TASA DE INFLACIÓN
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,2
2018	0,27
2019	-0,07
TOTAL	4,5
Tasa de Inflación Promedio anual	0,90%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC)

Para determinar la proyección se aplicó la siguiente ecuación.

Turistas

$$D_n = D_0(1 + i)^n$$

$$D_n = 2.675(1 + 0,15)^1$$

$$D_n = 3.076$$

Habitantes

$$D_n = D_0(1 + i)^n$$

$$D_n = 38.304(1 + 0,0032)^1$$

$$D_n = 38.427$$

Dónde:

Dn: Demanda futura

Do: Demanda actual efectiva

i: Tasa de crecimiento

n: Periodo

Tabla 21

Proyección mercado potencial de turistas y habitantes

TURISTAS			HABITANTES			TOTAL MERCADO PROYECTADO
Año	Tasa de crecimiento	Proyección mercado potencial	Año	Tasa de crecimiento	Proyección mercado potencial	
2019		2675	2019		38304	40979
2020		3076	2020		38427	41503
2021		4068	2021		38673	42741
2022	15%	6187	2022	0,32%	39045	45232
2023		10821	2023		39547	50368
2024		21765	2024		40184	61949

4.1.6. Oferta

Determina mediante un análisis minucioso los establecimientos que prestan servicios o productos similares, lo que se considera como una competencia directa.

4.1.6.1. Identificación de la oferta

La oferta se identifica en función de los ingresos anuales obtenidos por nuestra competencia por lo cual se ha identificado heladerías y cafeterías que serían nuestra principal competencia como lo son: heladería “La Delicia”; y heladería y cafetería “Sofy’s, mediante una entrevista a los dueños de los establecimientos, se estableció los número de visitas mensuales y anuales; e igualmente ingresos mensuales y anuales que se detallan a continuación:

Tabla 22
Oferta actual de la competencia

Competencia	N° de visitas mensuales en personas	N° de visitas anuales en personas	Ingresos mensuales de la competencia	Ingresos Anuales de competencia
Heladería "La Delicia"	223	2675	\$ 2.000	\$ 24.000
Heladería-Cafetería Sofy's	160	1920	\$ 300	\$ 3.600
Total	383	4595	\$ 2.300	\$ 27.600

En la tabla 22 se obtuvo estos datos de acuerdo a las entrevistas realizadas a los propietarios de nuestra competencia.

4.1.6.2. Proyección de la oferta

Una vez identificada la oferta actual, es necesario analizar el periodo de retorno del capital, para lo cual se consideró una tasa de crecimiento del sector manufacturero, alimentos preparados y bebidas a nivel nacional, obtenida de la Corporación Financiera Nacional, (CFN) al año 2017, mes de Julio; en el que se evidencia un crecimiento de 1.9% en el sector alimenticio, además se utilizó la siguiente ecuación.

$$O_n = O_o (1 + i)^n$$

Dónde:

O_n: Oferta futura

O_o: Oferta anual

i: Tasa de crecimiento

n: Año proyectado

Tabla 23
Proyección de la oferta

Producto	Periodo	Años	Tasa de crecimiento sector alimentos (CFN)	Oferta proyectada
	0	2019		4595
	1	2020		4682
Heladería – Cafetería	2	2021	1,90%	4862
	3	2022		5144
	4	2023		5546
	5	2024		6093

Fuente: (CFN, 2017)

4.1.7. Balance oferta – demanda (mercado insatisfecho)

Es la diferencia entre la demanda potencial y la oferta con el fin de identificar si existe o no demanda insatisfecha del servicio propuesto, para lo cual se detalla a continuación:

Tabla 24
Balance oferta - demanda

Producto	Años	Demanda	Oferta	Mercado insatisfecho
	2019	40979	4595	36384
	2020	41503	4682	36821
Heladería- cafetería	2021	42741	4862	37879
	2022	45232	5144	40088
	2023	50368	5546	44822
	2024	61949	6093	55856

Realizado el cálculo se determina la existencia de una demanda insatisfecha de 36.384; es decir, existen potenciales clientes que no han podido degustar de un servicio de heladería – cafetería.

4.1.7.1. Demanda objetivo

Para definir la demanda objetivo, se consideró como referencia la demanda insatisfecha, la capacidad instalada, el comportamiento de los clientes tanto en fin de semana y días laborables, el número de horas de trabajo y semanas al año.

A continuación, se detalla la demanda objetivo.

Tabla 25
Demanda objetivo

Mercado insatisfecho	Mercado atendido al año	Demanda Objetivo (unidades)
36384	36128	40000

En la tabla 25 se puede observar las unidades que se va a producir en un año, considerando nuestro mercado insatisfecho y las personas atendidas al año.

Los servicios de la heladería – cafetería serán ofertados para 36.128 personas al año, sin embargo, el objetivo de la propuesta de negocio es de 40.000 servicios al año, debido a que el espacio físico de la heladería – cafetería tiene una capacidad instalada para 43 personas diarias cada dos horas los fines de semana (sábado y domingo); y 11 personas diarias cada dos horas entre semana (martes a viernes).

4.1.8. Análisis de precios

A través de la investigación de campo se determinó los precios de los servicios que ofrece las principales competencias; en este caso, de la heladería “La Delicia” y la heladería y cafetería “Sofy’s”.

Además se detallan los precios de acuerdo a la disposición a pagar de nuestros encuestados con los productos que se ofertaran en la Heladería – Cafetería, los cuales se describen a continuación:

Tabla 26
Análisis de precios

Productos	Disposición a pagar	Precios de competencia	
		Heladería "La Delicia"	Heladería-Cafetería Sofy's
Gaseosa/Agua/Cervezas	\$ 0,50-1,00	\$ 0,75	\$ 0,75
Café con leche	\$ 0,50-1,00	-	\$ 1,00
Café tradicional	\$ 0,50-1,00	-	\$ 1,00
Aromática	\$ 0,50-1,00	-	\$ 1,00
Chocolate en barra	\$ 0,50-1,00	-	-
Jugos/Batidos/Zumos	\$ 1,00-1,75	\$ 1,50	\$ 1,75
Humitas/Quimbolitos/Empanadas	\$ 0,50-1,00	-	-
Sanduches	\$ 0,50-1,00	-	\$ 1,00
Helados	\$ 0,50-1,00	\$ 0,75	\$ 0,25
Ensalada de frutas	\$ 1,50-2,00		
Panuchas	-	\$ 2,00	-
Rosquetes	\$ 3,00	\$ 3,00	-
Bizcochuelos	\$ 2,50	\$ 2,50	-

Fuente: Investigación de campo

4.1.9. Estrategias de comercialización

El diseño y aplicación de estrategias de marketing mix de servicios es fundamental para el posicionamiento del producto en el mercado, y a futuro lograr posicionarse en la mente de los consumidores, para lo cual se desarrolla las siguientes variables de marketing mix de servicios: producto, precio, plaza, promoción, publicidad, personas, evidencia física y procesos.

4.1.9.1. Producto

Dentro del plan de marketing se requiere resaltar los siguientes servicios a ofertar:

- ✓ Bebidas Frías: (Bebidas embotelladas, jugos y zumos).
- ✓ Bebidas Caliente: (Café, aromáticas, chocolate).
- ✓ Acompañante: (Sanduches de pollo, Sanduches caliente de queso y jamón, empanadas de verde y humitas).
- ✓ Helados y Postres: (Helado de paila, mouse de gelatina y ensalada de frutas)

4.1.9.2. Precio

- ✓ Se determina en base al análisis económico de producción del producto, y el costo de la competencia y más el margen de utilidad del 25%, con el fin de cubrir los costos y considerar que el proyecto sea factible y viable.
- ✓ El precio de venta es de \$3,88; misma que es conveniente para el cliente, es una cantidad estable dirigido al consumidor; ya que según los datos obtenidos en la encuesta cada persona va acompañada entre 2 personas.

4.1.9.3. Plaza

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

- ✓ El local ofrecerá el servicio de forma directa, con el objetivo de tener conocimiento del consumidor para mantener lazos de buena relación entre consumidor y la empresa, además mantener el control total del proceso de distribución del servicio.

- ✓ Las instalaciones estarán localizadas de acuerdo a la valoración de la opinión de los consumidores que están de acuerdo que la Heladería – Cafetería se ubicara en la Panamericana Norte; ya que es un lugar estratégico, donde transitan habitantes y turistas.
- ✓ Ofrecer instalaciones adecuadas para la comodidad de nuestros clientes como son las áreas infantiles y servicios de alimentación generando un espacio confortable que atraiga a nuestros consumidores.

4.1.9.4. Promoción

Las estrategias de promoción serán innovadoras con el fin de brindar servicios de satisfacción para el consumidor y cautivar nuevos clientes:

- ✓ Por aniversario de las instalaciones se realizará sorteos de premios y sorpresas.
- ✓ En las fechas de feriados de mayor demanda tales como: Día del amor y amistad, Día de la madre, Día del niño, Día del padre y Navidad; se ofrecerá la promoción del combo 2x1.
- ✓ Los martes y jueves por la compra de dos helados o cualquier postre, lleva el tercero a mitad de precio.
- ✓ Para los clientes frecuentes que se brindan el servicio del local, en la fecha de su cumpleaños al presentar su cédula de identidad, se obsequiará una orden.

4.1.9.5. Publicidad

En la estrategia de publicidad se empleará mediante la encuesta aplicada a los clientes:

- ✓ Según los encuestados la propuesta de negocio, el servicio y las promociones se dará a conocer a través de las redes sociales como: Redes Sociales, Radio y página web.
- ✓ Además en feriado y fechas especiales dará a conocer mediante volantes.



Figura 42. Logotipo.

4.1.9.6. Personas

Esta estrategia se la emplea con el fin de mantener la armonía y buenas relaciones con los clientes y colaboradores, mismas que se establece a continuación:

- ✓ El personal será reclutado conforme al perfil profesional.
- ✓ Se realizará capacitaciones trimestrales al personal en temas relevantes como atención al cliente y manipulación de alimentos.
- ✓ Se realizará la entrega de un reconocimiento en cada aniversario de la empresa al personal que mayor desempeño obtenga y mayor tiempo de trabajo.

4.1.9.7. Evidencia física

Esta estrategia se empleará con el objetivo de generar un ambiente cálido y placentero para los clientes y colaboradores:

- ✓ El personal siempre estará uniformado y con buena presencia.
- ✓ El local permanecerá limpio y ordenado.
- ✓ Espacios amigables y agradables libre de humo de cigarrillo.
- ✓ En todas las áreas del establecimiento constarán las señalizaciones: preventivas, informativas, peligro y de evacuación.

4.1.9.8. Procesos

En esta estrategia se establecerá procesos eficientes cómo:

- ✓ La atención a los clientes será personalizada.
- ✓ Se tomará en cuenta las sugerencias y comentarios objetivos de los consumidores, a posterior serán analizados y aplicados para mejorar el negocio.
- ✓ Las llamadas serán atendidas de manera oportuna.
- ✓ El proceso de servicio será eficiente y eficaz.

4.1.10. Conclusiones del estudio de mercado

El proyecto está dirigido a dos segmentos: turistas (2675) y habitantes (38304); dando un total de la demanda potencial al año de 40.979

El mayor porcentaje de población encuestada entre: turistas y habitantes cuenta con una disponibilidad promedio a pagar por el consumo de: Bebidas frías, bebidas calientes más acompañante; y para el consumo de Helados/Postres: \$3,73 turistas y \$2,88 habitantes, por lo que es necesario realizar un ajuste en los costos de los productos. De la misma manera, los productos de mayor consumo de acuerdo a la información recopilada son: bebidas calientes, Quimbolitos/empanadas/humitas, y helados/postres.

1.26. 4.2. Estudio técnico

1.27. Introducción

El estudio técnico es un análisis que determina la factibilidad de la ejecución e implementación de la idea o propuesta de negocio evaluando factores técnicos incidentes en el proceso productivo, asegurando, así, el buen funcionamiento. Es importante recabar información en entidades financieras, casas comerciales, para establecer los costos operativos y de materia prima necesaria para la producción.

1.28. Objetivo

Diseñar la propuesta tecnológica de determinación de factores incidentes en el proceso de implementación de la idea o propuesta de negocio.

4.2.1. Localización

De acuerdo con (Carbonel Valdivia, 2015) define a la localización como la ubicación geográfica del proyecto en un lugar determinado, expresado con un planimetría de ubicación.

Tiene el objetivo de establecer la ubicación más plausible donde se localizará la microempresa, luego de haber realizado una evaluación de varios factores, que se detallan a continuación:

4.2.1.1. Macro localización.

Es la ubicación general de localización del proyecto, en este caso se la Heladería-Cafetería se ubicará en el Ecuador, provincia del Carchi, cantón Bolívar.



Figura 43. Macro localización
Fuente: www.google.com.ec/maps

Dentro de la macro localización se analizan los siguientes aspectos:

4.2.1.2. Ubicación del mercado.

Su macro localiza en la provincia del Carchi, debido a que en esta provincia se encuentra ubicado nuestro mercado meta que es el cantón bolívar, constituido por la población y los turistas que visitan el museo paleontológico y el parque de la mega fauna.

4.2.1.2.1. Costos de factores de producción.

- Costo de materias primas e insumos

El cantón cuenta con proveedores a nivel cantonal y provincial, con una capacidad suficiente de satisfacer la materia prima requerida para el funcionamiento de la heladería-cafetería como son: productos perecibles e insumos necesarios, para la preparación de: café/aromáticas/chocolate (azúcar, café, aromáticas, leche, chocolate en barra), gaseosas/agua/cervezas (distribución de proveedores), jugos/batidos fruta natural, leche, azúcar), humitas/Quimbolitos/empanadas (plátano verde, sal, cebollas, pollo, arveja, harina, queso, huevos), Sanduches (pan, lechuga, queso, jamón, etc.), Helados/Postres (cremas, helados, frutas, queso, galletas, etc.)

Además, los insumos de Muebles y enseres, cristalería, cubertería y vajilla, equipos, maquinaria serán suministrados por proveedores nacionales, por la accesibilidad de precios y calidad como es: La Ganga, Su Economía Electrodomésticos y Outlet store en San Gabriel. El precio de transporte tanto para materia prima e insumos está incluido en cada producto, por tal motivo son costos favorables para el proyecto.

- Personal Calificado

El entorno cuenta con dicho personal calificado tanto es así que en la provincia del Carchi existen institutos que forman a profesionales en ámbitos gastronómicos.

- Servicios (agua, energía, teléfono, internet)

Bolívar cuenta con servicios básicos indispensables para la ciudadanía, empezando por un excelente servicio eléctrico, agua potable, telefonía fija, internet y servicios de recolección de basura, lo que es una oportunidad para un buen funcionamiento de la heladería-cafetería.

4.2.1.2.2. Riesgos de desastres e impactos ambientales

La ubicación geográfica del cantón Bolívar no está propensa a desastres naturales de gran magnitud que puedan afectar, también cabe recalcar que el proyecto no genera impactos con el medio ambiente que puedan ocasionar daños a la ciudad.

4.2.1.3. Micro localización

En la micro localización se identifica el lugar óptimo para desarrollar el proyecto, en el que se determina la ubicación exacta del negocio.

Además se debe tomar en cuenta la localización urbana, accesibilidad de recursos, disponibilidad de servicios, competencia, condición de las vías, tamaño del sitio, costos y otros factores, mismos que se detallan a continuación:

4.2.1.3.1. Accesibilidad.

El cantón Bolívar posee un cierto nivel de concentración poblacional, la principal actividad del cantón es la agricultura en los sectores rurales y urbanos, además el cantón cuenta con lugares turísticos como es el principal que se encuentra en la panamericana norte es Museo paleontológico y el parque de la mega fauna.

4.2.1.3.2. Costo de terreno o alquiler de local.

En el cantón Bolívar existen diversos terrenos disponibles para la implementación de la heladería-cafetería, los mismos que varían sus costos de compra o alquiler dependiendo de su ubicación. El costo es manejable y son regulados por organismo de control

4.2.1.3.3. Costos de servicios básicos

El proyecto requiere de servicios básicos los mismos que el cantón provee de manera pública.

4.2.1.3.4. Ubicación estratégica

Se toma en cuenta tres lugares convenientes para la construcción del negocio. Por lo cual se calificó de la siguiente manera siendo 1 el menos adecuado y 5 el más adecuado. Detallamos a continuación la matriz de evaluación.

Tabla 27

Matriz de evaluación

Factores	Peso	Av. Mantilla PANAMERICANA E 35 SECTOR EL MAMUT		Sector la "Y" E 35 DESVÍO EL ANGEL		Mega Fauna 2	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Afluencia de turistas y habitantes de la localidad	10%	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Acceso de servicios básicos	10%	1	0,1	2	0,2	1	0,1
Preferencia del mercado meta	25%	3	0,75	2	0,5	2	0,5
Costo de terreno	25%	5	1,25	3	0,75	3	0,75
Disponibilidad de terreno	30%	5	1,5	3	0,9	4	1,2
SUMA	100%	18	4	13	2,65	12	2,75

Como resultado de la evaluación, la Av. Mantilla Panamericana Norte E-35 sector el Mamut cuenta con los factores más aptos, además de contener el mercado deseado, y encontrarse ubicado en el sector de opinión de las encuestas realizadas a los futuros consumidores.



Figura 44. Ubicación estratégica del proyecto.

Fuente: www.google.com.ec/maps



Figura 45. Ubicación estratégica del proyecto.
Fuente: www.google.com.ec/maps

4.2.2. Tamaño del proyecto

De acuerdo con (Carbonel Valdivia, 2015) menciona que dicho parámetro está definido considerando la cantidad de servicios ofertados o el volumen de bienes producidos en un año.

4.2.2.1. Factores condicionantes del proyecto:

4.2.2.1.1. Mercado (Mercado insatisfecho).

La demanda es un factor principal en la determinación del tamaño del proyecto, ya que establece la estimación de la cantidad de inversión para que satisfaga la capacidad de producción y la satisfacción de la demanda.

La demanda principal se definió como los turistas nacionales y los habitantes del cantón Bolívar, los cuales están dispuestos a visitar nuestra heladería-cafetería y disfrutar de los servicios a ofertar, así logrando satisfacer una mercado insatisfecho que se calculó anteriormente que es de

36.384 personas al año. De los cuales se obtuvo una demanda objetivo que se va a cubrir de 40.000 servicios al año.

