



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS**

**TEMA:**

“CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA CON SERVICIOS AGREGADOS, A  
UBICARSE EN LA CIUDAD DE MANTA”.

**AUTORA:**

Vera Palacios Maricela Stefanía

**TUTOR:**

Ing. Ana Palma Avellán

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

Agosto, 2022

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A).</b>	<b>CÓDIGO: PAT-01-F-010</b>
	<b>PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.</b>	<b>REVISIÓN: 1</b>
		Página II de 118

### **CERTIFICADO DEL TUTOR**

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el proyecto de emprendimiento, bajo la autoría de la estudiante VERA PALACIOS MARICELA STEFANIA, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresa período académico 2021(2)-2022(1), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de proyecto de emprendimientos, cuyo tema del proyecto es la “CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA CON SERVICIOS AGREGADOS, A UBICARSE EN LA CIUDAD DE MANTA”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 03 de Agosto de 2022.

Lo certifico,



Ing. Ana Palma Avellán, Mg Sc.

**Docente Tutor(a)**

**Área: Administración**

## CERTIFICADO DE URKUND



### Document Information

---

Analyzed document	BORRADOR GENERA_VERA PALACIOS MARICELA (2).docx (D142615169)
Submitted	8/2/2022 11:57:00 PM
Submitted by	Palma Avellan Ana Manuela
Submitter email	ana.palma@uleam.edu.ec
Similarity	7%
Analysis address	ana.palma.uleam@analysis.arkund.com

Lo certifico,

Ing. Ana Palma Avellán, Mg Sc.

**Docente Tutor(a)**

**Área: Administración**

### **Declaración de Autoría**

Yo, **VERA PALACIOS MARICELA STEFANIA**, declaro ser el responsable y único autor del presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, mismo que lleva por título: **“Creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta”**, las ideas expuestas en el presente trabajo de emprendimiento y que aparecen como propias, son exclusiva responsabilidad del autor y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que hagan del presente, el uso que estimen pertinente.

Manta, 03 de Agosto del 2022

---

Vera Palacios Maricela Sefania

**Autor**

### **Aprobación del Proyecto**

El tribunal del Grado, aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema: “**Creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta**”. Elaborado por la joven, **Vera Palacios Maricela Stefania**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas.

---

Presidente del Tribunal

---

Miembro del Tribunal 1

---

Miembro del Tribunal 2

## **DEDICATORIA**

Dios, ha sido una de mis fortalezas, y agradezco la oportunidad que me ha dado de llegar hasta donde hoy he podido hacerlo, así mismo le doy gracias por estar conmigo en todo momento ya sean buenos o malos, pero sobre todo por poner en mi camino personas maravillosas que hoy puedo dedicarle este pequeño triunfo.

También para aquellos seres que me dieron la vida siendo personas incondicionales para mis hermanas y hermano que espero algún día esto le sirva de motivación y cumplan unos de sus sueños.

Este pequeño logro en general se lo dedico a mi familia y amigos ya que ellos confiaron en mis capacidades y estuvieron hay conmigo, por eso les doy mil gracias y que Dios me los bendiga y cuide siempre.

*Vera Palacios Maricela Stefanía*

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, le agradezco a Dios por darme salud y vida, también agradezco a todas aquellas personas que confiaron en mí y me brindaron su apoyo incondicional, como también agradezco a los docentes que con su paciencia y sabiduría impartieron sus conocimientos y experiencias en la vida profesional siendo esto una gran enseñanza en mi ámbito profesional.

Agradezco a mi familia por mantener esa fe y ser un pilar fundamental para realizar uno de mis sueños y así poder encontrarme en esta etapa final ya que cada vez que quise dejar todo ellos fueron ese apoyo que hoy en día estoy tan agradecida por no permitirme que dejara de persistir a lo que yo anhelaba.

También agradezco a muchos de mis compañeros, amigos de clases que también fueron piezas fundamentales para culminar esta etapa, ya que si no existía la comprensión de la clase ellos nos ayudaban de manera particular para la cual tener una mejor comprensión de la clase, por último, les agradezco profundamente a todos aquellos que me ayudaron hacer posible una más de mis metas.

*Vera Palacios Maricela Stefanía*

## **RECONOCIMIENTO**

Dios ha sido testigo de todos mis esfuerzos, luchas, falencias. Pero sobre todo hoy es testigo de ver como hago realidad mi sueño tan esperado que cuando inicie esta lucha pensé que jamás lo lograría a pesar de encontrarme con muchas barreras hoy puedo decir que estoy a pasos de lograrlo.

También agradezco la oportunidad que tan prestigiosa institución educativa como lo es la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, me acogió y me permitió ser parte de ella como también docentes que impartieron sus conocimientos siendo de gran ayuda para desenvolverse en el ámbito profesional.

Siendo así también a mis padres, hermanas, hermano y pareja quienes sin duda me dieron todo su apoyo orientándome cada día para este gran logro.