4.2.2.1.2. Disponibilidad de recursos.

A continuación se realizará el detalle de los proveedores existentes en la zona:

Tabla 28
Proveedores existentes

Proveedor	Ubicación
Supermercado Central	Bolívar
Micromercado Nathaly	Bolívar
Mercado Central	Bolívar
Bodega de Abastos Central	Bolívar
Mercado Mayorista	Panamericana E - 187 via el Angel
Supermercado Bastidas	San Gabriel
Prodispro	Tulcán

Fuente: Investigación Directa

4.2.2.1.3. Disponibilidad de muebles y equipos.

La empresa debe de contar con muebles y equipos necesarios en la implementación de la heladería-cafetería, según su capacidad instalada, y brindar un buen servicio, para lo cual se detallan los siguientes proveedores:

Tabla 29

Proveedores muebles y equipos

Proveedor	Ciudad
La Ganga	San Gabriel
Su Economía “Electrodomésticos”	San Gabriel
Outlet Store	San Gabriel
Mobiliario Línea Nueva	Tulcán

Fuente: Investigación Directa

4.2.2.1.4. Disponibilidad de financiamiento.

Para llevar a cabo la propuesta es necesario determinar algunas fuentes de financiamiento que aportan a la creación del negocio, a continuación, se detallan las entidades financieras:

Tabla 30
Financiamiento

Entidad Financiera	Tasa de interés	Monto
BanEcuador	15,30%	Desde \$500 hasta \$50000
Banco del Pacífico	15,50%	Desde \$2500 hasta \$10000
Cooperativa Pablo Muñoz Vega	20,50%	Desde \$5000 hasta \$10000

Fuente: Investigación Directa

Una vez analizadas las entidades financieras mencionadas anteriormente, se puede identificar que; Ban Ecuador y Banco del Pacífico son viables para financiar nuestra propuesta de negocio. Sin embargo se pudo determinar que la mejor opción es Ban Ecuador ya que apoyan a emprendimientos, sin embargo los montos que ofrecen son suficientemente adecuados para ejecutar el negocio y con una tasa de interés baja.

4.2.2.2. Capacidad instalada

Durante la investigación realizada se determinó que asisten un promedio de 432 personas por cada dos horas los fines de semana(sábado y domingo), y 44 personas cada dos horas entre semana(martes a viernes) por tanto, para distribuir en que tiempos se va a atender a estas personas se considera el total de 608 personas a la semana por cada dos horas, se distribuye para el número de horas trabajadas, lo que da como resultado atender aproximadamente a 43 personas por cada dos horas los fines de semana y 11 personas cada dos horas los días entre semana.

Tabla 31
Capacidad instalada

Descripción	Días Laborables Habitantes	Fines de semana Turistas	Total mercado
Promedio de personas a atender a la semana por cada dos horas	11	43	
Horas trabajadas al día	8	8	
Días trabajados	4	2	
Semanas al año		52	
Total mercado atendido al año/mes	352	35776	36128
Frecuencia de consumo	12	1	
Demanda objetivo (Unidades)	4224	35776	40000

Finalmente, la capacidad instalada máxima de la presente propuesta de negocio es de: 11 personas que vistan cada dos horas entre semana (martes a viernes); y 43 personas cada por cada dos horas los fines de semana (sábados y domingos), lo que da un resultado anual de 40.0000 unidades a cubrir al año, cabe recalcar que esta operación se realiza en función de los días que se va laborar que es únicamente por seis días de la semana.

4.2.3. Ingeniería del proyecto

Juan Carbonel Valdivia (2015) define a la ingeniería del proyecto “como una actividad creativa, basada en el conjunto de conocimientos, medios y experiencias aplicadas para realizar la ejecución de un producto o servicio.”

Este punto hace referencia al detalle técnico de la heladería-cafetería, es decir a su distribución de cada área dentro de la empresa.

4.2.4. Diseño y descripción técnica de los productos

La heladería – cafetería brinda servicios de helados, postres y cafetería en donde se incluyen categorías que especifican a continuación:

- ✓ Bebidas frías (gaseosa, agua, cerveza, jugos, batidos y zumos)
- ✓ Bebidas calientes (café, aromática, chocolate); + acompañante (Quimbolitos, empanadas de verde, Sanduches, humitas)
- ✓ Helados/Postres (mouse de gelatina, ensalada de frutas, copas, helados en cono)

La idea de negocio será construida sobre 250m² en la Panamericana Norte E-35 sector el Mamut, se escoge esta ubicación ya que se encuentra cerca al Parque de la Mega Fauna y el Museo

Paleontológico, ya que es un lugar estratégico por afluencia de turistas nacionales y población del cantón Bolívar.

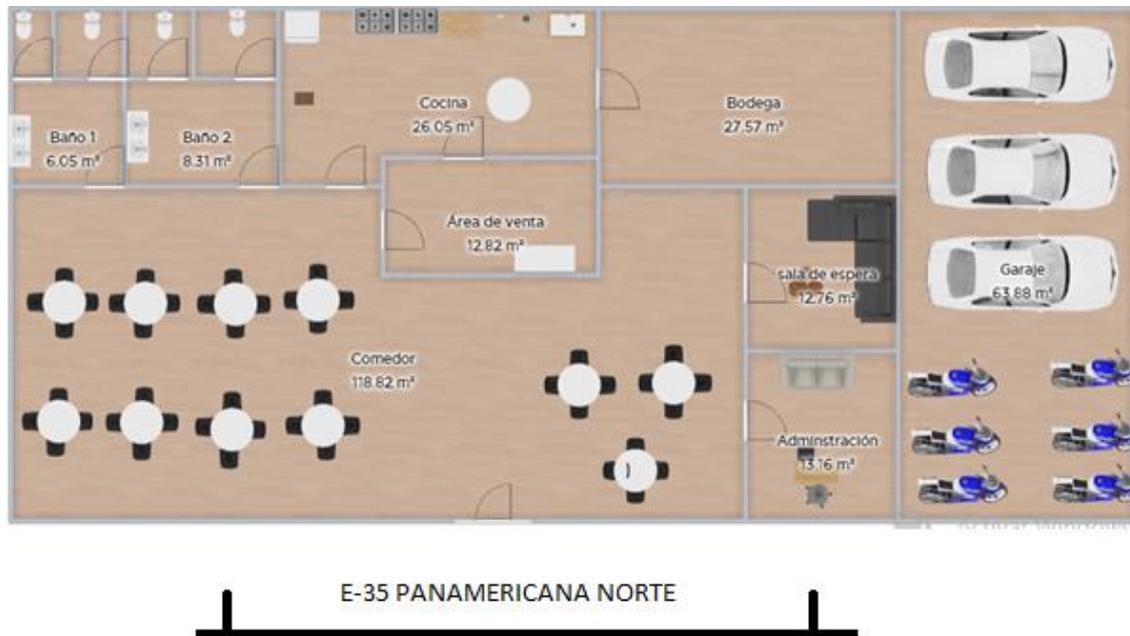


Figura 46. Planimetría de distribución de espacios físicos.

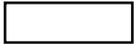
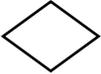
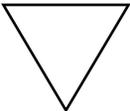
4.2.5. Descripción Técnica del servicio

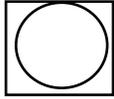
La propuesta de negocio brindará el servicio de Bebidas Frías, Calientes más un acompañante, helado y Postres; además la heladería contará con parqueadero, wifi y personal altamente capacitado para brindar mejor servicio y una atención de calidad a nuestros clientes, generando una experiencia agradable al turista nacional como a la población del cantón Bolívar, por lo que se ha realizado flujo gramas operacionales en donde se encuentra el tiempo y las actividades a desarrollarse en la elaboración de cada producto a ofertar.

4.2.6. Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo

Para describir los procesos de producción se ha elaborado diagramas de flujo que permite identificarlos basados en la normativa de la American National Standard Institute (ANSI) como se detalla a continuación:

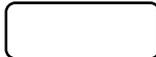
Tabla 32
Simbología ANSI para diagramas de flujo

Símbolo	Nombre	Descripción
	Inicio o Fin	Es el símbolo que representa el inicio y la finalización del proceso que describe.
	Proceso	Representa a cada una de las tareas o actividades que se realizan dentro del proceso.
	Decisión	Indica las opciones que pueden seguir en caso de que sea necesario tomar caminos alternativos.
	Documento	Representa un documento formato o cualquier escrito que recibe, elabora o envía durante el proceso
	Transporte	Representa la movilización o traslado de la mercancía de un punto a otro.
	Almacenamiento	Representa el almacenaje de las mercancías para su posterior vigilancia y aseguramiento.
	Demora	Depósito provisional o espera.

	Actividad combinada	Actividades conjuntas realizadas por el mismo operario en el mismo puesto de trabajo
---	------------------------	---

Autoría: ((ANSI), 2016)

Tabla 33
Preparación de bebidas frías.

N°	Proceso	Actividad	Tiempo
		Inicio	
1		Adquisición de materia prima necesaria para la elaboración en inventario	No tiene tiempo.
2		Colocar leche o agua en la licuadora	1/2 minuto
3		Añadir fruta de la bebida en la licuadora	1 minuto
4		Colocar azúcar en la licuadora	1/2 minuto
5		Servir la bebida en el vaso y colocar un sorbete	1 minuto
6		Trasladar la bebida al mesero	1 minuto

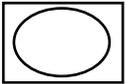
7		Servir al cliente	1 minuto
TOTAL			5 minutos

Tabla 34
Preparación de bebida caliente

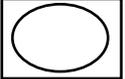
N°	Proceso	Actividad	Tiempo
		Inicio	
1		Adquisición de materia prima necesaria para la elaboración en inventario.	No tiene tiempo.
2		Colocar a hervir agua/leche	5 minutos
3		Prepara café, aromática o chocolate	1 minuto
4		Montaje del plato	2 minuto
5		Trasladar la bebida al mesero	1/2 minuto
6		Entregar el pedido o servir.	1 minuto
TOTAL			9 ½ minutos

Tabla 35

Preparación de acompañante.

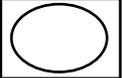
N°	Proceso	Actividad	Tiempo
		Inicio	
1		Adquisición de materia prima necesaria para la elaboración en inventario.	No tiene tiempo.
2		Calentar la sanduchera	3 minutos
3		Cortar el pan en dos partes	1 minuto
4		Adicionar aderezos	2 minutos
5		Colocar en la sanduchera	2 minutos
6		Emplatar el acompañante	1/2 minuto
7		Trasladar el acompañante al mesero	1/2 minuto
8		Entregar el pedido o servir.	1 minuto
TOTAL			10 minutos

Tabla 36

Preparación de helados - postres

N°	Proceso	Actividad	Tiempo
		Inicio	
1		Adquisición de materia prima necesaria para la elaboración en inventario.	No tiene tiempo.
5		Picar la fruta, rallar queso, crema para las ensaladas	7 minutos
6		Servir la fruta en copa	2 minutos
4		Servir helados pre-elaborados	3 minutos
7		Montaje del plato	3 minuto
8		Despachar orden	1/2 minuto
9		Entregar el pedido o servir.	1 minuto
TOTAL			16 ½ minutos

4.2.5.2. Proceso de planificación estratégica

La siguiente tabla detalla la descripción del proceso:

Tabla 37

Proceso estratégico - planificación estratégica

MANUAL DE PROCESOS		
PROCESO	Planificación estratégica	CÓDIGO: PO1
PROPÓSITO	Establecer actividades o planes operativo para la elaboración de la planificación estratégica del proyecto	
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo	
REFERENCIAS	Se basará en la misión y visión de la empresa.	
RESPONSABLE	El gerente será el encargado de reclutar y socializar los colaboradores.	
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
N°	RESPONSABLES	ACTIVIDADES
1	Gerente General	Solicitar los objetivos de la empresa a la secretaria
2	Secretaria – Contadora	Entregar al gerente la información de los objetivos
3	Gerente General	Socializar los objetivos al personal
4	Personal	Analizar los objetivos empresariales.
5	Personal	Presentar al gerente un reporte del cumplimiento de los objetivos empresariales
6	Gerente General	Elaborar el plan de seguimiento respecto al cumplimiento de los objetivos
7	Gerente General	Monitorear el cumplimiento del plan de objetivos.
8	Gerente General	Elaborar informe sobre el cumplimiento del plan anualmente.
FECHA:	ÚLTIMA REVISIÓN:	FIRMA:

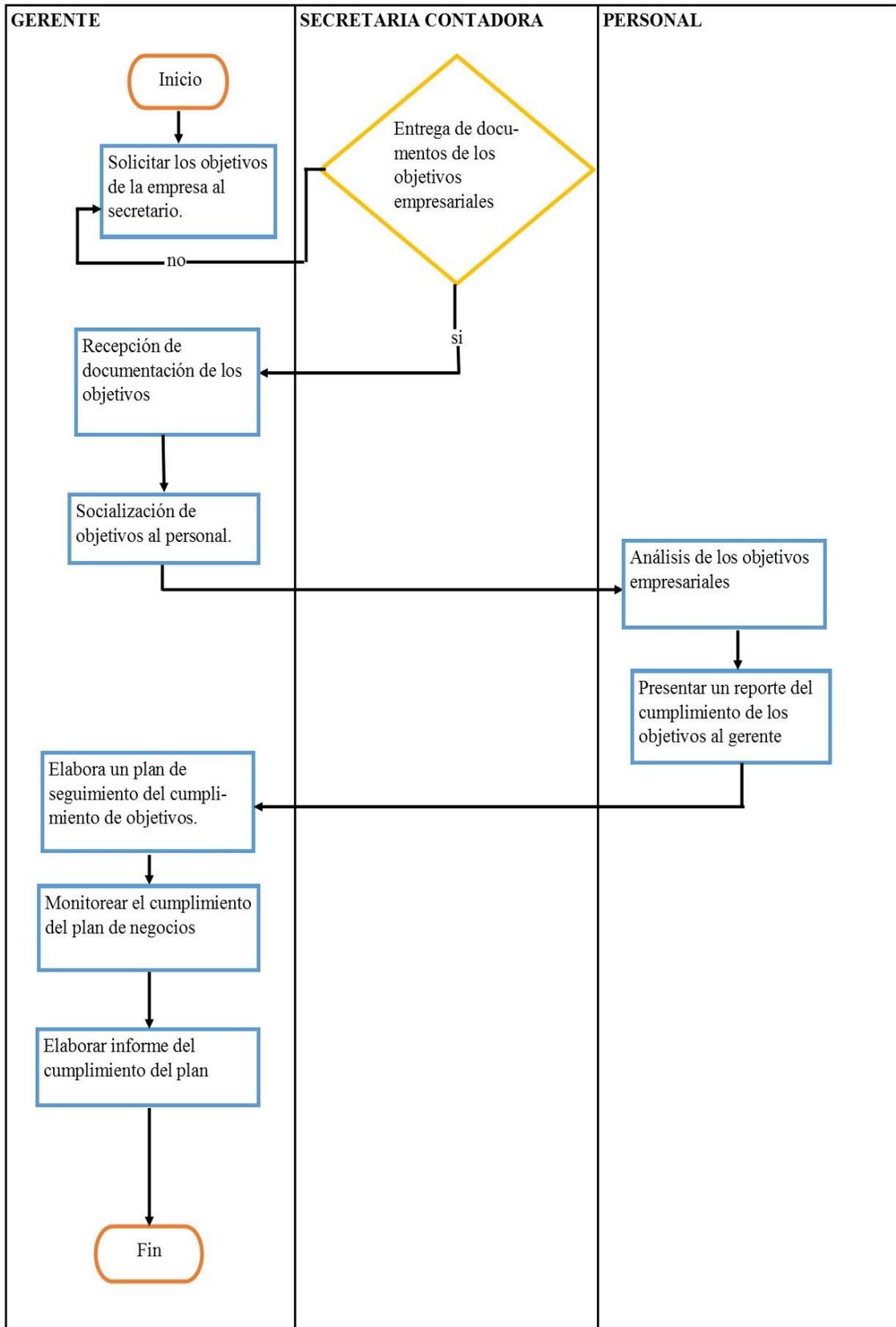


Figura 47. Flujo grama de planificación estratégica

4.2.5.2.1. *Proceso operativo.*

Son procesos donde ejecutan los servicios ofertados en el negocio, misma que se ofrecerá un servicio de heladería- cafetería, con personal óptimo y adecuado, con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor, a continuación se detalla el siguiente proceso:

Tabla 38
Proceso operativo

MANUAL DE PROCESOS		
PROCESO	Prestación del servicio de cafetería y heladería	CÓDIGO PO2
PROPÓSITO	Establecer actividades operativos para los servicios de cafetería y heladería	
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo	
REFERENCIAS	Se basará en los servicios de la empresa	
RESPONSABLE	El gerente será el encargado de revisar el cumplimiento de las actividades.	
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
N°	RESPONSABLES	ACTIVIDADES
1	Clientes	Ingreso del cliente a la Heladería – Cafetería
2	Mesero	Atención al cliente y ofrecer la carta de productos.
3	Clientes	Solicitud de orden
4	Mesero	Tomar la orden y hacer pedido al cocinero
5	Cocinero	Elaboración y entrega de productos al mesero
6	Mesero	Entrega de productos al cliente
7	Clientes	Consumo y pago del servicio
8	Mesero	Registro de datos del cliente y emisión de la factura.
FECHA:	ÚLTIMA REVISIÓN:	FIRMA:

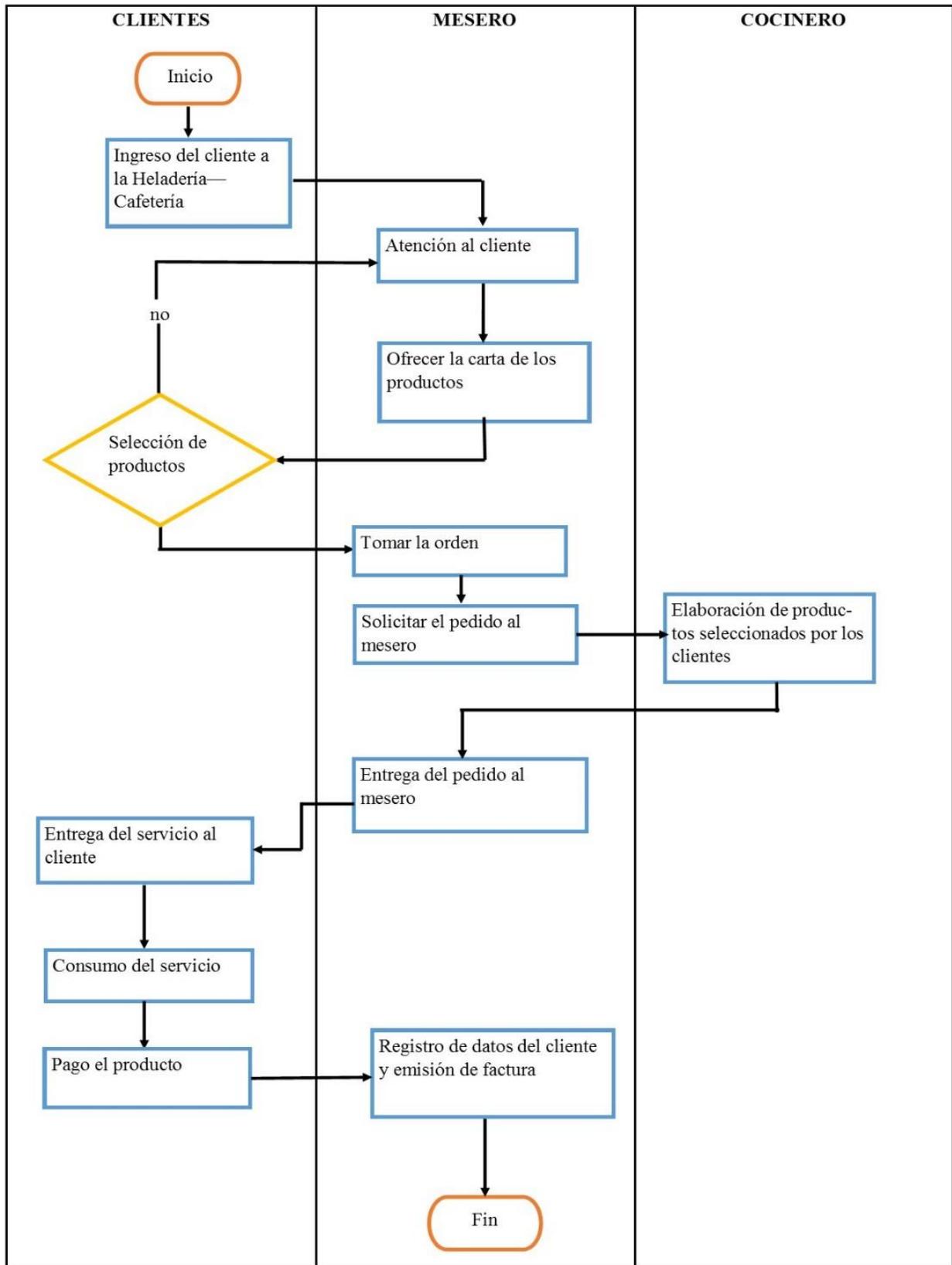


Figura 48. Flujo grama del proceso operativo

4.2.5.2.2. *Proceso de apoyo.*

Los procesos de apoyo son las actividades de proceso de contratación del personal y la adquisición de materia prima, ya que sirve para lograr un eficiente funcionamiento del negocio.