*Vera Palacios Maricela Stefanía*

## RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador, es un país que cuenta con su materia prima siendo así rico en toda la extensión de la palabra, sin embargo, es un país subdesarrollado donde esto quiere decir que no cuenta con la tecnología adecuada para convertir la materia prima en producto terminado.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general Determinar la factibilidad para la creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta, con el propósito de generar empleo y a su vez ayudar al progreso y crecimiento de la ciudad y del país.

Para poder conocer de forma más exacta y precisa la factibilidad del proyecto de emprendimiento se aplicó una investigación de mercado de método cuantitativo y la modalidad de campo en donde se permitió recolectar datos necesarios y demás proyectar demandas a través de instrumentos de encuestas.

Luego de observar el último censo que se realizó en el año 2010 la ciudad de Manta cuenta con un total de población de 226.477 ciudadanos, luego de aquello se distribuyó por edades considerándose a los de 10 años en adelante obteniendo una población de 158. 945 con esa totalidad se aplicó en dicha formula que se obtuvo como resultado un total de 383 encuestas que se aplicaron a los ciudadanos de la ciudad de Manta.

De esta forma se pudo identificar que el proyecto de emprendimiento es factible luego de ser aprobada por la población encuestada y, además, poder alcanzar la demanda proyectada dando resultados favorables que permite poner en marcha el presente proyecto de emprendimiento.

**Palabras claves:** tecnología, producto, materia prima, cafetería, temática, factibilidad, emprendimiento.

## ABSTRACT

Ecuador, is a country that has its raw material being thus rich in all the extension of the word, however, it is an underdeveloped country where this means that it does not have the appropriate technology to convert the raw material into a finished product.

The general objective of this research work is to determine the feasibility for the creation of a thematic cafeteria with added services, to be located in the city of Manta, with the purpose of generating employment and in turn helping the progress and growth of the city and the country.

In order to know more accurately and precisely the feasibility of the entrepreneurship project, a market research of quantitative method and the field modality was applied where it was allowed to collect necessary data and other project demands through survey instruments.

After observing the last census that was carried out in 2010 the city of Manta has a total population of 226,477 citizens, after that it was distributed by age considering those of 10 years and older obtaining a population of 158. 945 with that totality was applied in that formula that resulted in a total of 383 surveys that were applied to the citizens of the city of Manta.

In this way it was possible to identify that the entrepreneurship project is feasible after being approved by the surveyed population and, in addition, to be able to reach the projected demand giving favorable results that allow to launch the present entrepreneurship project.

**Keywords:** technology, product, raw material, cafeteria, theme, feasibility, entrepreneurship.

## ÍNDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR .....	II
CERTIFICADO DE URKUND.....	III
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
RESUMEN EJECUTIVO.....	IX
ABSTRACT.....	X
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XVI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XVII
Introducción .....	17
CAPÍTULO I .....	20
1. Descripción del proyecto .....	20
1.1. Planteamiento del problema .....	20
1.2. Formulación del problema .....	23
1.3. Objetivos del proyecto .....	23
1.3.1. Objetivo general.....	23
1.3.2. Objetivos específicos. ....	23
1.4. Justificación del proyecto.....	23
1.4.1. Justificación teórica .....	23
1.4.2. Justificación práctica.....	24
1.4.3. Justificación metodológica.....	24
1.5. Delimitación del proyecto .....	24
1.5.1. Delimitación geográfica.....	24
1.5.2. Delimitación temporal .....	24
1.5.3. Delimitación social (beneficiarios) .....	25
CAPÍTULO II .....	26

2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO .....	26
2.1. Misión.....	26
2.2. Visión .....	26
2.3. Valores Empresariales.....	26
2.4. Análisis interno del proyecto .....	27
CAPÍTULO III.....	29
3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA .....	29
3.1. Análisis externo.....	29
3.1.1. Entorno Político .....	29
3.1.2. Entorno económico .....	30
3.1.3. Entorno social .....	34
3.2. Metodología de la investigación .....	37
3.2.1. Método cuantitativo .....	37
3.2.2. Técnica de recolección de datos .....	37
3.2.3. Segmento de mercado .....	37
3.2.4. Delimitación de la población .....	38
3.2.5. Formula de Población .....	39
3.3. Resultados del estudio de mercado .....	40
3.3.1. Análisis e interpretación de los resultados.....	40
3.4. Análisis de la Demanda.....	60
3.5. Estudio de las variables del marketing MIX (producto, precio, promoción y plaza)67	
3.6. Análisis competitivo (Porter) .....	68
CAPITULO IV.....	70
4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	70
4.1. Características del producto / servicio .....	70
CAPITULO V.....	72
5. ESTUDIO TÉCNICO .....	72