Proceso de gestión de recursos humanos

Tabla 39
Proceso de apoyo - Gestión de talento humano

MANUAL DE PROCESOS		
PROCESO	Selección y reclutamiento del personal	CÓDIGO PO3
PROPÓSITO	Establecer actividades o planes de apoyo para la contratación del personal	
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo	
REFERENCIAS	Se basará en el talento humano del negocio	
RESPONSABLE	El gerente será el encargado de revisar el reclutamiento y selección del personal.	
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
N°	RESPONSABLES	ACTIVIDADES
1	Gerente	Análisis del personal necesario
2	Secretario Contador	Reclutamiento del personal y recepción de carpetas
3	Secretario Contador	Análisis de carpetas
4	Gerente	Entrevista y evaluación del personal
5	Gerente	Selección del personal
6	Secretario Contador	Contratación del personal
FECHA:	ÚLTIMA REVISIÓN:	FIRMA:

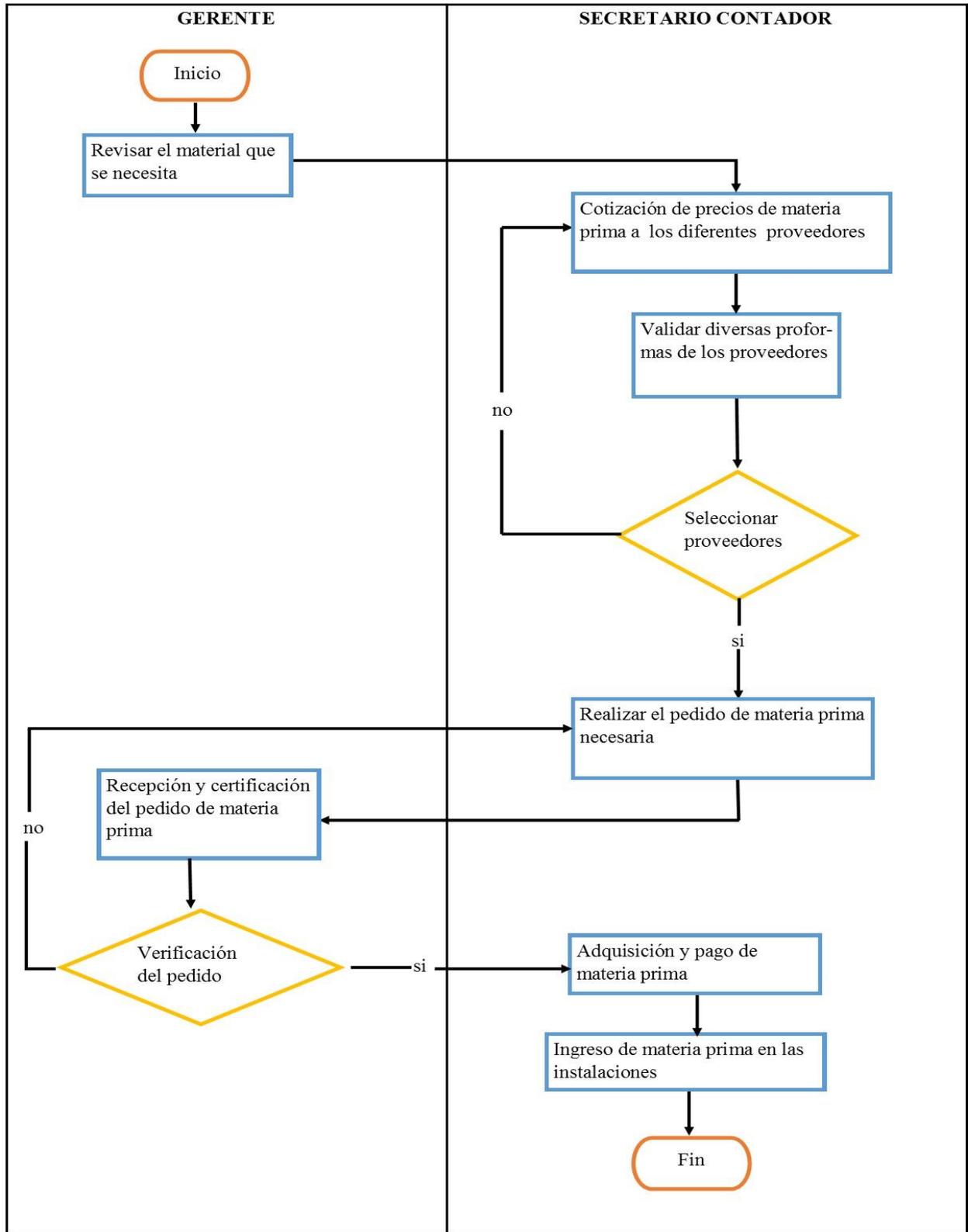


Figura 49. Flujo grama de gestión de recursos humanos

4.2.5.2.3. Proceso de gestión de materia prima.

En el proceso adquisición de materia prima se adquiere las diferentes proformas de los proveedores, para posterior analizar y seleccionar los respectivos distribuidores, es decir es el proceso para adquirir nuestra materia prima e insumos para el negocio, a continuación se detalla el siguiente proceso de gestión de materia prima.

Tabla 40
Proceso de apoyo - gestión de materia prima

MANUAL DE PROCESOS		
PROCESO	Adquisición de materia prima	CÓDIGO: PO4
PROPÓSITO	Establecer actividades o planes de apoyo para la adquisición de materia prima	
ALCANCE	Se aplicará en el nivel directivo y operativo	
REFERENCIAS	Se basará en la adquisición de materia prima del negocio	
RESPONSABLE	El gerente será el encargado de revisar el proceso de adquisición de la materia prima	
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO		
N°	RESPONSABLES	ACTIVIDADES
1	Gerente	Revisar los materiales que se necesitan
2	Secretario Contador	Validar proformas y seleccionar proveedores
3	Secretario Contador	Realizar el pedido a los proveedores
4	Gerente	Recepción y certificación del pedido
5	Secretario Contador	Adquisición y pago de materia prima
6	Gerente	Supervisión de ingreso de materia prima
FECHA:	ÚLTIMA REVISIÓN:	FIRMA:

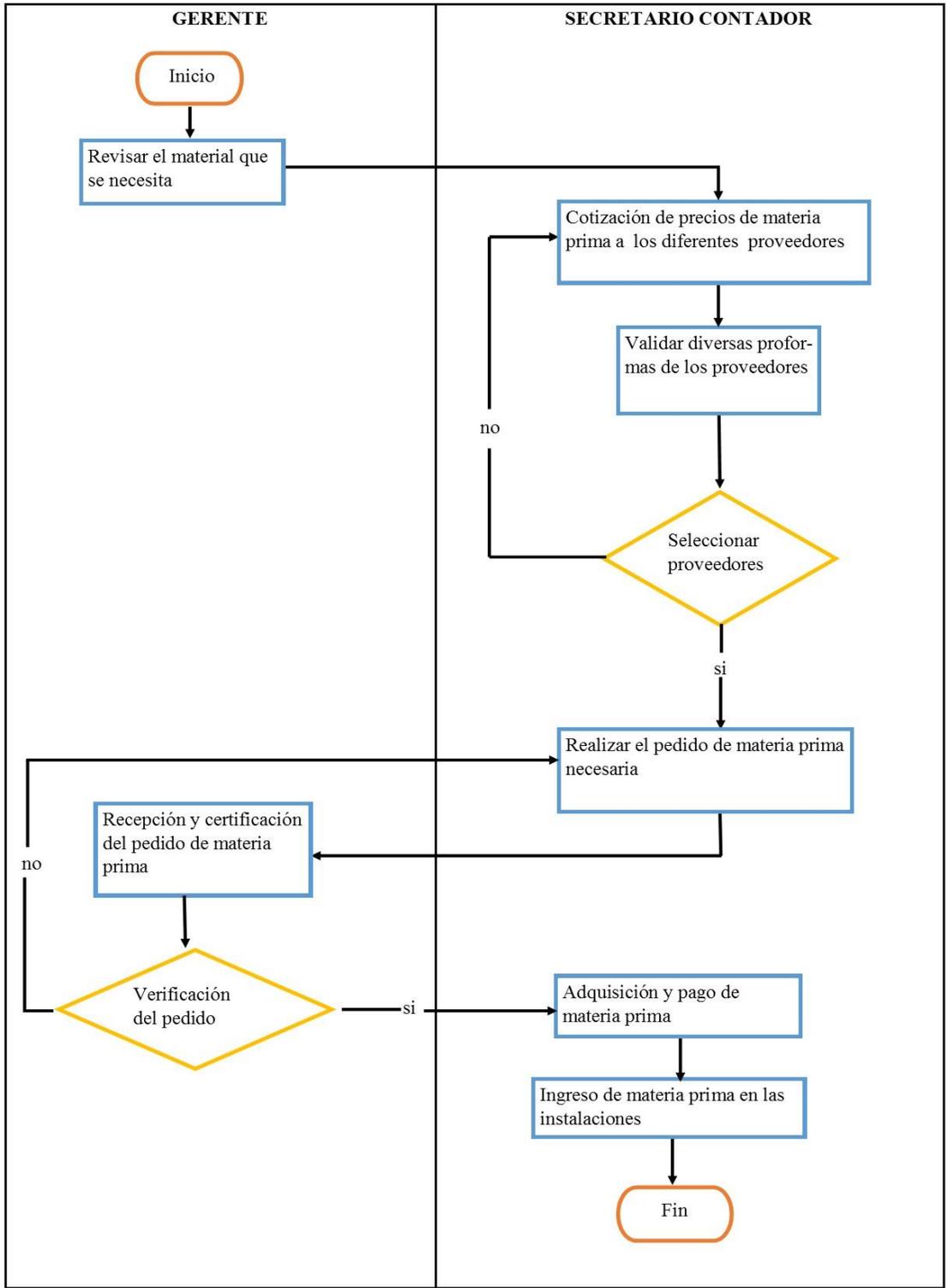


Figura 50. Flujo grama de gestión de materia prima

4.2.7. Inversión del proyecto

La inversión del proyecto son las inversiones fijas y el capital de trabajo para el inicio de las actividades empresariales divididas en tangibles e intangibles.

4.2.7.1. Inversión tangible

Para la ejecución del proyecto es necesario invertir en activos fijos, ya que así se podrá realizar actividades que se requieran en la heladería-cafetería y poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Por lo cual a continuación se detalla valores presupuestados de acuerdo a los proveedores según las siguientes inversiones iniciales

4.2.7.1.1. Equipos de computación

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

Tabla 41
Equipo de computación

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor	
			Unitario	Total
Laptop marca hp	2	unidad	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora Epson	1	unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Modem internet	1	unidad	\$ 100,00	\$ 100,00
Total equipo de computación				\$ 1.250,00

4.2.7.1.2. Muebles y enseres

El mobiliario para el funcionamiento de la Heladería-Cafetería es la siguiente.

Tabla 42
Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor	
			Unitario	Total
Juego 1 de mesas con 4 sillas	8	unidad	\$ 150,00	\$ 1.200,00
Sillones	2	unidad	\$ 150,00	\$ 300,00
Aparador	1	unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Barra	1	unidad	\$ 600,00	\$ 600,00
Total muebles y enseres				\$ 2.300,00

4.2.7.1.3. Equipos de oficina

Los equipos de oficina que se necesitaran para la adecuación de la Heladería-Cafetería, son los siguientes.

Tabla 43
Equipos de oficina

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor	
			Unitario	Total
Archivero	1	unidad	\$ 160,00	\$ 160,00
Mesa de oficina	1	unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Sillas individuales- clientes	3	unidad	\$ 40,00	\$ 120,00
Silla cajero	1	unidad	\$ 60,00	\$ 60,00
Telefono inalambrico Philips	1	Unidad	\$ 50,00	\$ 50,00
Sillas giratorias	2	unidad	\$ 80,00	\$ 160,00
Caja registradora	1	unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
TV Plasama 42" TCL	1	unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Equipo de sonido	1	unidad	\$ 600,00	\$ 600,00
Total equipo de oficina				\$ 2.250,00

4.2.7.1.4. *Maquinaria y equipo*

Para el inicio del proyecto es necesario contar con esta maquinaria y equipo para una mayor efectividad y eficacia.

Tabla 44
Costos maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor	
			Unitario	Total
Cafetera	1	unidad	\$ 500,00	\$ 500,00
Vitrina	2	unidad	\$ 350,00	\$ 700,00
Congelador	2	unidad	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Molio de café	1	unidad	\$ 450,00	\$ 450,00
Refrigerador	1	unidad	\$ 600,00	\$ 600,00
Horno microonda	1	unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Cocina	1	unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
Horno Industrial	1	unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
Licuadora	1	unidad	\$ 50,00	\$ 50,00
Batidora	1	unidad	\$ 120,00	\$ 120,00
Sanduchera	2	unidad	\$ 70,00	\$ 140,00
Extractor de jugos industrial	1	unidad	\$ 450,00	\$ 450,00
Waflera	1	unidad	\$ 40,00	\$ 40,00
Juego de Ollas	1	unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Valdes	4	unidad	\$ 1,50	\$ 6,00
Tamalera	1	unidad	\$ 50,00	\$ 50,00
Cucharones de acero	1	juego	\$ 17,00	\$ 17,00
Paila	2	unidad	\$ 14,00	\$ 28,00
Tostadora	1	unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Total Maquinaria y Equipo			\$ 5.851,00	

4.2.7.1.5. Terreno

El terreno para la Heladería-Cafetería será de 250 m² para lo cual se detalla a continuación.

Tabla 45
Terreno

Detalle	Cantidad (mts2)	Unidad	Valor	
			Unitario	Total
Terreno	250	Unidad	\$ 60,00	\$ 15.000,00
Total Terreno				\$ 15.000,00

4.2.7.1.6. Obras civiles

El terreno requiere obra civil, instalaciones y adecuación del local para el funcionamiento de la Heladería-Cafetería.

Tabla 46.
Obra civil

Detalle	Valor	
	Unitario	Total
Obra civil	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Total obras civiles		\$ 20.000,00

4.2.7.1.7. Resumen inversión fija

La propiedad plata y equipo del proyecto es de \$ **46.651,00**

Tabla 47.
Resumen inversión fija

DETALLE	VALOR TOTAL
Equipo de Computación	\$ 1.250,00
Muebles y Enseres	\$ 2.300,00
Equipo de Oficina	\$ 2.250,00
Maquinaria y Equipo	\$ 5.851,00
Terreno	\$ 15.000,00
Obras civiles	\$ 20.000,00
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 46.651,00

4.2.7.2. Inversión intangible

Según la Norma Internacional de Contabilidad 38, un activo intangible es un bien identificado como no monetaria.

4.2.7.2.1. Gastos de constitución e instalación

Para establecer la inversión intangible se consideran los bienes en la tabla siguiente.

Tabla 48.
Gasto constitución

Descripción	Total
Patante municipal	\$ 70,00
Permiso de funcionamiento	\$ 60,00
Permiso de bomberos	\$ 40,00
Permiso de uso de suelo	\$ 45,00
Total	\$ 215,00

Tabla 49.
Gasto de instalación

Descripción	Total
Pintura	\$ 200,00
Decoración	\$ 350,00
Adecuación de instalaciones	\$ 1.000,00
Total	\$ 1.550,00

Tabla 50
Gasto pre - operativo

Descripción	Total
Gasto pre-operativo	\$ 3.750
Total	\$ 3.750

4.2.7.2.2 Resumen inversión intangible

La inversión intangible del proyecto es de \$ **5.515,00**

Tabla 51
Resumen de inversión intangible

DETALLE	VALOR TOTAL
Gasto constitución	\$ 215,00
Gasto de instalación	\$ 1.550,00
Gasto pre-operativo	\$ 3.750,00
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 5.515,00

4.2.8. Costos de operación

4.2.8.1 Materia Prima Directa

Corresponden a todos los costos que se generan en la adquisición de insumos para producir el producto, bien o servicio.