5.1.	Descripción de las características de localización del negocio. ....	72
5.2.	Realización de un bosquejo del área de trabajo (Ver en Anexo-ilustración 13).....	72
5.3.	Diagrama de procesos .....	73
5.4.	Listado de máquinas, equipos y herramientas.....	74
5.5.	Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo.....	74
5.6.	Listado de los proveedores.....	75
CAPITULO VI.....		76
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....		76
6.1.	Organigrama estructural y funcional.....	76
6.1.2.	Organigrama funcional .....	76
6.2.	Funciones según las responsabilidades de cada persona.....	77
6.3.	Previsión de RRHH.....	78
CAPITULO VII .....		79
7. ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO.....		79
7.1.	Marco legal.....	79
7.2.	Requisitos para su legitimidad .....	79
CAPITULO VIII.....		82
8. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....		82
8.1.	Costo unitario de producción .....	83
8.2.	Estructura de costos y gastos.....	85
8.2.2.	Costos fijos.....	85
8.2.3	Gastos Fijos.....	90
8.2.4	Resumen de egresos.....	91
8.3	Proyección de ventas .....	91
8.4	Plan de Inversión.....	92
8.4.1	Inversión de Activos Fijos .....	92
8.4.2	Inversión de Activos Intangibles .....	93

8.4.3	Capital de Trabajo.....	94
8.4.4	Inversión Área de producción.....	94
8.5	Líneas de financiamiento .....	95
8.6	Flujo de caja proyectado (5 años) .....	98
8.7	Estado de resultados proyectados (5 años).....	99
8.8	Estado de situación financiera proyectado (5 años).....	100
CAPITULO IX.....		101
9. EVALUACIÓN FINANCIERA .....		101
9.1	VAN.....	101
9.2	TIR .....	102
9.3	Relación beneficio/costo (RBC).....	102
9.4	Razones financieras.....	102
9.4.1	Liquidez .....	103
9.4.2	Endeudamiento .....	103
9.4.3	Rentabilidad .....	103
CONCLUSIONES .....		104
RECOMENDACIONES .....		105
BIBLIOGRAFÍA .....		106
ANEXOS .....		109

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1:</b> Producto Interno Bruto 2020 .....	31
<b>Ilustración 2:</b> Evolución PIB .....	32
<b>Ilustración 3:</b> IPC por consumo.....	33
<b>Ilustración 4:</b> Evolución de inflación Ecuador.....	34
<b>Ilustración 5:</b> Clasificación de población nacional .....	34
<b>Ilustración 6:</b> Productos similares .....	70
<b>Ilustración 7:</b> Diagrama de proceso del producto. ....	73
<b>Ilustración 8:</b> Proceso productivo.....	73
<b>Ilustración 9:</b> Estructura organizacional.....	76
<b>Ilustración 10:</b> Estructura funcional .....	77
<b>Ilustración 11:</b> Localización Manta-Manabí .....	113
<b>Ilustración 12:</b> Localización Cuba-Manta.....	113
<b>Ilustración 13:</b> Estructura Empresarial.....	114
<b>Ilustración 14:</b> Cálculo de Costo de Oportunidad .....	114
<b>Ilustración 15:</b> Tabla de amortización de BanEcuador .....	115
<b>Ilustración 16:</b> Descripción de vehículo.....	115

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Edad.....	40
<b>Gráfico 2:</b> Género/sexo.....	41
<b>Gráfico 3:</b> Pregunta 1.....	42
<b>Gráfico 4:</b> Pregunta 2.....	44
<b>Gráfico 5:</b> Pregunta 3.....	45
<b>Gráfico 6:</b> Pregunta 4.....	46
<b>Gráfico 7:</b> Pregunta 5.....	47
<b>Gráfico 8:</b> Pregunta 6.....	49
<b>Gráfico 9:</b> Pregunta 7.....	50
<b>Gráfico 10:</b> Pregunta 8.....	51
<b>Gráfico 11:</b> Pregunta 9.....	53
<b>Gráfico 12:</b> Pregunta 10.....	54
<b>Gráfico 13:</b> Pregunta 11.....	55
<b>Gráfico 14:</b> Pregunta 12.....	56
<b>Gráfico 15:</b> Pregunta 13.....	58
<b>Gráfico 16:</b> Pregunta 14.....	59
<b>Gráfico 17:</b> Curva de la demanda.....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Clasificación de la población por sexo .....	38
<b>Tabla 2:</b>	Población de Manta por edades .....	39
<b>Tabla 3:</b>	Tamaño de muestra.....	40
<b>Tabla 4:</b>	Edad .....	41
<b>Tabla 5:</b>	Sexo .....	42
<b>Tabla 6:</b>	Pregunta 1 .....	43
<b>Tabla 7:</b>	Pregunta 2.....	45
<b>Tabla 8:</b>	Pregunta 3 .....	46
<b>Tabla 9:</b>	Pregunta 4.....	47
<b>Tabla 10:</b>	Pregunta 5 .....	48
<b>Tabla 11:</b>	Pregunta 6.....	50
<b>Tabla 12:</b>	Pregunta 7.....	51
<b>Tabla 13:</b>	Pregunta 8.....	52
<b>Tabla 14:</b>	Pregunta 9.....	54
<b>Tabla 15:</b>	Pregunta 10.....	55
<b>Tabla 16:</b>	Pregunta 11 .....	56
<b>Tabla 17:</b>	Pregunta 12 .....	57
<b>Tabla 18:</b>	Pregunta 13 .....	59
<b>Tabla 19:</b>	Pregunta 14.....	60
<b>Tabla 20:</b>	Resultados obtenidos en el Análisis de demanda 1 .....	60
<b>Tabla 21:</b>	Resultados obtenidos en el Análisis de demanda 2 .....	61
<b>Tabla 22:</b>	Precio de venta.....	62
<b>Tabla 23:</b>	Demanda (Precio-Cantidad) .....	62
<b>Tabla 24:</b>	Tasa de crecimiento .....	63
<b>Tabla 25:</b>	Cantidad Demandada.....	64

<b>Tabla 26:</b> Análisis de la demanda (Frecuencia).....	65
<b>Tabla 27:</b> Proyección anual cantidades vendidas .....	66
<b>Tabla 28:</b> Proyección de ingresos .....	67
<b>Tabla 29:</b> Demanda diaria, semanal y mensual .....	74
<b>Tabla 30:</b> Materiales para proceso de producción .....	75
<b>Tabla 31:</b> Lista de proveedores .....	82
<b>Tabla 32:</b> Inflación anual 2016-2025 .....	83
<b>Tabla 33:</b> Estimación de índice de inflación 2022-2026 .....	83
<b>Tabla 34:</b> Detalle Costo de venta.....	84
<b>Tabla 35:</b> Costo Unitario Promedio .....	85
<b>Tabla 36:</b> Estructura de costos fijos .....	86
<b>Tabla 37:</b> Costo Variables_ Materiales 1 .....	86
<b>Tabla 38:</b> Costos variables_ Materiales 2 .....	87
<b>Tabla 39:</b> Costos Variables_ Materiales 3 .....	87
<b>Tabla 40:</b> Costos Variables_ Materiales 4 .....	88
<b>Tabla 41:</b> Costos Variables_ Materiales 5 .....	88
<b>Tabla 42:</b> Costos Variables_ Materiales 6 .....	89
<b>Tabla 43:</b> Nómina de producción.....	90
<b>Tabla 44:</b> Nómina administrativa .....	91
<b>Tabla 45:</b> Gastos fijos anuales .....	91
<b>Tabla 46:</b> Resumen de egresos por períodos .....	91
<b>Tabla 47:</b> Proyección de ventas .....	92
<b>Tabla 48:</b> Proyección de ingresos .....	92
<b>Tabla 49:</b> Inversión de Activos Fijos_ Vehículo .....	92
<b>Tabla 50:</b> Inversión de Activos Fijos_ Equipo de Computación.....	93

<b>Tabla 51:</b> Inversión de Activos Fijos_ Maquinarias, equipos y herramientas .....	93
<b>Tabla 52:</b> Inversión de Activos Intangibles_ Área de Producción .....	93
<b>Tabla 53:</b> Inversión de Activos Intangibles_ Área Administrativa .....	94
<b>Tabla 54:</b> Capital de Trabajo_ Área de administrativa .....	94
<b>Tabla 55:</b> Capital de trabajo_ Área de producción .....	94
<b>Tabla 56:</b> Inversión_ Área de producción.....	94
<b>Tabla 57:</b> Inversión_ Área Administrativa .....	95
<b>Tabla 58:</b> Resumen general de inversión .....	95
<b>Tabla 59:</b> Línea de Financiamiento .....	95
<b>Tabla 60:</b> Información de financiamiento.....	96
<b>Tabla 61:</b> Tabla de amortización de crédito.....	97
<b>Tabla 62:</b> Resumen anual de pago de crédito .....	98
<b>Tabla 63:</b> Estado de Flujo de efectivo .....	99
<b>Tabla 64:</b> Estado de Resultados .....	100
<b>Tabla 65:</b> Estado de Situación Financiera.....	101
<b>Tabla 66:</b> Costo de Oportunidad.....	101
<b>Tabla 67:</b> Valor Actual Neto.....	102
<b>Tabla 68:</b> Tasa Interna de Retorno.....	102
<b>Tabla 69:</b> Relación de beneficio/costo.....	103
<b>Tabla 70:</b> Razón de liquidez .....	103
<b>Tabla 71:</b> Razón de endeudamiento.....	103

## **Introducción**

El presente proyecto de emprendimiento busca determinar la factibilidad que se pueda dar para la creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta.

Se podrá determinar ejecutando técnicas como lo es la recopilación de datos de manera cuantitativa y de campos siendo un método más que se enmarca a este tipo de proyecto.

La estructura del proyecto está compuesta por 9 ítems, desarrollados de la siguiente manera; como primer lugar se identificó el problema/necesidad que hay q cubrir en el mercado estableciéndose objetivos del proyecto con el que se desarrolló el trabajo.

Como segunda parte se desarrolló el plan estratégico del proyecto, planteando la misión y visión del proyecto, además se realizó un análisis interno considerando propuesta de valor, canales y recursos a usar dentro del proyecto.

Como tercer parte se realizó el estudio de mercadotecnia y se analizó el entorno en el que se va a desarrollar el proyecto, considerando factores internos que intervienen directamente con la marcha del emprendimiento. Además, se calculó la muestra para la aplicación de las encuestas a la población, determinando gustos y preferencias de los consumidores.