4.2.8.1.1. *Bebidas Frías*

Tabla 52
Costo materia prima - porción 1 persona

Bebidas Embotelladas				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Agua embotellada	1	u	0,5	0,50
Cerveza	1	u	2,5	2,50
Gaseosa	1	u	0,75	0,75
Total bebidas embotelladas				\$ 3,75
Costo Promedio				\$ 1,25

Tabla 53
Costo de materia prima - porción 1 persona

Jugos/Zumos				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Fruta	175	gr	0,00250	0,44
Agua	250	ml	0,00003	0,0075
Azúcar	10	gr	0,00060	0,006
Sorbete	1	u	0,00800	0,008
Servilleta	1	u	0,00800	0,008
Total Jugos/Zumos				\$ 0,47

Tabla 54
Costo promedio bebidas frías

COSTO BEBIDAS FRÍAS	
Ingrediente	Costo Total
Bebida embotellada	1,25
Jugos/Zumos	0,47
Costo Total	\$ 1,72
Costo Promedio: Bebidas Frías	\$ 0,86

4.2.8.1.2. *Bebida Caliente*

Tabla 55
Costo de materia prima - porción 1 persona

Café/sobre aromática/Chocolate				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Café en polvo	5	gr	0,12	0,6
Agua	250	ml	0,00003	0,0075
Azúcar	10	gr	0,0006	0,006
Servilleta	1	u	0,008	0,008
Total				\$ 0,62

Tabla 56
Costo promedio - bebida caliente

Ingrediente	Costo Total
Café	0,62
Chocolate	0,25
Leche	0,30
Aromática	0,10
Total	\$ 1,27
Costo promedio Bebida Caliente	\$ 0,32

4.2.8.1.3. Acompañante

Tabla 57
Costo de Sandwiches de pollo - porción 1 persona

Sanduches de Pollo				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pan	1	U	0,15	0,15
Tomate	1	U	0,3	0,30
Lechuga	1	Gr	0,025	0,03
Pollo	1	Gr	0,1	0,10
Lonchas de queso	1	Gr	0,05	0,05
Lonchas de jamón	1	Gr	0,1	0,10
Mayonesa	1	cda	0,1	0,10
Servilleta	1	U	0,008	0,01
Total				\$ 0,83

Tabla 58
Costo Sandwiches caliente de queso y jamón

Sanduches caliente de queso y jamón				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pan de molde	2	U	0,10	0,20
Mantequilla	1	Gr	0,015	0,02
Queso suizo	1	U	0,20	0,20
Mayonesa	1	Cda	0,10	0,10
Total				\$ 0,52

Tabla 59
Costo empanada de verde – porción 1 persona

Empanada de Verde				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Plátano verde	1	U	0,003	0,003
Camaron	1	Gr	0,035	0,035
Tomate	1	U	0,003	0,003
Cebolla	1	U	0,20	0,20
Pimiento	1	Gr	0,10	0,10
Sal	1	Gr	0,05	0,05
Cilantro	1	G	0,001	0,001
Zanahoria	1	U	0,003	0,003
Arvejas	1	Gr	0,010	0,010
Total				\$ 0,41

Tabla 60
Costo humitas– porción 1 persona

Humitas				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Maíz maduro	1	gr	0,15	0,15
Queso	1	gr	0,15	0,15
Leche	1	MI	0,008	0,008
Cebolla	1	Gr	0,02	0,02
Hojas de choclo	1	U	0,0005	0,0005
Total				\$ 0,33

Tabla 61
Costo promedio del acompañante

Ingrediente	Costo Total
Sanduches de pollo	\$ 0,83
Sanduches caliente de queso y jamón	\$ 0,52
Empanada de verde	\$ 0,41
Humitas	\$ 0,33
Total	\$ 2,09
Costo promedio Acompañante	\$ 0,52

Tabla 62
Costo promedio de bebida caliente + acompañante

Costo promedio de: Bebidas Calientes + Acompañante
\$ 0,32 + \$0,52
\$ 0,84

4.2.8.1.3. Helados/Postres

Tabla 63
Costo materia prima - helados/postres

Helados de Paila				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Pulpa de mora	2	ml	0,06	0,12
Claros de huevo	2	ml	0,0015	0,003
Paja	8	gr	0,02	0,16
Hielo	5	gr	0,015	0,075
Sal en grano	2	gr	0,02	0,04
Total				\$0 ,40

Tabla 64
Costo materia prima - mouse de gelatina

Mouse de Gelatina				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Gelatina	1	gr	0,2	0,2
Agua	250	ml	0,00003	0,0075
Leche de crema	2	gr	0,05	0,10
Total				\$ 0,31

Tabla 65

Costo materia prima - ensalada de frutas/copa porción 1 persona

Ensalada de Fruta				
Ingrediente	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Papaya	20	gr	0,0025	0,050
Piña	20	gr	0,0025	0,050
Sandia	20	gr	0,0025	0,050
Manzana	8	gr	0,0016	0,013
Plátano	4	gr	0,0063	0,025
Kiwi	2	gr	0,0065	0,013
Crema de leche	10	ml	0,050	0,50
Queso Rallado	2	gr	0,013	0,026
Servilleta	1	u	0,008	0,008
Helado	1	gr	0,6000	0,60
Total				\$ 1,34

Tabla 66

Costo promedio helados/postres

Ingrediente	Costo Total
Helados de Paila	\$ 0,40
Mouse de Gelatina	\$ 0,31
Ensalada de Fruta	\$ 1,34
Total	\$ 2,05
Costo promedio Helados / Postres	\$ 0,68

Tabla 67
Costo total materia prima directa – anual

Productos	Costo Unitario promedio	Unidades	Costo total materia prima anual
Bebidas Frías	\$ 0,86	5400	\$ 4.644,00
Bebidas Calientes + Acompañante	\$ 0,84	21600	\$ 18.144,00
Helados y Postres	\$ 0,68	13000	\$ 1.336,88
TOTAL	\$ 2,38	40000	\$ 95.200,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Autoras

4.2.8.2. Mano de Obra

Es el costo fijado como remuneración del personal encargado de en la producción del bien o servicio.

Tabla 68
Costo anual mano de obra

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo + Beneficios Anual	Unidades Producidas	Costo unitario mano de obra
Chef	1	\$ 420,00	\$ 6.666,95	40.000	\$ 0,33
Ayudante de cocina	1	\$ 420,00	\$ 6.666,95		
Total	2	\$ 840,00	\$ 13.333,89		

4.2.8.3. Costos indirectos de fabricación.

4.2.8.3.1. Menaje.

Son los implementos mobiliarios utilizados en la generación del bien o servicio, se considera adquisición de estos implementos en el año 0 y se repone de manera anual, considerando un 5% del valor total.

Tabla 69
Menaje de cocina

Detalle	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Vajilla			
Tazas y platos base	40	\$ 15,00	\$ 600
Jarros	40	\$ 1,00	\$ 40
Platos postre	40	\$ 1,20	\$ 48,00
Platos extendidos	40	\$ 2,50	\$ 100,00
Pinza	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Rallador	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Total vajilla			\$ 798,00
Cubertería			
Cuchillo	40	\$ 1,80	\$ 72,00
Cucharas	40	\$ 1,10	\$ 44,00
Cucharillas	40	\$ 1,10	\$ 44,00
Set de cuchillos	8	\$ 0,80	\$ 6,40
Juego de cocina	5	\$ 6,00	\$ 30,00
Cuchara Helado	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Total cubertería			\$ 208,40
Cristalería			
Vasos	3	\$ 22,00	\$ 66,00
Copas	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Jarra	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Recipientes	5	\$ 8,00	\$ 40,00
Total cristalería			\$ 154,00
Mantelería			
Manteles mesa de 4 puestos	5	\$ 30,00	\$ 150,00
Total mantelería			\$ 150,00
Total Equipo de Menaje			\$ 1.156,40

4.2.8.3.2. Depreciación equipos de operación

Tabla 70
Depreciación equipos de operación

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	VALOR DEPRECIADO
Maquinaria y Equipo de operación	\$ 5.851,00	10	\$ 585,10
Muebles y enseres de operación	\$ 2.300,00	10	\$ 230,00
Total			\$ 815,10

4.2.8.3.3. Resumen Costos de Producción

Los Costos de producción anual del proyecto son de \$ **110.505,40**

Tabla 71
Resumen costos anuales de producción

Detalle	Valor
Materia Prima Directa	\$ 95.200,00
Mano de Obra Directa	\$ 13.333,90
CIF – Menaje	\$ 1.156,40
Depreciaciones	\$ 815,10
Total	\$ 110.505,40

4.2.9. Gastos de operación

4.2.9.1. Gastos Administrativos

4.2.9.1.1. Servicios Básicos

Tabla 72.
Servicios básicos

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua potable	\$ 15,00	\$ 180,00
Servicio telefónico	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 80,00	\$ 960,00

4.2.9.1.2. Gastos de Arriendo

Es el pago por el alquiler de un espacio determinado, para la presente propuesta de negocio, se considera la adquisición de una extensión de 245 metros cuadrados de terreno para ergir la construcción de la propuesta de negocio.

4.2.9.1.3. Remuneraciones del personal administrativo

La remuneración corresponde al pago del personal que conforma el equipo administrativo considerando la normativa legal vigente para las remuneraciones.

Tabla 73.

Remuneración anual personal administrativo anual

Cargo	Salario mensual	Salario anual	Aporte patronal 11,15%	Decimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fodos de Reserva	Vacaciones	Total a pagar año 1
Administradora	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 200,00	\$ 6.368,52
Total	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 535,20	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 200,00	\$ 6.368,52

4.2.9.1.4. *Suministros y materiales de oficina*

Se considera materiales de oficina a los suministros que complementan para realizar actividades administrativas y comerciales que requiera el negocio, y se detalla a continuación:

Tabla 74
Suministros y materiales de oficina

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo total al trimestre	Total Anual
Lápices	Cajas	2	\$ 1,30	\$ 2,60	\$ 10,40
Sacapuntas	Caja	1	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 4,80
Clips	Caja	2	\$ 2,80	\$ 5,60	\$ 22,40
Marcadores	Caja	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 24,00
Borradores	Caja	1	\$ 1,60	\$ 1,60	\$ 6,40
Perforadora	Caja	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 12,00
Grapadora	Caja	1	\$ 2,80	\$ 2,80	\$ 11,20
Grapas	Caja	5	\$ 1,80	\$ 9,00	\$ 36,00
Esferos	Caja	4	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 64,00
Hojas de papel bond	Resmas	10	\$ 4,50	\$ 45,00	\$ 180,00
Corrector	Caja	3	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 18,00
TOTAL					\$ 389,20

4.2.9.1.5. *Materiales de aseo y limpieza*

En el área administrativo, operativo y de servicio es esencial mantener un lugar y espacio limpio y adecuado, con el fin de transmitir a los clientes la calidad del servicio prestado.

Tabla 75
Materiales de aseo y limpieza anual

Descripción	Cantidad	Cantidad Unitario	Costo Total al trimestre	Costo total Anual
Basurero	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 120,00
Recogedor	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 20,00
Papel Higiénico paquete	6	\$ 6,00	\$ 36,00	\$ 144,00
Jabón Líquido caneca	3	\$ 20,00	\$ 60,00	\$ 240,00
Aromatizante galón	3	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 120,00
Detergente Quintal	4	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 480,00
Desinfectante Caneca	3	\$ 18,50	\$ 55,50	\$ 222,00
Fundas de Basura paquete	12	\$ 2,00	\$ 24,00	\$ 96,00
Trapeador	3	\$ 3,50	\$ 10,50	\$ 42,00
Escoba	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 36,00
TOTAL				\$ 1.520,00

Tabla 76
Resumen de gastos administrativos anuales

DETALLE	VALOR
Servicios Básicos	\$ 960,00
Remuneración personal administrativo	\$ 6.368,52
Suministros y material de oficina	\$ 389,20
Material de aseo y limpieza	\$ 1.520,00
Total Gastos Administrativos	\$ 9.238,00

4. 2.9.2. Gastos de ventas

Es el pago de remuneración al personal de ventas, y por publicidad, para posicionar el negocio.

4.2.9.2.1. Remuneraciones del personal

La remuneración al personal operativo se realizará en función a la normativa laboral vigente, que constituye el personal de atención al cliente y ventas.

Tabla 77
Remuneración anual personal de ventas

Cargo	Salario mensual	Salario anual	Aporte patronal 11,15%	Decimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fodos de Reserva	Vacaciones	Total a pagar año 1
Cajera	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 267,60	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 16,66	\$ 100,00	\$ 3.384,26
Total	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 267,60	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 16,66	\$ 100,00	\$ 3.384,26

4.2.9.2.2. Gastos de publicidad

El principal propósito de incurrir en gastos de publicidad es llegar a la mente de nuestros turistas y habitantes del cantón, es decir promocionar la heladería-cafetería por diferentes medio de comunicación para así llamar la atención de nuestro segmento de mercado y lograr incrementar las vistas a la heladería-cafetería

Tabla 78
Gastos de publicidad anual

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Página web	\$ 20,00	\$ 240,00
Volantes (1.000)	\$ 2,50	\$ 30,00
Otro material de publicidad	\$ 25,00	\$ 300,00
Total	\$ 237,50	\$ 570,00

4.2.9.2.3. Suministros y materiales de oficina

Los suministros y materiales de oficina tienen un rol importante y eficiente para las ventas, y que mediante la obtención de estos instrumentos se puede obtener procesos eficaces durante la oferta de los servicios.

Tabla 79
Suministros y materiales de oficina anual

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total al Trimestre	Total Anual
Lápices	Caja	2	\$ 1,30	\$ 2,60	\$ 10,40
Sacapuntas	Caja	1	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 4,80
Clips	Caja	3	\$ 2,80	\$ 8,40	\$ 33,60
Marcadores	Caja	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 24,00
Borradores	Caja	2	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 12,80
Hojas de papel bond	Resmas	8	\$ 4,50	\$ 36,00	\$ 144,00
Corrector	Caja	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 6,00
Perforadora	Caja	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 24,00
Grapas	Caja	5	\$ 1,80	\$ 9,00	\$ 36,00
Grapadora	Caja	2	\$ 2,80	\$ 5,60	\$ 22,40
Esferos	Caja	3	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 48,00
TOTAL					\$ 366,00

Tabla 80
Resumen gasto anual

DETALLE	VALOR
Remuneración personal ventas anual	\$ 3.384,26
Gasto publicidad anual	\$ 570,00
Suministro y material de oficina anual	\$ 366,00
Total Gastos Ventas	\$ 4.320,00

4.2.10. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el recurso monetario indispensable para la realización de operaciones en un corto plazo. Para el capital de trabajo se calculó en función al periodo de desfase. El ciclo productivo se determinó de la siguiente manera:

4.2.10.1. Ciclo productivo

Tabla 81
Ciclo productivo

Actividad	Tiempo
Adquisición de materia prima	3 días
Periodo de almacenaje	6 días
Tiempo de venta	6 días
TOTAL	15 días

Los costos de operación necesarios para la operación del proyecto son de \$124.063,37 mismos que se emplearon para cubrir los costos y gastos que necesite el proyecto.

Como se muestra en la Tabla 81 se determinó el capital considerando 15 días los cuales son necesario para realizar las operaciones; además de tomar en cuenta 288 días al año que se espera trabajar.

Tabla 82
Capital de trabajo

Descripción		Total
Costos de producción		\$ 110.505,39
Materia prima directa	\$ 95.200,00	
Mano de obra directa	\$ 13.333,89	
Costos indirectos de fabricación.	\$ 1.971,50	
Gastos administrativos		\$ 9.237,72
Servicios básicos	\$ 960,00	
Remuneración personal administrativo	\$ 6.368,52	
Suministros y materiales de oficina	\$ 389,20	
Materiales de aseo y limpieza	\$ 1.520,00	
Gastos de ventas		\$ 4.320,26
Remuneración personal de ventas	\$ 3.384,26	
Publicidad	\$ 570,00	
Suministros y materiales de oficina	\$ 366,00	
TOTAL		\$ 124.063,37

4.2.11. Inversión total

Son los costos necesarios para dar inicio a la operación de la empresa, es decir, la inversión fija, diferida y el capital de trabajo.

Para poner en marcha el proyecto será necesario una inversión total de \$58.627,63; y para el cálculo del capital de trabajo se tomó en consideración el total de los costos de operación que se visualiza en la tabla N°82, para los días que laborará la cafetería y por el ciclo productivo que se detalla en la Tabla N°81. A continuación, se detalla la Inversión total.

Tabla 83
Inversión Total

Descripción	Total
Inversión Tangible	\$ 46.651,00
Inversión Intangible	\$ 5.515,00
Capital de trabajo	\$ 6.461,63
TOTAL	\$ 58.627,63

4.2.12. Financiamiento

La empresa para la ejecución y puesta en marcha del presente proyecto requiere una inversión total de total de \$ **58.627,63** dólares, de las cuales el 57,36 % será financiado por el capital propio entregado por los propietarios de la empresa y la diferencia del 42,64% será financiado a través de las Instituciones Financieras, misma que una de la institución es el Ban Ecuador, el cual apoya con créditos fáciles a los emprendedores.

Tabla 84
Financiamiento

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Capital propio	\$ 33.627,63	57,36%
Capital financiado	\$ 25.000,00	42,64%
TOTAL	\$ 58.627,63	100,00%

4.2.13. Conclusión

Se definió la localización óptima del negocio, lo cual, se logró seleccionar el lugar idóneo para emprender las actividades del proyecto.

Así mismo, se estableció el tamaño del proyecto con la definición de recursos económicos y materiales requeridos para el funcionamiento del emprendimiento.

Además, la ingeniería ayudó a determinar la viabilidad técnica del proyecto, puesto que se definió la capacidad máxima y mínima que obtendrá el negocio para satisfacer los deseos y necesidades de los turistas y habitantes del sector, se logró definir los costos de constitución e instalación, la puesta en marcha y el buen funcionamiento del negocio

1.29. 4.3. Estudio Financiero

1.30. Introducción

El estudio se compone de ingresos, costos, gastos, estado de resultado, estado de flujo de efectivo, estado de fuentes y usos, estado de situación financiera y evaluación financiera, además ayuda a determinar la capacidad económica que tendrá una empresa para ser sustentable y viable a través del tiempo para la puesta en marcha del negocio.

1.31. Objetivo:

Plantear un estudio financiero mediante el análisis de estados financieros, para identificar la factibilidad económica de la propuesta de negocio.

Estructura de ingresos

4.3.1. Ingresos.

Son generados en función al total del costo operativo, dividido para la cantidad de servicios que los clientes adquieran en el mismo, considerando un margen de utilidad del 25%, en comparación con los precios de la competencia.

Tabla 85
Precio de venta unitario

Costo Operativo	\$ 124.063,37
Unidades Producidas	40000
Precio Unitario	\$ 3,10
Margen de Utilidad	25%
PRECIO DE VENTA	\$ 3,88

El precio de venta es de \$3,88 por persona e incluye cualquiera de nuestras categorías.

4.3.1.1. Proyección de Ingresos

Para realizar la proyectar los ingresos anuales de la empresa, en el cálculo del costo de las unidades por vender se seleccionó el promedio de inflación de los últimos 5 años determinada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos mostrados en la siguiente tabla:

Tabla 86
Tasa de inflación promedio

AÑO	%TASA DE INFLACIÓN
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,2
2018	0,27
2019	-0,07
TOTAL	4,5
Tasa de Inflación Promedio anual	0,90%

Fuente: INEC

4.3.1.2. Ingresos por ventas

Tabla 87
Ingresos por ventas anuales

FASE	OPERACIÓN				
	AÑO	1	2	3	4
Unidades vendidas	40000	43200	46656	50388	54420
Precio de venta	\$3,88	\$3,91	\$3,95	\$3,99	\$4,02
INGRESOS POR VENTAS	\$155.200,00	\$169.124,54	\$184.298,40	\$200.833,65	\$218.852,45

4.3.2. Estructura de costos y gastos proyectados.

4.3.2.1. Costos de adquisición

Son los valores de adquisición de materia prima, mano de obra y fabricación.

4.3.2.1.1. Proyección de costos

Para el cálculo en la proyección de los costos se realizó en base a la tasa de crecimiento poblacional del 8%; la tasa promedio de la inflación de 0,90% y la tasa promedio del costo de mano de obra del 2,30% de los últimos cinco años.

4.3.2.1.2. Proyección de materia prima

Para determinar el costo unitario de materia prima, se estableció todos los elementos necesarios para la elaboración de los productos como se detalló en las Tablas N° 67.

A continuación, se detalla los costos proyectados de materia prima:

Tabla 88
Costos proyectados materia prima

FASE		OPERACIÓN				
AÑO	TASA	1	2	3	4	5
Unidades producidas	8%	40000	43200	46656	50388	54420
Costo unitario de materia prima	0,90%	\$ 2,38	\$ 2,40	\$ 2,42	\$ 2,44	\$ 2,47
TOTAL COSTO MATERIA PRIMA		\$ 95.200,00	\$ 103.741,34	\$ 113.049,02	\$ 123.191,78	\$ 134.244,54

Mano de obra directa

Para determinar los sueldos y salarios del personal se tomó como referencia las tablas salariales publicadas por el Ministerio de Trabajo, así como los beneficios de Ley determinados por el Código de Trabajo.