Como cuarto punto se describe el producto con sus respectivas características que se pretende ofrecer en el mercado a través de esta idea de negocio.

Como quinta parte se realizó el estudio técnico identificando la localización del negocio, realizando un bosquejo del área de trabajo de la misma manera un diagrama de proceso identificando las máquinas, equipos y herramientas a utilizar en el proyecto y por último, no siendo menos importante identificar los grandes proveedores que suministrarán el proyecto de emprendimiento.

Como sexta parte se plasmó el estudio organizacional el cual enmarca la estructura y las funciones dentro de la organización también se detallan las responsabilidades que se le dará al personal según sus funciones.

Como séptima parte se realizó lo legal y societario realizando un marco legal e identificar requisitos para ser legítimo el proyecto de emprendimiento.

Como octava parte se elaboró el estudio económico financiero la cual enmarca los costos unitarios del producto, conocer la estructura de los costos y gastos, también se puede visualizar las proyecciones de las ventas, se debe observar un plan de inversión, teniendo una línea de financiamiento, realizar un flujo de caja, un estado de resultados y por último un estado de situación financiera proyectada a cinco años.

Como novena parte se detalló la evaluación financiera donde enmarca el VAN, TIR, RBC y razones financieras (Liquidez, Endeudamiento y Rentabilidad) siendo importante para la presentación del presente proyecto de emprendimiento.

Finalmente, se procede a concluir y a recomendar para mejorar en el futuro y de la misma manera se estableció la bibliografía del trabajo y se adjuntó los anexos. A continuación, se muestra de manera detallada lo antes mencionado

**TEMA:**

“Creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta”.

## **CAPÍTULO I**

### **1. Descripción del proyecto**

#### **1.1.Planteamiento del problema**

En la actualidad, los diversos factores que afectan el mundo han generado que el ser humano busque la manera de subsistir a través de diversos medios y formas, hoy en día existen diversas empresas y negocios pequeños que comercializan productos y servicios a su vez generan ingresos económicos, aporte a la economía del país y de hogares, y plazas de empleos, entre otros.

El sector alimenticio está conformado por subgrupos dedicados a la venta de ciertos productos, desde restaurantes, hasta cafeterías.

En Ecuador, existen diversos tipos de negocios con estas características, sin embargo, en su mayoría trabajan bajo un método tradicional, regido por horarios y tipos de alimentos, son pocas las microempresas que se enmarca en una metodología actual e implementar estrategias, técnicas de gestión, administración, entre otros.

El desarrollo del presente proyecto de emprendimiento, se centra en solventar la necesidad de adquirir un producto y servicio de calidad, dentro de un lugar cómodo y tranquilo. Por ende, el propósito de dicha investigación es determinar la factibilidad de la creación de una cafetería temática con servicios dentro del cantón que cubra las necesidades y expectativas de los consumidores.

Se conocen varios establecimientos que dan servicio de cafeterías en la ciudad de Manta, pero, sin embargo, se considera que no cubren las diferentes zonas y solo están situadas en zonas específicas que no llegan a otros rincones dentro de la misma.

Con el presente proyecto se desea llegar a uno de los sectores de la ciudad de Manta, que dé servicio de cafetería siendo la primera, y que tenga agregados de temas

especiales de cada individuo. A través del presente proyecto se busca beneficiar a la ciudad como partida doble, dando un servicio y ganando una remuneración por dicha prestación. Además, de crear plazas de empleo para moradores del sector y comunidad aledaña.

### ➤ **Contexto Macro**

En Ecuador, existen un gran número de cafeterías, que cuentan con años de antigüedad en el país denominadas cafeterías tradicionales y también cafeterías modernas que ya se venían implementando desde hace años, pero con mayor impacto en esta última década ya sean nacionales o extranjeras. En la provincia del Guayas, específicamente en la ciudad de Guayaquil, existe unas de las principales cafeterías temáticas del país “Cafendelet”, misma que cuenta con ambiente agradable y original, su infraestructura e imagen llaman la atención de gran parte de los ciudadanos donde están ubicadas y de personas que visitan el lugar.

En Quito y Guayaquil, considerándose las ciudades más grandes del país, cuentan con más asentamientos estos negocios, sin embargo, al existir poco nivel de competitividad sus productos tienen un alto costo de adquisición Nestlé Ecuador (2017).

Generando malestares en los consumidores, por otro lado, el incremento de nuevos emprendimientos que se dediquen a dicha actividad da apertura a una nueva gama de sabores, generando el consumo e inclinación por las mezclas de productos, especias e insumos que den paso a un producto de buena calidad y con valor agregado.

### ➤ **Contextualización Meso**

Hoy en día Manabí cuenta con un alto porcentaje de cafeterías en diversos lugares a pesar de esto la competencia cada vez gana más fuerza en el mercado por el hecho de crear productos con valor agregados y buscan nuevas fuentes de estrategias ante las grandes competencias, pero en la actualidad la competencia ante las cafeterías temáticas son muy pocas.