4.3.2.1.3. Proyección de mano de obra directa

Para establecer el costo unitario de mano de obra, se calculó de acuerdo al Sueldo básico más beneficios sociales (\$13.333,89), dividido para las unidades a producir (40.000); dando como resultado de \$0,33 el costo de mano de obra unitario; mismo que presenta a continuación.

Tabla 88
Costos proyectados mano de obra

FASE		OPERACIÓN				
AÑO	TASA	1	2	3	4	5
Unidades producidas	8%	40000	43200	46656	50388	54420
Costo unitario de mano de obra	2,30%	\$ 0,33	\$ 0,34	\$ 0,35	\$ 0,36	\$ 0,37
TOTAL COSTO MANO DE OBRA		\$ 13.333,89	\$ 14.731,82	\$ 16.276,30	\$ 17.982,71	\$ 19.868,01

Elaborado: Autoras

Costos indirectos de fabricación

Se hace referencia a los valores adicionales por materia prima, mano de obra y costos de fabricación indirectos inmersos en el proceso de producción.

4.3.2.1.4. Proyección de CIF

Para proyectar los CIF se tomó los datos de la Tabla 81 y se empleó la tasa de inflación para los siguientes años.

Tabla 89
Costos indirectos de fabricación proyectados

FASE	OPERACIÓN					
AÑO	TASA	1	2	3	4	5
Menaje	0,90%	\$ 1.156,40	\$ 1.166,81	\$ 1.177,31	\$ 1.187,90	\$ 1.198,60
Depreciaciones		\$ 815,10	\$ 815,10	\$ 815,10	\$ 815,10	\$ 815,10
Total		\$ 1.971,50	\$ 1.981,91	\$ 1.992,41	\$ 2.003,00	\$ 2.013,70

4.3.2.2. Gastos administrativos proyectados

4.3.2.2.1. Remuneración del personal administrativo.

Se determina en función al porcentaje de crecimiento de la Remuneración básica unificada en un intervalo de los últimos 5 años y la siguiente fórmula:

$$\% \text{ crecimiento} = \frac{\text{Año actual} - \text{Año anterior}}{\text{Año anterior}}$$

Tabla 90.

Tasa promedio de remuneración

Año	Remuneración	Tasa de crecimiento
2015	354	-
2016	366	3,27%
2017	375	2,40%
2018	386	2,94%
2019	394	2,07%
2020	400	0,84%
Total		11,52%
Tasa Promedio		2,30%

Fuente: Ministerio de Trabajo

Tabla 91

Tasa promedio de remuneración más beneficios de ley

Cargo	Total a pagar Año 1	Total a pagar Año 2	Total a pagar Año 3	Total a pagar Año 4	Total a pagar Año 5
Administradora	\$ 6.368,52	\$ 6.515,00	\$ 6.664,84	\$ 6.818,13	\$ 6.974,95
Total	\$ 6.368,52	\$ 6.515,00	\$ 6.664,84	\$ 6.818,13	\$ 6.974,95

4.3.2.2.2. *Servicios Básicos*

Tabla 92.

Proyección de los servicios básicos anual

Detalle	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Energía eléctrica	\$ 240,00	\$ 242,16	\$ 244,34	\$ 246,54	\$ 248,76
Agua potable	\$ 180,00	\$ 181,62	\$ 183,25	\$ 184,90	\$ 186,57
Servicio telefónico	\$ 240,00	\$ 242,16	\$ 244,34	\$ 246,54	\$ 248,76
Internet	\$ 300,00	\$ 302,70	\$ 305,42	\$ 308,17	\$ 310,95
TOTAL	\$ 960,00	\$ 968,64	\$ 977,36	\$ 986,15	\$ 995,03

4.3.2.2.3. *Suministros y Materiales de Oficina*

Tabla 93

Proyección de suministros y materiales de oficina

Detalle	Total Anual 1	Total Anual 2	Total Anual 3	Total Anual 4	Total Anual 5
Lápices	\$ 10,40	\$ 10,49	\$ 10,59	\$ 10,68	\$ 10,78
Sacapuntas	\$ 4,80	\$ 4,84	\$ 4,89	\$ 4,93	\$ 4,98
Clips	\$ 22,40	\$ 22,60	\$ 22,81	\$ 23,01	\$ 23,22
Marcadores	\$ 24,00	\$ 24,22	\$ 24,43	\$ 24,65	\$ 24,88
Borradores	\$ 6,40	\$ 6,46	\$ 6,52	\$ 6,57	\$ 6,63
Perforadora	\$ 12,00	\$ 12,11	\$ 12,22	\$ 12,33	\$ 12,44
Grapadora	\$ 11,20	\$ 11,30	\$ 11,40	\$ 11,51	\$ 11,61
Grapas	\$ 36,00	\$ 36,32	\$ 36,65	\$ 36,98	\$ 37,31
Esferos	\$ 64,00	\$ 64,58	\$ 65,16	\$ 65,74	\$ 66,34
Hojas de papel bon	\$ 180,00	\$ 181,62	\$ 183,25	\$ 184,90	\$ 186,57
Corrector	\$ 18,00	\$ 18,16	\$ 18,33	\$ 18,49	\$ 18,66
TOTAL	\$ 389,20	\$ 392,70	\$ 396,24	\$ 399,80	\$ 403,40

4.3.2.2.4. Material de Aseo y Limpieza

Tabla 94

Proyección de materiales de aseo y limpieza

Descripción	Costo total Anual 1	Costo total Anual 2	Costo total Anual 3	Costo total Anual 4	Costo total Anual 5
Basurero	\$ 120,00	\$ 121,08	\$ 122,17	\$ 123,27	\$ 124,38
Recogedor	\$ 20,00	\$ 20,18	\$ 20,36	\$ 20,54	\$ 20,73
Papel Higiénico paq	\$ 144,00	\$ 145,30	\$ 146,60	\$ 147,92	\$ 149,25
Jabón Líquido cane	\$ 240,00	\$ 242,16	\$ 244,34	\$ 246,54	\$ 248,76
Aromatizante galón	\$ 120,00	\$ 121,08	\$ 122,17	\$ 123,27	\$ 124,38
Detergente Quintal	\$ 480,00	\$ 484,32	\$ 488,68	\$ 493,08	\$ 497,51
Desinfectante Cane	\$ 222,00	\$ 224,00	\$ 226,01	\$ 228,05	\$ 230,10
Fundas de Basura p	\$ 96,00	\$ 96,86	\$ 97,74	\$ 98,62	\$ 99,50
Trapeador	\$ 42,00	\$ 42,38	\$ 42,76	\$ 43,14	\$ 43,53
Escoba	\$ 36,00	\$ 36,32	\$ 36,65	\$ 36,98	\$ 37,31
TOTAL	\$ 1.520,00	\$ 1.533,68	\$ 1.547,48	\$ 1.561,41	\$ 1.575,46

4.3.2.2.5. Resumen gastos administrativos

Tabla 95

Resumen de gastos administrativos proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración	\$ 6.368,52	\$ 6.515,00	\$ 6.664,84	\$ 6.818,13	\$ 6.974,95
Servicios Basicos	\$ 960,00	\$ 968,64	\$ 977,36	\$ 986,15	\$ 995,03
Materiales de oficina	\$ 389,20	\$ 392,70	\$ 396,24	\$ 399,80	\$ 403,40
Materiales de aseo y limpieza	\$ 1.520,00	\$ 1.533,68	\$ 1.547,48	\$ 1.561,41	\$ 1.575,46
Total	\$ 9.237,72	\$ 9.410,02	\$ 9.585,92	\$ 9.765,50	\$ 9.948,84

4.3.2.3. Gastos de ventas proyectados

4.3.2.3.1. Gastos de publicidad y promoción

A continuación se describen los gastos en el material publicitario y de promoción de la propuesta de trabajo.

Tabla 96
Gastos de publicidad y promoción

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Página web	\$ 240,00	\$ 242,16	\$ 244,34	\$ 246,54	\$ 248,76
Volantes (1.000)	\$ 30,00	\$ 30,27	\$ 30,54	\$ 30,82	\$ 31,09
Banner publicitario	\$ 300	\$ 302,70	\$ 305,42	\$ 308,17	\$ 310,95
Total	\$ 570,00	\$ 575,13	\$ 580,31	\$ 585,53	\$ 590,80

4.3.2.3.2. Remuneración del personal de ventas

Para determinar los sueldos y salarios del personal se tomó como referencia las tablas salariales publicadas por el Ministerio de Trabajo, así como los beneficios de Ley determinados por el Código de Trabajo.

Tabla 97
Proyección de la remuneración del personal de ventas

Cargo	Total a pagar año 1	Total a pagar año 2	Total a pagar año 3	Total a pagar año 4	Total a pagar año 5
Cajera	\$ 3.384,26	\$ 3.462,10	\$ 3.541,73	\$ 3.623,19	\$ 3.706,52
Total	\$ 3.384,26	\$ 3.462,10	\$ 3.541,73	\$ 3.623,19	\$ 3.706,52

4.3.2.3.3. *Suministros y materiales.*

Se detalla la proyección de los suministros y materiales solicitados por el área de ventas para desarrollar sus actividades.

Tabla 98
Proyección de suministros y materiales

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Lápices	\$ 10,40	\$ 10,49	\$ 10,59	\$ 10,68	\$ 10,78
Sacapuntas	\$ 4,80	\$ 4,84	\$ 4,89	\$ 4,93	\$ 4,98
Clips	\$ 33,60	\$ 33,90	\$ 34,21	\$ 34,52	\$ 34,83
Marcadores	\$ 24,00	\$ 24,22	\$ 24,43	\$ 24,65	\$ 24,88
Borradores	\$ 12,80	\$ 12,92	\$ 13,03	\$ 13,15	\$ 13,27
Hojas de papel bon	\$ 144,00	\$ 145,30	\$ 146,60	\$ 147,92	\$ 149,25
Corrector	\$ 6,00	\$ 6,05	\$ 6,11	\$ 6,16	\$ 6,22
Perforadora	\$ 24,00	\$ 24,22	\$ 24,43	\$ 24,65	\$ 24,88
Grapas	\$ 36,00	\$ 36,32	\$ 36,65	\$ 36,98	\$ 37,31
Grapadora	\$ 22,40	\$ 22,60	\$ 22,81	\$ 23,01	\$ 23,22
Esferos	\$ 48,00	\$ 48,43	\$ 48,87	\$ 49,31	\$ 49,75
TOTAL	\$ 366,00	\$ 369,29	\$ 372,62	\$ 375,97	\$ 379,35

4.3.2.4. Gastos financieros

Para llevar a cabo la ejecución del proyecto se requiere de un financiamiento de \$25.000 dólares, el cual representa un 45,53% de la inversión total. Dicho crédito se obtendrá mediante BanEcuador a un plazo de cinco años, con una tasa de 15%

Las condiciones del financiamiento son las siguientes:

Tabla 99
Amortización crédito bancario

AÑO	CUOTA	INTERÉS	MORTIZACIO	SALDO
0	-	-	-	\$ 25.000,00
1	8.750,00	3.750,00	5.000,00	20000
2	8.000,00	3.000,00	5.000,00	15000
3	7.250,00	2.250,00	5.000,00	10000
4	6.500,00	1.500,00	5.000,00	5000
5	5.750,00	750	5.000,00	0

4.3.2.4.1. Cuadro de resumen de capital e interés anual.

Tabla 100
Resumen de capital e interés

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	3750	3000	2250	1500	750
Capital	5000	5000	5000	5000	5000

4.3.2.5. Amortizaciones

Son los costos de implementación en base al tiempo, es decir, el costo total dividido para los años proyectados.

Tabla 100
Amortización de activos intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES		AÑOS				
DETALLE	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5
Gastos de constitución	\$ 215,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00	\$ 43,00
Gastos de instalación	\$ 1.550,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00
Intereses Pre operativos	\$ 3.750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
TOTAL						
ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 5.515,00	\$ 1.103,00				

4.3.2.5. Depreciaciones

Son el parámetro mediante el cual se determina la devaluación que sufre un bien o un activo por la utilización y el paso del tiempo. Los activos fijos se deprecian de acuerdo a su naturaleza

Tabla 101

Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			AÑOS						DE
DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	0	1	2	3	4	5	ACU
Maquinaria y Equipo de operación	\$5.851,00	10		\$585,10	\$585,10	\$585,10	\$585,10	\$585,10	
Muebles y enseres de operación	\$2.300,00	10		\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	
Equipo de computación	\$1.250,00	3		\$416,67	\$416,67	\$416,67	\$0,00	\$0,00	
Equipo de oficina	\$2.250,00	10		\$225,00	\$225,00	\$225,00	\$225,00	\$225,00	
Terreno	\$15.000,00								
Obra civil	\$20.000,00	20		\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	\$1.000,00	
TOTAL	\$46.651,00			\$2.456,77	\$2.456,77	\$2.456,77	\$2.040,10	\$2.040,10	
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL				\$2.456,77	\$4.913,53	\$7.370,30	\$9.410,40	\$11.450,50	

4.3.2.6. Resumen de costos y gastos de operación

Se detallan a continuación los incurrido en la implementación de la heladería – cafetería.

Tabla 102
Resumen de costos y gastos de operación

FASE	OPERACIONAL					
AÑO	0	1	2	3	4	5
Materiales e insumos		\$95.200,00	\$103.741,34	\$113.049,02	\$123.191,78	\$134.244,54
Mano de obra directa		\$13.333,89	\$14.731,82	\$16.276,30	\$17.982,71	\$19.868,01
Costos generales de fabricación		\$1.156,40	\$1.166,81	\$1.177,31	\$1.187,90	\$1.198,60
Depreciación activos de producción		\$815,10	\$815,10	\$815,10	\$815,10	\$815,10
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$110.505,39	\$120.455,07	\$131.317,72	\$143.177,49	\$156.126,25
Gastos de administración		\$9.237,72	\$9.320,86	\$9.404,75	\$9.489,39	\$9.574,79
Gastos de ventas		\$4.320,26	\$4.359,14	\$4.398,37	\$4.437,96	\$4.477,90
Amortización de diferidos		\$353,00	\$353,00	\$353,00	\$353,00	\$353,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$13.910,98	\$14.033,00	\$14.156,12	\$14.280,35	\$14.405,70
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN		\$124.416,37	\$134.488,07	\$145.473,85	\$157.457,84	\$170.531,95
Costos de financiamiento del préstamo		\$3.750,00	\$3.000,00	\$2.250,00	\$1.500,00	\$750,00
Amortización de intereses preoperativos		\$750,00	\$750,00	\$750,00	\$750,00	\$750,00
TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO		\$4.500,00	\$3.750,00	\$3.000,00	\$2.250,00	\$1.500,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO		\$128.916,37	\$138.238,07	\$148.473,85	\$159.707,84	\$172.031,95

4.3.3. Estados financieros presupuestados

El estado de situación financiera es parte esencial, ya que se expresa la situación real de la empresa en un momento determinado; es decir a través de este se pone en manifiesto la cantidad de bienes, obligaciones y capital que posee la organización.

4.3.3.1. Estado de Resultados Projectados

Tabla 103
Estado de resultados proyectado

FASE	OPERACIONAL					
	AÑO	0	1	2	3	4
INGRESOS						
Ingresos de operación		\$155.200,00	\$169.124,54	\$184.298,40	\$200.833,65	\$218.852,45
TOTAL INGRESOS		\$155.200,00	\$169.124,54	\$184.298,40	\$200.833,65	\$218.852,45
COSTO DE PRODUCCION						
Costo de producción		\$109.690,29	\$119.639,97	\$130.502,62	\$142.362,39	\$155.311,15
Depreciación de activos de producción		\$815,10	\$815,10	\$815,10	\$815,10	\$815,10
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN		\$110.505,39	\$120.455,07	\$131.317,72	\$143.177,49	\$156.126,25
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$44.694,61	\$48.669,48	\$52.980,67	\$57.656,16	\$62.726,20
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO						
Gastos Administración		\$9.237,72	\$9.320,86	\$9.404,75	\$9.489,39	\$9.574,79
Gastos de ventas		\$4.320,26	\$4.359,14	\$4.398,37	\$4.437,96	\$4.477,90
Depreciación otros activos		\$1.641,67	\$1.641,67	\$1.641,67	\$1.225,00	\$1.225,00
Amortización de intangibles		\$1.103,00	\$1.103,00	\$1.103,00	\$1.103,00	\$1.103,00
Costos de financiamiento		\$3.750,00	\$3.000,00	\$2.250,00	\$1.500,00	\$750,00
TOTAL GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN		\$20.052,65	\$19.424,67	\$18.797,79	\$17.755,35	\$17.130,70
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$24.641,96	\$29.244,81	\$34.182,88	\$39.900,81	\$45.595,50
Participación trabajadores 15%	15%	\$3.696,29	\$4.386,72	\$5.127,43	\$5.985,12	\$6.839,32
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$20.945,67	\$24.858,09	\$29.055,45	\$33.915,69	\$38.756,17
Impuestos I.R 22%	22%	\$4.608,05	\$5.468,78	\$6.392,20	\$7.461,45	\$8.526,36
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$16.337,62	\$19.389,31	\$22.663,25	\$26.454,24	\$30.229,82
UTILIDADES ACUMULADAS		\$16.337,62	\$35.726,93	\$58.390,18	\$84.844,42	\$115.074,24

4.3.3.2. Estado de Flujo de Efectivo

Ayuda a conocer las variaciones y movimientos de efectivo y sus equivalentes en un periodo determinado. Su finalidad es esencialmente estipular la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir sus obligaciones.

Tabla 104
Estado de flujo de efectivo

FASE AÑO	INVERSIÓN		OPERACIONAL			
	0	1	2	3	4	5
1. FLUJO DE CAJA OPERACIONAL						
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$16.337,62	\$19.389,31	\$22.663,25	\$26.454,24	\$30.229,82
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de activos operacionales	\$	815,10	\$ 815,10	\$ 815,10	\$ 815,10	\$ 815,10
Gastos de depreciación de activos	\$	1.641,67	\$ 1.641,67	\$ 1.641,67	\$ 1.225,00	\$ 1.225,00
Amortización de intangibles	\$	1.103,00	\$ 1.103,00	\$ 1.103,00	\$ 1.103,00	\$ 1.103,00
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$19.897,39	\$22.949,07	\$26.223,02	\$29.597,34	\$33.372,92
2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES						
INVERSIONES						
(-) Inversión fija	\$-46.651,00					
(-) Inversión intangible	\$-5.515,00					
(-) Capital de trabajo		\$-6.461,63	\$-524,57	\$-572,18	\$-624,17	\$-680,94
(+) Valor de salvamento de activos fijos						\$ 35.200,50
(+) Recuperación de capital de trabajo						\$ 8.863,49
SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$-52.166,00	\$13.435,75	\$22.424,51	\$25.650,84	\$28.973,17	\$76.755,96
3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo	\$25.000,00					
Amortización del préstamo		\$-5.000,00	\$-5.000,00	\$-5.000,00	\$-5.000,00	\$-5.000,00
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$-27.166,00	\$8.435,75	\$17.424,51	\$20.650,84	\$23.973,17	\$71.755,96
SALDO ACUMULADO DE CAJA	\$-27.166,00	\$-18.730,25	\$-1.305,74	\$19.345,11	\$43.318,28	\$115.074,24

4.3.3.3. Estado de fuentes y usos

Permite determinar el diagnóstico de la situación, como para las proyecciones financieras de la empresa.