Actualmente en la provincia existen productos similares a lo que se ofrece en el presente proyecto, y de la misma manera busca expandirse a cada rincón de la ciudad de Manta y de Manabí y si es posible a nivel nacional siendo reconocida por su producto y servicio a ofrecer ya sea dentro o fuera de la misma.

➤ **Contextualización Micro**

Manta, es una ciudad de progreso y trabajo, que se encuentra en pleno apogeo de desarrollo, turismo, economía, comercio y más factores, la convierten en una ciudad prospectiva para desarrollar un establecimiento en donde se dé un servicio de calidad con incorporados, dentro de una cafetería, como alternativa de sitio de relajación y llegada.

Luego de realizar dicha investigación se considera que el establecimiento del presente proyecto se dará en la parroquia Eloy Alfaro, Barrio Cuba considerando la falta de una cafetería temática en el sector tomando en cuenta el crecimiento económico que se esta dando dentro de la misma, es decir, los comerciantes que hoy se encuentran establecidos en esta zona optan por probar nuevo menú independientemente la hora, por ese motivo se opta por establecer dicho proyecta en esta zona específica.

Hoy en día, es muy habitual el consumo de bebidas frías a base de granos de café compuestos con otros materiales, tales como cremas, leches, edulcorantes, saborizantes, entre otros. Además, de acompañarlos de un postre sea salado o dulce, conforman un tiempo de unión, familiar, de distracción, ya que, las cafeterías temáticas aparte de ser un lugar donde se obtiene algún servicio de alimento o bebida, gozan de un ambiente de entretenimiento y comodidad, gracias a la implementación de equipos modernos que llaman la atención de comensales, además, de garantizar un ambiente interactivo frente a las necesidades de los clientes.

## **1.2. Formulación del problema**

- ¿Cuál es el plan de gestión para lograr el servicio de cafetería temática, con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta?

## **1.3. Objetivos del proyecto**

### **1.3.1. Objetivo general**

- Determinar la factibilidad para la creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta.

### **1.3.2. Objetivos específicos.**

- Realizar el estudio de mercado que permita visualizar la acogida que tendrá la creación de una cafetería temática con servicios agregados en la ciudad de Manta.
- Crear un estudio técnico que ayude a determinar el lugar, recurso y tamaño a utilizar en el proyecto.
- Realizar un estudio organizacional legal y societario para el correcto funcionamiento del proyecto.
- Supervisar que el estudio financiero vaya acorde a lo desarrollado dentro de la misma para el correcto funcionamiento del proyecto.
- Determinar la posibilidad del proyecto mediante estudio económico y evaluación financiera con sus oportunos indicadores.

## **1.4. Justificación del proyecto**

### **1.4.1. Justificación teórica**

El proyecto de investigación es realizado con el propósito de aportar conocimientos básicos, teóricos y científicos apoyándose en opiniones de diferentes autores, generando

oportunidades de trabajo, buscando el crecimiento económico de la ciudad y diferenciarla ante la competencia brindando un servicio de calidad.

#### **1.4.2. Justificación práctica**

Luego de haber aplicado las 383 encuestas en su totalidad a la ciudadanía se pudo observar que con los resultados obtenidos el presente proyecto de emprendimiento tiene grandes aceptaciones ante los ciudadanos de la ciudad de Manta, siendo esta la creación de una cafetería temática con servicios agregados a ubicarse en la ciudad de Manta. De la misma manera logre brindar servicios de calidad a la ciudadanía y así ser diferenciada ante las competencias.

#### **1.4.3. Justificación metodológica**

Para poder realizar esta investigación se aplicará el método cuantitativo y de campo realizando encuestas a los ciudadanos de diferentes sectores de la ciudad de Manta también se dará las observaciones directas ya que servirá de herramientas para enfatizar el éxito que podría tener aplicando estrategias y planes de acción que beneficiará al desarrollo y crecimiento económico en la ciudad de Manta.

### **1.5. Delimitación del proyecto**

#### **1.5.1. Delimitación geográfica**

El presente proyecto de emprendimiento se establecerá dentro del barrio Cuba parroquia Eloy Alfaro, de la ciudad de Manta, de la provincia de Manabí, considerando los barrios vecinos como lo son San Pedro y 4 de noviembre.

#### **1.5.2. Delimitación temporal**

El presente trabajo de emprendimiento está expuesto en el periodo del año 2021 al 2022 trabajo propuesto será realizado dentro del periodo 2021-2026 considerando únicamente la ciudad de Manta y su segmentación de los barrios de la ciudad. Obteniendo fuentes secundarias

para poder calcular las demandas en el mercado que permitirá determinar el tamaño y su crecimiento en un horizonte de 5 años.

### **1.5.3. Delimitación social (beneficiarios)**

Los beneficiarios con la realización de este proyecto son:

- Los ciudadanos de la ciudad de Manta buscando alternativas de alimentación, distracción, comodidad y sobre todo buscando algo nuevo e innovador.
- El autor de este proyecto siendo este un medio de desarrollo y aprobación del mismo obteniendo un título de Licenciatura en Administración de Empresas.
- La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por medio de la facultad de ciencias administrativas, en la carrera de administración de empresas, reflejando grandes conocimientos adquirido durante años de estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO**

#### **2.1.Misión**

Proporcionar a nuestros clientes alimentos saludables, satisfaciendo las necesidades de los clientes brindando un servicio de mejor calidad actuando con responsabilidad social y ambiental.

#### **2.2.Visión**

Para el 2026 será reconocida en Manabí, logrando un buen posicionamiento en el mercado de la ciudad de Manta, con una estabilidad organizacional, alcanzando altos estándares de calidad basándose en ventajas competitivas y estratégicas, proyectándose al crecimiento con la mayor responsabilidad social.

#### **2.3.Valores Empresariales**

- **Responsabilidad:** Es cumplir con tareas establecidas de manera adecuada
- **Respeto:** Es tratar a todo tipo de persona por igual, valorando sus esfuerzos dentro del ámbito laboral.
- **Disciplina:** Este se ve en como la persona refleja sus conocimientos y habilidades en el trabajo cumpliendo con puntualidad estándares, normas, protocolos y objetivo que dicho puesto deba alcanzar.
- **Comunicación:** Tener buena comunicación con el personal que trabaja a su alrededor de manera respetuosa y agradable.
- **Constancia:** La constancia va de la mano con la perseverancia con el fin de alcanzar dichos objetivos, significando lucha venciendo errores o adversidades que se puedan presentar en el ámbito laboral.

- Integridad: La integridad debe ser reflejada en las personas a simple vista no solo en el ámbito laboral sino también en lo personal y en lo social.
- Responsabilidad social: Siendo este un valor empresarial y social refiriéndose al compromiso que debe tener una empresa o corporación con la finalidad de tener iniciativa y contribuir a la mejora de la comunidad.

## **2.4. Análisis interno del proyecto**

### **Recursos tecnológicos**

Es importante considerar tecnologías avanzadas que hoy en día la ciencia es una de las fuentes más importantes e innovadora y acogedora de llamar la atención ante los clientes.

Por esto se considera que los recursos tecnológicos son de gran ayuda dentro de dicho establecimiento.

Uno de los recursos tecnológicos que hoy en día no puede faltar en grandes establecimientos es una buena conexión a internet, luego se considera que debe tener una impresora de pedidos, un sistema de vigilancia, contar con equipos en buen estado, la iluminación y conexión.

### **Financiamiento**

Para que la creación de una cafetería temática se lleve a cabo se debe realizar un crédito bancario también se considera socios inversionistas que estén interesados en la implementación de la misma. Considerando BanEcuador, siendo una entidad bancaria que da accesibilidad a créditos y pagos del mismo.

### **Recursos físicos**

La instalación de dicho establecimiento será en un local adecuado con las condiciones necesarias para poder llevar a cabo la actividad comercial que contará con sus herramientas

necesarias para cumplir con dicho funcionamiento ya que estará ubicado en la ciudad de Manta, “Cuba”, parroquia Eloy Alfaro siendo, actualmente, un lugar comercial debido a los locales que se han establecido por motivos de necesidades.

### **Capacidades organizativas**

Brindar servicio de calidad cautivando la atención del cliente y así atraer la clientela al establecimiento considerando brindar alto servicio a domicilio con responsabilidad.

También se espera innovar cada día según vaya creciendo la demanda del servicio y de la misma manera incrementando variedades de productos y generar más ingresos económicos al establecimiento.

### **Recursos humanos**

El proceso productivo del negocio, se llevará a cabo a través de personal capacitado y con conocimiento en dicha área, con el fin de que mediante los colaboradores poder desarrollar productos de calidad, con el objetivo de cumplir con las exigencias del mercado y cubrir las necesidades de los clientes. Es decir, contará con personal capacitado las cuales cuenten con experiencia en atención a los clientes ya sean estos de diferentes indoles, capacidades, u otras.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADOTECNIA

#### 3.1. Análisis externo

Para poder analizar la parte externa del proyecto de emprendimiento se deben tomar en cuenta muchos procesos comúnmente ya que de ellos depende la realización de un buen análisis externo.

Uno de los procesos es determinar fuerzas claves del entorno siendo en primer lugar que les permita medir fuerzas, factores o variables de entornos que afectan o podrían afectar a la empresa.

Al parecer el análisis externo está enmarcados en dar a conocer la parte económica, social, cultural, democrático, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica, u otras.

No es fácil llevar un análisis externo siendo este una rama de fuerzas que se encuentran a lo externo de la empresa. Otro de estos análisis es determinar fuentes de información que esta se presenta de manera primaria y secundaria.

Las fuentes primarias son aquellos proveedores, distribuidores, vendedores, consumidores, clientes, competidores, u otras. Las fuentes secundarias son aquellas revistas, diarios y publicaciones especializadas ya sea en internet, bibliotecas, reportes y estadísticas.

Se tomará como tercer punto la recolección de información luego de esto se realizará evaluación de información y por último y no menos importante tomar decisiones o formular estrategias.