Tabla 105
Estado de fuentes y usos

FASE AÑO	OPERACIONAL					
	0	1	2	3	4	5
ENTRADAS DE EFECTIVO						
1.- Recursos financieros	\$58.627,63	\$6.461,63	\$524,57	\$572,18	\$624,17	\$680,94
2.- Ingresos por ventas		\$155.200,00	\$169.124,54	\$184.298,40	\$200.833,65	\$218.852,45
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	\$58.627,63	\$161.661,63	\$169.649,11	\$184.870,57	\$201.457,82	\$219.533,39
SALIDAS DE EFECTIVO						
1.- Incremento de activos fijos	\$46.651,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
2.- Incremento de activos intangibles	\$5.515,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
3.- Costos de operación totales (sin depreciación y amortización)		\$123.248,27	\$133.319,97	\$144.305,75	\$156.289,74	\$169.363,85
4.- Costos de financiación		\$3.750,00	\$3.000,00	\$2.250,00	\$1.500,00	\$750,00
5.- Pago amortización de préstamo		\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00
6.- Participación trabajadores		\$3.696,29	\$4.386,72	\$5.127,43	\$5.985,12	\$6.839,32
7.- Impuestos		\$4.608,05	\$5.468,78	\$6.392,20	\$7.461,45	\$8.526,36
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$52.166,00	\$140.302,61	\$151.175,47	\$163.075,38	\$176.236,31	\$190.479,53
TOTAL ENTRADAS MENOS SALIDAS	\$6.461,63	\$21.359,02	\$18.473,64	\$21.795,20	\$25.221,51	\$29.053,86
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO	\$6.461,63	\$27.820,66	\$46.294,30	\$68.089,49	\$93.311,00	\$122.364,86

4.3.3.4. Estado de Situación Financiera Inicial

Suministra información acerca de la propuesta de negocio en un intervalo de tiempo determinado., detallando activos, pasivos y capital.

Tabla 106
Estado de situación financiera inicial

FASE	OPERACIONAL					
	AÑO	0	1	2	3	4
ACTIVOS						
<i>Activos corrientes</i>						
Efectivo	\$6.461,63	\$27.820,66	\$46.294,30	\$68.089,49	\$93.311,00	\$122.364,86
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$6.461,63	\$27.820,66	\$46.294,30	\$68.089,49	\$93.311,00	\$122.364,86
<i>Activos fijos</i>						
Equipo de oficina	\$2.250,00	\$2.250,00	\$2.250,00	\$2.250,00	\$2.250,00	\$2.250,00
Muebles y enseres	\$2.300,00	\$2.300,00	\$2.300,00	\$2.300,00	\$2.300,00	\$2.300,00
Equipos de computo	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00	\$1.250,00
Maquinaria y Equipo de Oficina	\$5.851,00	\$5.851,00	\$5.851,00	\$5.851,00	\$5.851,00	\$5.851,00
Terreno	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00	\$15.000,00
Obra civil	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00
(-)Depreciación acumulada activos fijos		\$-2.456,77	\$-4.913,53	\$-7.370,30	\$-9.410,40	\$-11.450,50
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$46.651,00	\$44.194,23	\$41.737,47	\$39.280,70	\$37.240,60	\$35.200,50
<i>Activos diferidos</i>						
Constitución	\$215,00	\$172,00	\$129,00	\$86,00	\$43,00	\$0,00
Instalación	\$1.550,00	\$1.240,00	\$930,00	\$620,00	\$310,00	\$0,00
Intereses de instalacion	\$3.750,00	\$3.000,00	\$2.250,00	\$1.500,00	\$750,00	\$0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$5.515,00	\$4.412,00	\$3.309,00	\$2.206,00	\$1.103,00	\$0,00
TOTAL ACTIVOS	\$58.627,63	\$76.426,89	\$91.340,77	\$109.576,19	\$131.654,60	\$157.565,36
PASIVO Y PATRIMONIO						
<i>Pasivo</i>						
Préstamo a corto plazo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Préstamo mediano y largo plazo	\$25.000,00	\$20.000,00	\$15.000,00	\$10.000,00	\$5.000,00	\$0,00
TOTAL PASIVO	\$25.000,00	\$20.000,00	\$15.000,00	\$10.000,00	\$5.000,00	\$0,00
<i>Patrimonio</i>						
Capital social	\$33.627,63	\$40.089,27	\$40.613,84	\$41.186,01	\$41.810,18	\$42.491,12
Utilidad neta del ejercicio	\$0,00	\$16.337,62	\$35.726,93	\$58.390,18	\$84.844,42	\$115.074,24
TOTAL PATRIMONIO	\$33.627,63	\$56.426,89	\$76.340,77	\$99.576,19	\$126.654,60	\$157.565,36
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$58.627,63	\$76.426,89	\$91.340,77	\$109.576,19	\$131.654,60	\$157.565,36

4.3.4. Evaluación Financiera

La evaluación financiera consiste validar la factibilidad económica mediante la aplicación de indicadores incidentes con la finalidad de determinar los beneficios que se obtendrá posterior a la ejecución inicial de la propuesta.

4.3.4.1. Costo de Capital (CK)

Es el gasto en la cancelación de interés de financiamiento, el cual representa un ingreso para este caso BanEcuador.

Tabla 107
Datos para el cálculo del CK

FINANCIAMIENTO	VALOR	PESO RELATIVO	TASA DE DESCUENTO	PONDERACIÓN
Capital propio	\$33.627,63	57,36%	10,00%	5,74%
Capital financiado	\$25.000,00	42,64%	15,00%	6,40%
TOTAL	\$58.627,63	100%	CK	12,13%

4.3.4.2. Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

Se considera la ponderación del porcentaje del costo capital y la tasa promedio de la inflación.

$$\text{TRM} = ((1 + \text{CK}) * (1 + \text{inflación})) - 1$$

$$\text{TRM} = ((1 + 0,1213) * (1 + 0,009)) - 1$$

$$\text{TRM} = 13\%$$

4.3.4.3. Valor Actual Neto (VAN)

Indicador financiero que determina la viabilidad económica, es decir, si existe un saldo a favor después de descontar el inicial de inversión. Se determina con la siguiente fórmula.

Fórmula

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

Dónde:

FNE= Flujo neto de efectivo

II= Inversión Inicial

i = Interés

n = periodo de tiempo

VAN (+) = Existe rentabilidad

VAN (-) = No es rentable

Cálculo

$$\text{VAN} = \$-27.166,00 + \frac{8.435,75}{(1+0,1213)^n} + \frac{17.424,51}{(1+0,1213)^n} + \frac{20.650,84}{(1+0,1213)^n} + \frac{23.973,17}{(1+0,1213)^n} + \frac{71.755,96}{(1+0,1213)^n}$$

$$\text{VAN} = \$-27.166,00 + \frac{8.435,75}{(1,1213)} + \frac{17.424,51}{(1,25731369)} + \frac{20.650,84}{(1,409825841)} + \frac{23.973,17}{(1,580837715)} + \frac{71.755,96}{(1,77259333)}$$

$$\text{VAN} = \$-27.166,00 + \$ 7.523,19 + \$ 13.858,52 + \$ 14.647,80 + \$ 15.164,85 + \$ 40.480,78$$

$$\text{VAN} = \$ 64.509,14$$

Calculado el VAN positivo de \$ 64.509,17. Se determina la rentabilidad que generará la inversión al término de los 5 años, por lo que es un proyecto viable.

4.3.4.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno representa la rentabilidad que genera un proyecto y al ser mayor a uno, se considera plausible la propuesta, consecuentemente la siguiente propuesta de negocio se determina que es favorable.

Tabla 108
Tasa interna de retorno

INVERSIÓN INICIAL	\$-27.166,00
AÑO 1	\$8.435,75
AÑO 2	\$17.424,51
AÑO 3	\$20.650,84
AÑO 4	\$23.973,17
AÑO 5	\$71.755,96
TASA INTERNA DE RETORNO	60,89%

4.3.4.5. Relación Costo Beneficio

Este indicador determina el beneficio generado por la inversión interrelacionando a los ingresos y egresos obtenidos, cabe señalar que el factor i representa CK correspondiente al 12,13%, y para determinarlo se realiza el siguiente análisis

$$C/B = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Costos y Gastos (incluida la inversión 0)} / (1+i)^n}$$

Tabla 109
Relación costo beneficio

Descripción	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Total Ingresos		\$155.200,00	\$169.124,54	\$184.298,40	\$200.833,65	\$218.852,45	\$928.309,04
Total Ingresos actualizados		\$138.408,18	\$134.507,57	\$130.716,88	\$127.033,03	\$123.452,99	\$654.118,66
Total Costo y Gasto + Inversión	\$ 58.627,63	\$130.558,04	\$139.879,74	\$150.115,51	\$160.932,84	\$173.256,95	\$813.370,70
Total Costo y Gasto actualizados + Inversión	\$ 58.627,63	\$116.432,35	\$111.248,69	\$106.472,07	\$101.794,62	\$97.732,92	\$592.308,28
Relación Costo Beneficio	1,1044						

$$C/B = \frac{654.118,66}{592.308,28}$$

$$C/B = 1,10$$

Aplicando la fórmula para realizar el respectivo cálculo de costo/beneficio es de \$1,10; lo que significa que por cada dólar que se invierte se obtiene una rentabilidad de 0,10 centavos adicional, lo que implica un resultado favorable ya que genera rentabilidad.

4.3.4.6. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo en el que se recuperara la inversión inicial. Para este indicador se suman los flujos netos actualizados.

Tabla 110
 Periodo de recuperación de la inversión

Periodo de recuperación (PRI)	OPERACIONAL					
	0	1	2	3	4	5
SALDO FLUJO DE CAJA	\$-27.166,00	\$8.435,75	\$17.424,51	\$20.650,84	\$23.973,17	\$71.755,96
SALDO ACUMULADO	\$-27.166,00	\$-18.730,25	\$-1.305,74	\$19.345,11	\$43.318,28	\$115.074,24
PRI			3,40			
Años			3			
Meses			1			

4.3.4.7. Punto de Equilibrio (PE)

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares se aplica la siguiente fórmula:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}} \qquad PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

Tabla 111
Punto de equilibrio

Año	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$155.200,00	\$169.124,54	\$184.298,40	\$200.833,65	\$218.852,45
Total ingresos	\$155.200,00	\$169.124,54	\$184.298,40	\$200.833,65	\$218.852,45
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima	\$95.200,00	\$103.741,34	\$113.049,02	\$123.191,78	\$134.244,54
Mano de Obra	\$13.333,89	\$14.731,82	\$16.276,30	\$17.982,71	\$19.868,01
Costos Indirectos de Fabricación	\$1.156,40	\$1.166,81	\$1.177,31	\$1.187,90	\$1.198,60
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$109.690,29	\$119.639,97	\$130.502,62	\$142.362,39	\$155.311,15
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$45.509,71	\$49.484,58	\$53.795,77	\$58.471,26	\$63.541,30
COSTOS FIJOS					
Depreciación activos de producción	\$815,10	\$815,10	\$815,10	\$815,10	\$815,10
Gastos de Administración	\$9.237,72	\$9.320,86	\$9.404,75	\$9.489,39	\$9.574,79
Gastos de Ventas	\$4.320,26	\$4.359,14	\$4.398,37	\$4.437,96	\$4.477,90
Gasto depreciación	\$1.641,67	\$1.641,67	\$1.641,67	\$1.225,00	\$1.225,00
Gasto amortización	\$1.103,00	\$1.103,00	\$1.103,00	\$1.103,00	\$1.103,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 17.117,75	\$ 17.239,77	\$ 17.362,89	\$ 17.070,45	\$ 17.195,80
PE = CF / (1 - (CV/ I)) en dólares	\$58.375,99	\$58.920,74	\$59.483,34	\$58.632,57	\$59.226,71
PE = PE\$ / PVENTA	15045	15050	15058	14711	14727

El punto de equilibrio en dólares es de \$ 58.375,99 dólares; y 15.045 unidades para el primer año; lo que significa que se debe generar dichos ingresos y producir las unidades mencionadas para no obtener pérdida ni ganancia; de la misma forma se proyecta el indicador aplicando la misma fórmula para los próximos años.

4.3.4.8. Resumen de Evaluación Financiera

En el siguiente cuadro se detalla el resumen con la información de cada uno de los indicadores financieros calculados, mismos que permitirán sacar conclusiones sobre la viabilidad y rentabilidad financiera del proyecto.

Tabla 112
Resumen de la evaluación financiera

INDICADOR	VALOR	RESULTADO
COSTO DE CAPITAL	12,13%	Factible
TRM	13%	Aceptable
VAN	\$ 64.509,14	Rentable
TIR	60,89%	Factible
COSTO-BENEFICIO	1,10	Rentable
PRI	3 años 1 mes	Factible
PE\$	\$ 58.375,99	Dólares
PEQ	15.045	Unidades

4.3.5. Análisis de Sensibilidad (prevención riesgos, variación costos, ventas)

Mediante este análisis se puede tomar decisiones a través de calcular nuevos flujos de caja, VAN Y TIR, de tal manera mejorar las estimaciones de la propuesta de negocio, en caso de existir errores en los datos iniciales de la presente propuesta.

Sin embargo se tendrá datos referente a la situación económica financiera de la organización, para lo cual se toma como referencia del 10% y 20% de variación.

Tabla 113
Análisis de sensibilidad

Análisis de sensibilidad	VAN	TIR	C/B
Proyecto heladería cafetería con información inicial	\$ 64.509,14	60,89%	1,10
Incremento anual costo Materia Prima (15%)	\$ 24.031,31	29,69%	1
Incremento de Inversión fija (20%)	\$ 56.070,12	46,23%	1,1

Mediante el análisis de sensibilidad del proyecto se determinó que el incremento del valor de la materia prima ocasiona obtener un VAN menor al valor inicial del proyecto, eso quiere decir que no genera beneficios para la empresa, con respecto a la TIR y la relación costo beneficio, representa un aumento considerable.

De la misma manera, al incrementar la inversión fija en un 20%, con el propósito de mejorar el negocio, se obtiene un VAN menor al precio inicial del emprendimiento, en cuanto a la TIR presenta una disminución con un valor considerable, y la relación Costo Beneficio disminuye con respecto al dato inicial, además indica que su valor es mayor a uno y es factible económicamente.

4.3.6. Conclusiones de la evaluación financiera

Mediante la elaboración de los estados financieros y el análisis de indicadores se puede determinar que el proyecto de inversión de la heladería – cafetería, es aceptable y por ende rentable debido a los resultados positivos obtenidos.

La relación costo-beneficio obtiene la rentabilidad, en un periodo de recuperación de proyecto estimado en tres años, por otra parte, el punto de equilibrio en el proyecto, se debe obtener al producir 15.045 unidades de productos y obtener ingresos de \$ 58.375,99 dólares.

Por tal razón, se concluye que la idea de negocio de la heladería-cafetería si es factible, ya que presenta una rentabilidad financiera pertinente para el eficiente funcionamiento del proyecto.

1.32. 4.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

1.33. Introducción

Es primordial dentro de la organización, para su adecuada administración; es por ello que se establece funciones y responsabilidades a cargo con el objeto de crear un ambiente laboral adecuado.

1.34. Objetivo

Realizar una estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos materiales, humanos y financieros de la propuesta de negocio.

4.4.1. La empresa

El negocio propuesto ofrecer el servicio de heladería y cafetería de calidad, con el fin de obtener en los habitantes del cantón bolívar y turistas una experiencia agradable, tanto para el consumidor y cada uno de sus acompañantes, por medio de excelentes servicios como: bebidas frías, bebidas calientes más acompañante, helados y postres de excelente calidad.

4.4.1.1. Nombre de la empresa o razón social

Es denominación oficial de la empresa para su reconocimiento en el mercado, El nombre de la empresa fue seleccionado de acuerdo con los siguientes criterios de selección:

- **De acuerdo a la idea de negocio:** el nombre elegido debe estar afín al servicio que el proyecto va a ofertar.
- **Atractivo:** tiene que incitar el interés de los consumidores.
- **Claro y Sencillo.** Fácil de informar al resto de personas y así lograr posicionamiento en el mercado.

El nombre escogido para la Heladería – Cafetería es **de-leite**

4.4.1.2. Logotipo

Contiene las características necesarias que se deben tomar en cuenta en la propuesta de negocio.



Figura 51. Logotipo

Para el diseño se consideran los siguientes factores:

- **Representación:** el logotipo posee gráficos como una taza de café y conos de helado, los cuales representan exactamente con la idea de negocio.
- **Apropiado:** el logotipo es apropiado a la vista del consumidor local y de los turistas.
- **Sencillez:** aportan a que sea fácil de comprender y recordar el giro del negocio.
- **Colores naranja:** son de gran importancia debido a que representan felicidad, creatividad y sensación de calor.
- **Color púrpura:** representan sentimientos románticos y nostálgicos
- **Color café:** es uno de los colores más usados se lo representa con la confianza y naturalidad.

4.4.1.3. Slogan

El proyecto busca ofrecer a sus clientes un lugar confortable donde se pueda compartir momentos agradables con sus acompañantes, deleitándose de excelentes productos de cafetería y heladería, del mejor sabor y buena calidad, es por eso que se ha optado por la frase **“Amamos lo que hacemos, por eso lo hacemos bien”** como slogan del proyecto.

4.4.1.4. Misión

La misión es la razón de la existencia de la organización, sirve como guía permanente que orienta sus esfuerzos y acciones.

“Brindar el servicio de Heladería – Cafetería con productos de calidad, ambiente cómodo, música agradable para la satisfacción de nuestros usuarios, contando con equipo de trabajo calificado y con compromiso para ofertar diferentes servicios, atención personalizadas, oportuna y ágil”

4.4.1.5. Visión

La visión es la capacidad de ver más allá, en espacio y tiempo, es decir visualizar el resultado final que se pretende alcanzar.

“En los próximos 5 años seremos una Heladería – Cafetería en el cantón Bolívar, creativa en servicios, crecer en vivencias y optimización continua siendo competitiva, con atención personalizada, caracterizada por ambientes acogedores, atractivos, según la expectativa del comprador”

4.4.1.6. Objetivos estratégicos

- Conseguir posicionamiento en el mercado por medio de la oferta de productos de alta calidad, preparados con ingredientes frescos para que los consumidores disfruten de excelentes servicios.
- Modernizar el menú cada año de acuerdo a las preferencias del cliente.
- Mantener un personal motivado y altamente capacitado en temas de atención al cliente.
- Aumentar el aforo de recepción y atención a clientes.

4.4.1.7. Valores corporativos

- **Respeto:** al cliente como a sus compañeros de trabajo y a los recursos de la entidad
- **Lealtad:** Lealtad en el proceder de los trabajadores, comprometiéndose a seguir siendo mejores
- **Responsabilidad:** en el desarrollo de las actividades que hayan sido asignadas para la prestación de cada servicio
- **Trabajo en equipo:** Originar una buena comunicación entre trabajadores como también con los clientes, logrando así que se cumpla con los intereses comunes
- **Servicio al cliente:** se proporcionará un servicio personalizado y permanente a cada cliente, con productos de calidad.

4.4.1.8. Políticas empresariales

La heladería – cafetería “de – leite” se compromete a cumplir y hacer cumplir las políticas que se detallan a continuación:

4.4.1.8.1. Entidad

1. La empresa entregara equipos de protección personal y para el desarrollo de la producción.
2. La empresa asegura la seguridad de sus colaboradores.
3. La empresa cancelará las remuneraciones al personal, beneficios de ley y horas extras.

4.4.1.8.2. Proveedores.

1. La empresa seleccionará cada producto que se vaya a adquirir los insumos en base a calidad y costos mínimos.
2. Los productos adquiridos deberán ser entregados en perfecto estado.
3. El pago de los materiales adquiridos se lo realizara en efectivo, al momento de la entrega de los insumos y previa verificación.
4. En caso de que unos de insumos este en mal estado, se procederá a la devolución

4.4.1.8.3. Clientes.

1. El producto solicitado deberá ser cancelado en efectivo en el momento de la toma del pedido.
2. Si el producto solicitado es para llevar deberá informarse antes de ser servido.
3. No se contemplan devoluciones

4.4.1.8.4. Personal

1. El personal deberá laborar de martes a domingo en horario de 10:00am a 18:00 pm
2. El personal deberá cumplir con 8 horas de trabajo, con un total de 48 horas a la semana.
3. Es responsabilidad del personal cuidar los bienes de la empresa en su jornada de trabajo.
4. En caso de atraso o falta injustificada se restará de su remuneración, el valor equivalente al tiempo no laborado en el rol de pagos.
5. Es responsabilidad de los trabajadores garantizar el trabajo que están realizando, mediante la aplicación de recetas entregadas.

4.4.1.9. Organigrama estructural

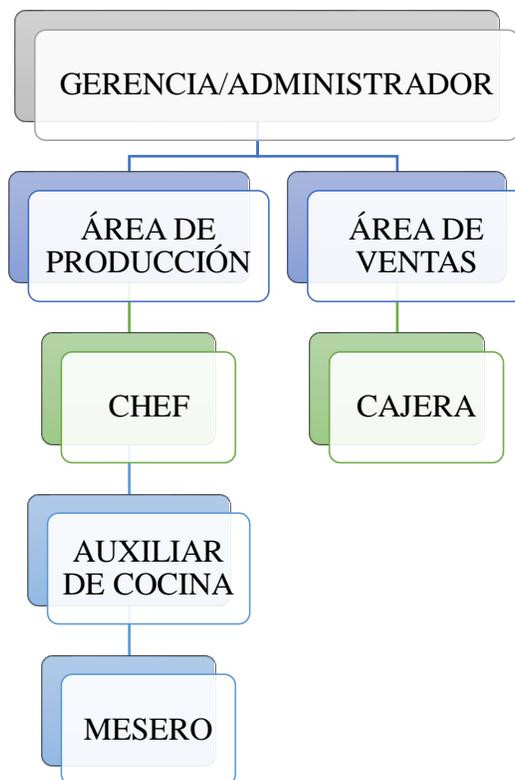


Figura 52. Organigrama estructural

4.4.1.9.1. Organigrama funcional.

El organigrama funcional tiene como objetivo plasmar las diferentes áreas de trabajo en orden jerárquico de acuerdo a cada una de las áreas de la empresa.

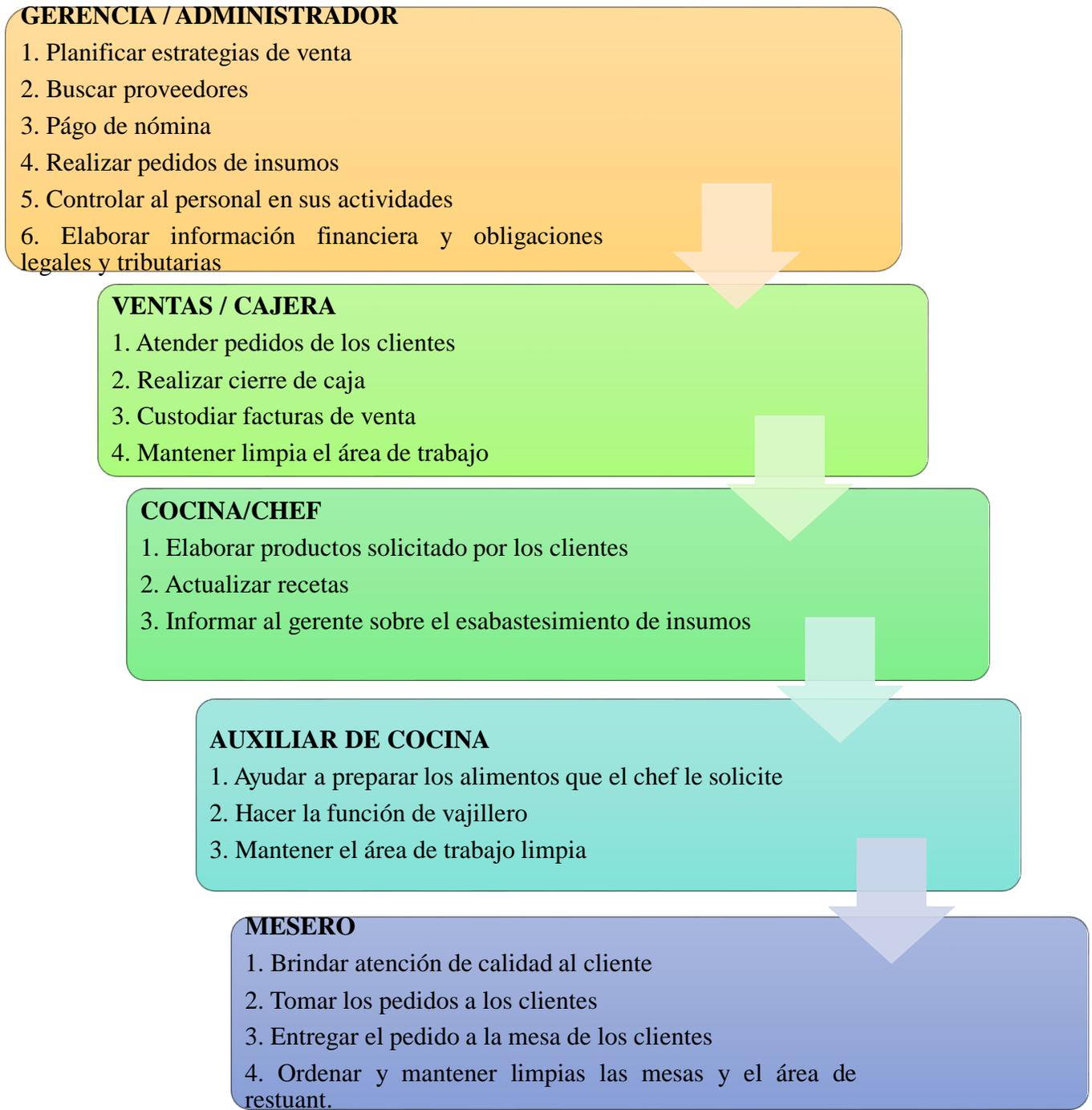


Figura 53. Organigrama funcional

4.4.1.10. Niveles administrativos

4.4.1.10.1. Nivel ejecutivo.

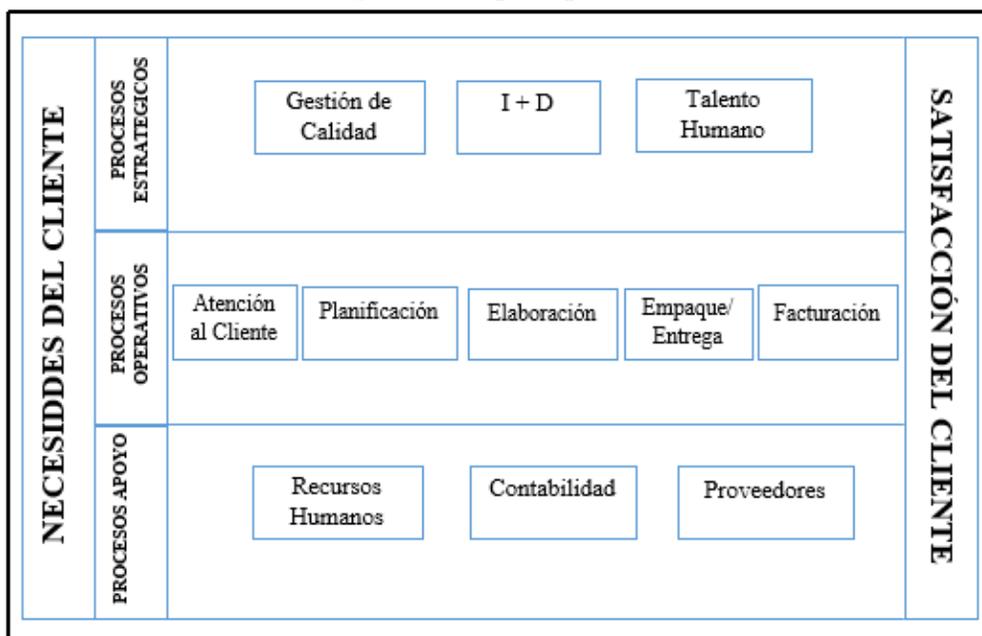
El nivel ejecutivo está compuesto por un administrador- Contador que realizará las dos funciones en conjunto, de dirigir la empresa, elaborar las políticas, evaluar el desempeño de talento humano y es el responsable de planificar y ejecutar la normativa y la toma de decisiones en beneficio de la empresa.

4.4.1.10.2. Nivel operativo.

Conformado por el talento humano encargado de la preparación de alimentos y atención al cliente, quienes serán encargados de ofrecer un servicio de calidad.

4.2.5.1. Mapa de procesos: Estratégicos, Operativos y de Apoyo

Figura 54. Mapa de procesos



Elaborado: Autoras

4.4.1.10.3. Manual de funciones.

Para dar observancia con los objetivos establecidos se ha realizado un manual de funciones para cada uno de puestos de trabajo con la finalidad de implantar funciones y responsabilidades a cada trabajador.

MANUAL DE FUNCIONES



“Amamos lo que hacemos, por eso lo hacemos bien”

 <p>HELADERIA & CAFETERIA de-leite</p>		MANUAL DE FUNCIONES	Versión
			1
			Fecha
			11/11/2020
			Página
			1 de 5
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Nombre del cargo:	GERENTE - ADMINISTRADOR		
Área:	Gerencia		
Nivel:	Estratégico		
Reporta a:	N/A		
OBJETIVO DEL CARGO			
Administrar de manera eficiente y eficaz los recursos de la empresa.			
PERFIL DEL PUESTO			
Título de tercer nivel en Administración de empresas o carreras afines.			
Género indistinto.			
Experiencia mínima de dos años en cargos similares.			
FUNCIONES			
Representante legal de la Heladería - Cafetería "de - leite"			
Elaboración de presupuestos mensuales y anuales.			
Elaboración de planes operativos.			
Contratación del personal.			
Desarrollo de estrategias comerciales.			
Apoyar y coordinar en los procesos de las diferentes áreas.			
Efectuar seguimientos de las actividades planeadas.			
Cumplir y hacer cumplir los objetivos de la empresa.			
Asegurar el cumplimiento de la legislación del país.			
Elaborar los roles de pago y planillas de aporte al IESS.			
COMPETENCIAS			
Toma de decisiones.			
Liderazgo.			
Pensamiento crítico.			
Iniciativa.			
Responsabilidad.			
Capacidad de negocio.			
Elaborado por:	Recibido por:	Autorizado por:	
		Versión	

 HELADERIA & CAFETERIA de-leite		MANUAL DE FUNCIONES	Versión
			1
			Fecha
			11/11/2020
			Página
			2 de 5
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Nombre del cargo:	CAJERO		
Área:	Comercialización		
Nivel:	Táctico		
Reporta a:	Gerente General		
OBJETIVO DEL CARGO			
Realizar el cobro de los alimentos y servicios brindados a los clientes.			
PERFIL DEL PUESTO			
Título de tercer nivel en Contabilidad o carreras afines.			
Género indistinto.			
Experiencia mínima de un año en cargos similares.			
FUNCIONES			
Brindar un trato adecuado al cliente.			
Cobo y facturación de los clientes.			
Preparación de reportes diarios de caja.			
Colaborar con las actividades de limpieza del lugar de trabajo.			
COMPETENCIAS			
Entusiasmo.			
Atención al cliente adecuado.			
Comunicación efectiva.			
Respeto.			
Prácticas de honestidad			
Elaborado por:	Recibido por:	Autorizado por:	
		Versión	

 <p>HELADERIA & CAFETERIA de-leite</p>	MANUAL DE FUNCIONES	Versión
		1
		Fecha
		11/11/2020
		Página
		3 de 5
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
Nombre del cargo:	CHEF	
Área:	Producción	
Nivel:	Táctico	
Reporta a:	Gerente - Propietario	
OBJETIVO DEL CARGO		
Realizar la preparación de los alimentos de manera adecuada, cumpliendo con los procesos establecidos.		
PERFIL DEL PUESTO		
Título de tercer nivel en Gastronomía o carreras afines.		
Género indistinto.		
Cursos actualizados y especialización de cocina, empreiencia 2 años de chef en restaurantes y/o hoteles.		
FUNCIONES		
Preveer las materias primas, equipo y técnicas de preparación.		
Aplicar sus conocimientos en las áreas de cocción, sistema de trabajo, manipulación de alimentos y procesos de menú, métodos de conservación y almacenamiento, legislación sanitaria y factores de alteración de aliementos.		
Planear el menú y asegurarse que todos los alimentos cumplan con los estándares de calidad e higiene.		
Cumplir y hacer cumplir con la normativa de calidad de los productos.		
COMPETENCIAS		
Trabajo en equipo.		
Creatividdad e innovacion		
Orden.		
Liderazgo.		
Paciencia.		
Responsabilidad.		
Flexibilidad.		
Elaborado por:	Recibido por:	Autorizado por:
		Versión

 <p>HELADERIA & CAFETERIA de-leite</p>	MANUAL DE FUNCIONES	Versión
		1
		Fecha
		11/11/2020
		Página
4 de 5		
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
Nombre del cargo:	AYUDANTE DE COCINA	
Área:	Producción	
Nivel:	Operativo	
Reporta a:	Cocinero	
OBJETIVO DEL CARGO		
Apoyar en la preparación de ciertos alimentos y mantener los utensillos de cocina limpios y ordenados.		
PERFIL DEL PUESTO		
Título de tercer nivel en Gastronomía o carreras afines.		
Género indistinto.		
Cursos y conocimiento de cocina.		
FUNCIONES		
Seleccionar, picar, cortar, prepara la materia prima que será utilizada.		
Prepara mezclas y aderezos.		
Lavar la vajilla y los utensillos de cocina.		
Organizar la refrigeradora y la despensa.		
Reportar la falta de materiales y utensillos de cocina.		
Alistar los materiales de cocina para su utilización.		
Colaborar con el orden y aseo de la cocina.		
COMPETENCIAS		
Creativo.		
Colaborador.		
Agilidad		
Sentido común		
Amabilidad		
Elaborado por:	Recibido por:	Autorizado por:
		Versión

 <p>HELADERIA & CAFETERIA de-leite</p>		MANUAL DE FUNCIONES	Versión
			1
			Fecha
			11/11/2020
			Página
			5 de 5
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
Nombre del cargo:	MESERO		
Área:	Comercialización		
Nivel:	Operativo		
Reporta a:	Gerente, Cajera, Chef		
OBJETIVO DEL CARGO			
Garantizar la satisfacción de los clientes al atender con un trato amable y cortes los requerimientos necesarios.			
PERFIL DEL PUESTO			
Estudnaites universitarios, Bachilleres.			
Género indistinto.			
Experiencia mínia de 6 meses en el área de atención al cliente.			
FUNCIONES			
Cumpli con actividades asignadas.			
Requerir la orden y entregar los pedidos al cliente.			
Coordinar con el área de cocina.			
Levantar la vajilla y mantener limpias las mesas.			
Conocer el menú, el tiempo de cocción.			
Informar a los clientes sobre ofertas y promociones existentes.			
Mantener el aseo del comedor.			
COMPETENCIAS			
Colaborador			
Amabilidad			
Servicial			
Dinámico			
Agilidad			
Actitud positiva			
Elaborado por:	Recibido por:	Autorizado por:	
		Versión	

4.4.2. Constitución jurídica

4.4.2.1 Nombre o razón social

El nombre oficial de la Heladería – Cafetería es de-leite.

4.4.2.2. Figura jurídica

La Heladería – Cafetería de-leite cuenta con dos inversionistas para el proyecto, pero la microempresa estará constituida como persona natural no obligados a llevar contabilidad, con denominación como razón social a nombre de Melanea Aguirre

4.4.2.3. Domicilio

La microempresa de-leite estará ubicada dentro del territorio ecuatoriano, en la provincia del Carchi, Av. Mantilla, Panamericana Norte E-35 sector el Mamut.

4.4.2.4. Objeto Lícito

La microempresa tiene como actividad principal la prestación de servicios de heladería – cafetería, mismas que serán permitidas por los organismos de control pertinentes y no podrá realizara otras actividades distintas por las que fue establecida.

4.4.2.4. Requisitos legales para el funcionamiento.

Son los requisitos necesarios para que establece la ley para que la microempresa inicie su actividad la prestación de servicio de heladería – cafetería.

4.4.2.4.1. Registro patronal.

El registro patronal corresponde al acto de inscribirse como patrono en el SRI, con el fin de efectivizar el proceso de contratación de personal para la microempresa, para ello se debe cumplir con los siguientes procedimientos y requisitos:

- Ingresar a la página web del IESS www.iesg.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o domestico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centro de Atención Unipersonal, portando:
- La solicitud de Entrega de Clave (Impresa).
- Copia de RUC.
- Copia de cedula (Representante legal).
- Copia de papeleta de votación (Representante Legal).
- Copia de pago de servicios básicos (luz, agua, teléfono)

4.4.2.4.2. Otros registros

Registro único de contribuyentes.

Para el ejercicio normal de las actividades de la microempresa es fundamental contar con el RUC de la organización, siguiendo el proceso mostrado a continuación:

- Llenar y entregar el formulario
- Escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del representante legal.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio de la empresa.

Requisitos para la obtención de patente municipal.

- Formulario para la obtención de Patente.
- Acuerdo de responsabilidades y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del representante legal.
- Copia de RUC.
- Correo electrónico personal y número telefónico del representante legal.
- Copia de la Escritura de Constitución.
- Copia del nombramiento vigente del representante legal.

Permiso sanitario.

Para la obtención del permiso sanitario se debe acudir a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, aquí se debe presentar lo siguiente:

- Copia simple del nombramiento del representante legal de la organización.
- Copia de cédula del representante legal.
- Registro Único del Contribuyente.

Permiso de funcionamiento de bomberos.

Para la obtención del permiso de funcionamiento por parte de los bomberos se debe presentar el RUC de la organización y la copia de cédula del representante legal. En caso de no hacer este trámite el representante legal, la persona que haga el trámite debe presentar una autorización firmada por el representante legal.

Permiso del Ministerio de Salud Pública.

- Solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud con su nombre, número de la cédula o del Registro Único de Contribuyentes (RUC); nombre o razón social del establecimiento; actividad que realiza y la ubicación del negocio.
- Copia de RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía o identidad de representante legal del establecimiento.
- Croquis de la ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

- Copias de los certificados ocupacionales del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud público.

4.4.3. Conclusiones del estudio organizacional.

El estudio organizacional expresa el esquema de los cargos principales de la organización considerando la jerarquía y niveles administrativos, y estableciendo el manual de funciones.

Se estableció los elementos que forman parte de la constitución jurídica de la microempresa para la puesta en marcha del negocio, misma que contribuye a la dinamización económica, jurídica, ambiental y social del país.

CAPITULO V

VALIDACIÓN

1.35. Introducción

En este capítulo se realiza la evaluación de la propuesta del proyecto utilizando herramientas de valoración de los resultados obtenidos por la investigación efectuada por el equipo de trabajo, en donde se verificarán cada elemento estudiado en base a un rango de calificación propuesta en esta sección, lo cual ayudará a determinar si un proyecto es factible o no.

1.36. Descripción del estudio

1.37. Objetivo.

Validar la investigación realizada mediante la revisión de los oponentes técnicos, la evaluación de los resultados obtenidos y la aplicación de la matriz de validación para determinar la viabilidad del proyecto.

1.38. 5.1. Equipo de trabajo

El equipo encargado de trabajo en esta propuesta de negocio lo constituye todas las personas que aportaron a la realización del proyecto de investigación. Mismo que está conformado por un grupo de personas que trabajan para lograr una meta en común, que son docentes técnicos y tutora;

quienes se encargan de evaluar y validar cada uno de los resultados obtenidos en el proyecto, y las autoras encargadas del desarrollo de la investigación del estudio de factibilidad.

A continuación, se detalla el equipo de trabajo.

Tabla 114
Equipo de Trabajo

Docentes Técnicos

Ing. Dolores del Rocío Espinoza Gavilanes

Mgs. Julio César Andrade

Docente Tutora

Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero

Autoras

Melanea María Aguirre Narváez

Jeniffer Jovanna Cabascango Rivera

1.39. 5.2. Metodología de verificación

La metodología que se utilizará en la validación de este proyecto es la elaboración de una matriz, en el cual se detallará cada uno de los factores que serán sometidos a evaluación y con los resultados se determinará el grado de factibilidad del proyecto.

5.2.1. Factores a validar

A continuación, se define los factores correspondientes a cada capítulo, que pretenden ser validados por los docentes técnicos asignados.

Tabla 115
Factores a validar

CAPÍTULO	FACTORES A VALIDAR
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	Planteamiento del problema
	Análisis y sustento Teórico.
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	Tipos de investigación
DIAGNÓSTICO	Oportunidad diagnóstica
PROPUESTA	
ESTUDIO DE MERCADO	Identificación de la demanda potencial
	Análisis Balance Oferta – Demanda
	Planteamiento de las estrategias de comercialización
ESTUDIO TÉCNICO	Análisis micro localización
	Análisis de la capacidad instalada
	Ingeniería del proyecto

	Determinación de la inversión del proyecto.
ESTUDIO FINANCIERO	Estados financieros Indicadores financieros
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	Estructura Organizacional.

5.2.2. Método de calificación

Para determinar la calificación de la factibilidad del proyecto, el equipo de trabajo calificará en base a los siguientes criterios de evaluación como son:

- Factible
- Poco factible
- No factible

A continuación, se detalla cada uno de los criterios:

Factible: Expresa que el proyecto es viable y rentable, lo cual se sustenta con los resultados obtenidos durante la investigación, demostrando la oportunidad de emprender en dicha actividad.

Poco factible: Enuncia que en la propuesta de negocio existen factores que necesitan ser mejorados o presenta debilidades que no constituyen un riesgo alto para el mismo.

No factible: Significa que la idea de negocio no es viable, por tanto, no genera rentabilidad el proyecto.

5.2.3. Rango de interpretación

En éste apartado se plantea los porcentajes de tolerancia para cada uno de los aspectos, mismos que permitirán analizar y validar dicho proyecto, como se muestra a continuación:

- Factible: 100% - 90%
- Medianamente Factible: 89,99% - 70%
- No factible: Menor al 70%

Tabla 116
Porcentaje de calificación

FACTORES	PORCENTAJE
Fundamentación Teórica	5%
Procedimientos Metodológicos	5%
Diagnóstico situacional	10%
Estudio de mercado	20%
Estudio Técnico	20%
Estudio financiero	20%
Estudio Organizacional	20%
TOTAL	100%

1.40. 5.3. Resultados

En este punto se detalla la matriz de validación que será completada por el equipo de trabajo, de la cual se obtendrá el resultado de evaluación del proyecto en base al método de calificación y rango de interpretación

Tabla 117
Matriz de Validación Directora de Tesis

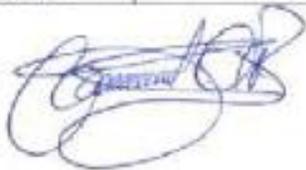
MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
HELADERÍA - CAFETERÍA "de-leite"					
ESTUDIANTES: Aguirre Narváez Melanca Maria y Cabascango Rivera Jeniffer Jovanna					
VALIDADO POR: MGs. Maria Gabriela Arciniegas					
FECHA: Ibarra, 17 de marzo del 2021					
Capítulo	Factor a Validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observación
I	Fundamentación teórica	5%	9	0,45	
II	Procedimientos metodológicos	5%	9	0,45	
III	Diagnóstico	10%	9	0,90	
IV	Propuesta				
	Estudio de mercado	20%	8	1,6	
	Estudio técnico	20%	9	1,8	
	Estudio financiero	20%	9	1,8	
	Estudio organizacional	20%	8	1,6	
TOTAL		100%		8,6	
FIRMA					

Tabla 118
Matriz de Validación Oponente 1

MATRÍZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
HELADERÍA - CAFETERÍA "de-leite"					
ESTUDIANTES: Aguirre Narváz Melanea Maria y Cabascango Rivera Jeniffer Jovanna					
VALIDADO POR: Ing. Dolores del Rocío Espinoza Gavilanes					
FECHA: 17/03/2021					
Capítulo	Factor a Validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observación
I	Fundamentación teórica	5%	9	0,45	
II	Procedimientos metodológicos	5%	9	0,45	
III	Diagnóstico	10%	9	0,9	
IV	Propuesta				
	Estudio de mercado	20%	9	1,8	
	Estudio técnico	20%	9	1,8	
	Estudio financiero	20%	9	1,8	
	Estudio organizacional	20%	8	1,6	
TOTAL		100%		8,8	
FIRMA					

Tabla 119
Matriz de Validación Oponente 2

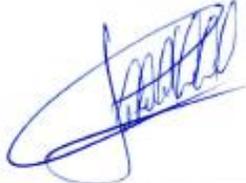
MATRÍZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
HELADERÍA - CAFETERÍA "de-leite"					
ESTUDIANTES: Aguirre Narváez Melanea Maria y Cabascango Rivera Jeniffer Joanna					
VALIDADO POR: Ing. Julio Cesar Andrade Palacios					
FECHA: 17/03/2021					
Capítulo	Factor a Validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observación
I	Fundamentación teórica	5%	9	0,45	
II	Procedimientos metodológicos	5%	8	0,40	
III	Diagnóstico	10%	8,5	0,85	
IV	Propuesta				
	Estudio de mercado	20%	9	1,8	
	Estudio técnico	20%	9	1,8	
	Estudio financiero	20%	9	1,8	
	Estudio organizacional	20%	8	1,6	
TOTAL		100%		8,7	
FIRMA					

Tabla 120
Resultados

MATRÍZ DE VALIDACIÓN								
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD								
HELADERÍA - CAFETERÍA "de-leite"								
Capítulo	Factor a Validar	Porcentaje	Mgs. Maria Gabriela Arciniegas Romero	Ing. Dolores del Rocio Espinoza Gavilanes	Ing Julio Cesar Andrade Palacios	Promedio	Resultados	Observaciones
I	Fundamentación teórica	5%	0,45	0,45	0,45	0,45	4,5%	
II	Procedimientos metodológicos	5%	0,45	0,45	0,40	0,43	4%	
III	Diagnóstico	10%	0,90	0,90	0,85	0,88	9%	
IV	Propuesta							
	Estudio de mercado	20%	1,60	1,8	1,8	1,73	17%	
	Estudio técnico	20%	1,8	1,8	1,8	1,8	18%	
	Estudio financiero	20%	1,8	1,8	1,8	1,8	18%	
	Estudio organizacional	20%	1,60	1,6	1,6	1,6	16%	
TOTAL		100%	8,6	8,8	8,7	7,18	87%	

5.3.1. Calificación e interpretación

El estudio de factibilidad para la creación de una heladería – cafetería en el cantón Bolívar, provincia del Carchi, demuestra ser un proyecto factible, en base a los resultados obtenidos a partir de las matrices de validación efectuadas por los tutores técnicos encargados de la evaluación de cada uno de los capítulos del proyecto, de lo cual se obtuvo un porcentaje de factibilidad del 87% según los criterios de validación establecidos en el documento.

1.41. Conclusiones y Recomendaciones

1.42. Conclusiones

- Mediante el análisis del diagnóstico situacional se determinó los aliados como la ubicación estratégica, materia prima disponible; oportunidades como la implantación de una idea de negocio, también se encuentran riesgos referentes de que el cantón Bolívar se lo considere como una ciudad de paso y oponentes específicamente la competencia.
- En el estudio de mercado se identificó dos variables de segmentación: turistas nacionales y habitantes del cantón, también se determinó que existe una demanda insatisfecha de 36.384 personas, de la cual el proyecto pretende atender 36.128 personas que significa 40.000 unidades a cubrir al año.
- Mediante el análisis se determinó la ubicación que se da lugar en la Panamericana Norte E-35, y es necesario una inversión de \$58.627,63; de los cuales el 42,64% será financiado a través de un crédito en Ban Ecuador y el 57,63% con capital propio.
- En el estudio financiero se realizó diferentes proyecciones de ingresos y egresos; en la evaluación financiera se determinó un VAN de \$ 65.509,14; la TIR de 60,89%; la relación Costo Beneficio \$1,10 y finalmente el periodo de recuperación de la Inversión es de 3 años 1 mes.
- Se estableció estratégicamente el organigrama estructural estableciendo las funciones y actividades empleadas en el negocio, detallando misión, visión, valores, objetivos corporativos, políticas empresariales y la forma jurídica,

1.43. Recomendaciones

- Implementar la propuesta de negocio con todo lo necesario para la ejecución del proyecto.
- Aplicar estrategias de marketing, procurando mantener un buen servicio que cubra las expectativas del cliente y lograr posicionarse en el mercado. Se debe disponer de maquinaria adecuada, materia prima y mano de obra óptima, para garantizar un buen servicio a los clientes.
- Aprovechar la demanda insatisfecha existente, mediante la oferta de productos y servicios de calidad.
- Establecer políticas de calidad y optimizar recursos, así obtener una mayor rentabilidad del negocio.
- Regirse a las normativas vigentes y aplicables que aseguren el buen desempeño de la empresa.

1.44. Bibliografía

(ANSI), A. N. (2016). Simbología ANSI para diagramas de flujo.

- Aguirre, R. (19 de Marzo de 2017). *Gestionar facil el mercado*. Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/mercado-oferta-y-demanda>
- Benjamin, E., & Fincowsky, F. (2014). *Proyectos de Inversión*. McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Carbonel Valdivia, J. (2015). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Perú.
- Castro, A. O. (2010). *Proyectos de Inversion*.
- CONEXIONESAN. (24 de Enero de 2017). *Un indicador clave de rentabilidad: la tasa interna de retorno (TIR)*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/un-indicador-clave-de-rentabilidad-la-tasa-interna-de-retorno-tir/>
- Córdova Yamberla; Salazar Cadena, D. M. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de una caja de ahorro y crédito para micro-emprendedores de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- Corvo, T. (2019). *Lifeder*. Obtenido de https://www.lifeder.com/analisis-oferta/?fbclid=IwAR3suWAsri_i35Ah-5P4OJilseyA-15l2kq4YDQ4dNR3UdeyCKnDS8_qT8A#Como_se_hace_el_analisis_de_la_oferta
- Federico. (2019). *Estudio financiero*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Flórez, J. A. (2016). *Proyectos de Inversión para las pymes*. Bogotá, Colombia: ECOE: Ediciones.
- Garzon Agudelo, D. M., Sarmiento Rojas, J. A., & Guitiérrez-Junco, O. J. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Ingeniería*.
- Garzon Agudelo; Sarmiento Rojas; Gutiérrez-Junco, D. M. (2019). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Ingeniería*.
- Gómez, A. (2016). Estudio de Mercado. En F. d. UNAM.
- Historia del cantón Bolívar*. (s.f.). Obtenido de <http://www.municipiobolivar.gob.ec/index.php/canton/historia>
- INEC - proyección de poblaciones ecuatoriana censo. (2010 - 2020).
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, INEC. (2010-2020).

- Kotler, P. (2015). *El marketing*.
- Kotler, P. (2015). *El marketing*. Words Marketing.
- Malhorta, N. K. (2016). *Investigación de Mercados: Conceptos esenciales*.
- Mendoza, R., & Ortiz, T. (2015). *Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración*. Baranquilla: EcoEdiciones.
- Mendoza, R., & Ortiz, T. (2016). *Contabilidad Financiera para contaduría y Administración*. Baranquilla: EcoEdiciones.
- Montaño Manzaba; Troya Párraga, C. E. (2020). Estudio de factibilidad para la creación de un complejo turístico en el cantón quinidé provincia de esmeraldas. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- nose. (s.f.). *Historia del cantón bolívar*. Obtenido de <http://www.municipiobolivar.gob.ec/index.php/canton/historia>
- PDOT-CB, P. d. (2011-2031). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*.
- Porto, J. P. (2015). Desarrollo de un diagnóstico. *Summa*, 64-72.
- Posso, M. (Enero de 2018). Técnicas de Recolección de datos (Diapositivas) UTN. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- Prieto, J. (2016). *Investigación de mercados*. Bogotá: Eco ediciones.
- Raffino, M. E. (2019). *Diagnóstico*.
- Ramírez Díaz, J. A. (2019). *Evaluación Financiera de Proyectos Con aplicación Excel. 2*.
- Revolorio Mencos, N. H. (3 de Junio de 2017). *Costo de capital de las empresas y proyectos de Inversión*. Obtenido de https://issuu.com/nelsonrevolorio/docs/el_costo_de_capital.docx
- Rodriguez, N. F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de Inversión*. Mexico.
- SCHOOL, O. B. (2019). *Elementos claves en la ingeniería de proyectos*. Obtenido de <https://obsbusiness.school/int/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- SINNAPS. (2017). *Estudio Financiero de un Proyecto*. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estudio-financiero-proyecto>

- Thompson, I. (s.f.). *La Segmentación del Mercado*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>
- Urbina, G. B. (2016). *Evaluación de Proyectos*.
- Valdivia, J. C. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Macro.
- Velasquez, H. (12 de Abril de 2019). *Como afrontar el Análisis del Entorno de una empresa*. Obtenido de https://www.academia.edu/6654660/ANALISIS_DEL_ENTORNO_Y_DIAGNOSTICO ESTRATEGICO
- Zamora, C. S. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 12.

ANEXOS

1.45. Anexo N° 1: Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TEMA: Estudio de factibilidad de una Heladería – Cafetería en el cantón Bolívar, provincia del Carchi.

OBJETIVO: El objetivo de la aplicación de la encuesta es conocer la factibilidad de la creación de una Heladería-Cafetería en el cantón Bolívar, provincia del Carchi.

Instrucciones:

✓ Marque con una X donde corresponda

ENCUESTA

Edad: 19 - 22_____ 26 - 35_____ 36 - 45_____ 45 o más_____

Género: Masculino_____ Femenino_____

Turista_____ Habitante de Bolívar_____

1. ¿Con que frecuencia visita el cantón Bolívar?

1 - 2 por semana _____

Mensual _____

Trimestral _____

Semestral _____

Anual _____

2. ¿Qué lugares frecuenta cuando visita /transita Bolívar?

Museo Paleontológico _____

Parque de la Mega Fauna _____

Parque Central _____

Balneario El Aguacate _____

3. ¿Al momento de viajar/transitar en Bolívar con cuántas personas lo hace?

Solo/a _____

1 – 3 personas _____

4 – 6 personas _____

7 y más personas _____

4. ¿A qué lugares frecuenta en Bolívar?

Heladerías _____

Cafeterías _____

Tiendas _____

Restaurantes _____

5. **¿Se siente satisfecho con los productos que consume en los lugares mencionados anteriormente?**

Sí _____ No _____

6. **¿Está usted de acuerdo que se implemente una Heladería – Cafetería con más variedad de productos, y con servicios adicionales/personalizados?**

Sí _____ No _____

7. **¿En dónde le gustaría que este ubicado la nueva Heladería – Cafetería?**

Panamericana Norte _____

Parque Central _____

8. **¿Cuál de las siguientes alternativas en productos le gustaría que se oferten?**

Café / Aromática / Chocolate _____

Gaseosa / Agua / Cervezas _____

Jugos / Batidos / Zumos _____

Humitas / Quimbolitos / Empanadas _____

Sanduches _____

Helados / Postres _____

9. ¿Qué categoría de productos usted consumiría por visita y cuánto está dispuesto a pagar?

Bebidas Frías (Gaseosa/Agua/Cerveza/Jugos/Batidos/Zumos)

0.50 – 1.00 _____

1.10 – 1.50 _____

1.60 – 2.00 _____

Bebidas calientes (Café/aromática/chocolate) + Acompañante

(Humita/Quimbolitos/Empanadas/Sanduches)

1.00 – 1.75 _____

2.00 – 2.75 _____

3.00 en adelante _____

Helados (Helados/Postres)

0.50 – 1.00 _____

1.20 – 2.00 _____

2.50 – 3.00 _____

3.50 en adelante _____

10. En el momento de acudir a una Heladería – Cafetería, ¿qué es lo que usted más valora?

Siendo 6 el más importante y 1 el menos importante.

Precio _____

Atención _____

Calidad _____

Variedad _____

Forma de pago _____

Instalaciones (parqueadero, wifi, área infantil) _____

11. ¿A través de qué medio se informa respecto a los locales en sitios turísticos?

Redes Sociales _____

Radio _____

TV _____

Periódico _____

Referencias _____

Gracias por su Colaboración.

1.46. Anexo N° 2. Visita al Museo Paleontológico



1.47. Anexo N° 3. Visita al Museo Paleontológico



1.48. Anexo N°4. Visita al Mercado Mayorista



1.49. Anexo N°5. Encuestas realizadas



1.50. Anexo N°6. Análisis Urkund



Urkund Analysis Result

Analysed Document: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HELADERIA CAFETERI EN EL CANTON BOLIVAR PROV DEL CARCHI.docx (D99365415)

Submitted: 3/23/2021 5:02:00 PM

Submitted By: mmaguirren@utn.edu.ec

Significance: 2 %

Sources included in the report:

Estudio de factibilidad para la creación de una libro-cafetería.docx (D60374905)
(TESIS) TRABAJO DE GRADO COMPLETO.docx (D95343650)

Instances where selected sources appear:

9