#### 3.1.1. Entorno Político

Frente a la situación que vive el país y el mundo entero, la estabilidad del mercado nacional e internacional, se ha visto inmerso en un constante riesgo, mismo que ha generado la adopción de nuevas medias y normas con el fin de restablecer el equilibrio de estos.

Hecho que ha generado diversos cambios, como lo son el surgimiento de nuevos emprendimientos frente a la escasez de oportunidades y al aumento de la tasa de desempleo.

En los últimos años, Ecuador, ha estado inmerso en diversas situaciones misma que han generado descontrol en el ámbito político, muestra de ello, están las empresas y microempresas que hacen la estabilidad como un beneficio para ellos, se evidencia el alto número de empleos no remunerados de acuerdo a la ley, horarios excesivos, falta de registros de empleados al seguro, entre otros.

### **3.1.2. Entorno económico**

De acuerdo al autor Villacrés Sánchez (2020), este refiere que el entorno económico a un conjunto de variables o factores económicos que influyen directamente en el desarrollo financiero de un país, este puede variar de acuerdo a la intervención de políticas monetarios, aumento o disminución del nivel de inflación, a través del Producto Interno Bruto, balanzas de pagos, entre otros.

Por lo tanto, se debe tener en claro los siguientes puntos, mismos que son fundamentales al momento de realizar un análisis del entorno económico, para ello se implementa un modelo de oferta y demanda agregada, misma que ayuda a tener una imagen clara acerca de una decisión empresarial ya sea de inversión, venta, beneficios que generen bienestar social y renta por capital.

Existen diversos factores que afectan la economía tales con el índice de inflación, que es un factor que ha predominado por varios años, mismo que ha sido objeto de política económica, la tasa de desempleo, conforma uno de los principales efectos económicos que afecta el crecimiento económico de una nación, ejemplo de ellos, son los paros nacionales y las diversas crisis económicas.

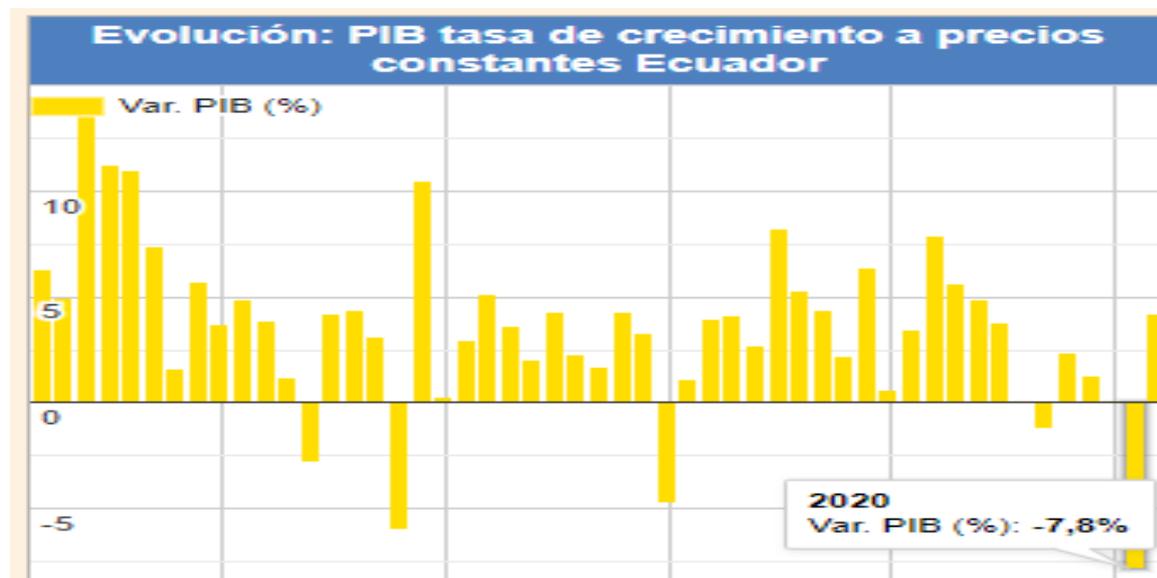
Además, la desestabilización del entorno económico puede darse a través del cambio de diversos patrones, como es poca demanda, gustos y preferencias del consumidor, entre otros.

Por lo tanto, para el desarrollo del presente proyecto se considerará el PIB y la inflación, mismo que influyen directamente en el incremento o decremento de la economía.

Producto Interno Bruto (PIB): se puede observar que el PIB de Ecuador, está en constante variación, misma que se muestra en la ilustración a continuación, donde se ve reflejada que, en los 6 años, el país ha tenido inclinación negativa, mediante los sucesos que se han venido observando y el que ha impactado con mayor fuerza es a inicios del año 2020.

A inicio de la pandemia Ecuador, registro un déficit de -7.8, siendo el índice más bajo a lo largo de la historia.

**Ilustración 1: Producto Interno Bruto 2020**



Fuente: Banco Central del Ecuador.

## Ilustración 2: Evolución PIB

Evolución: PIB anual Ecuador		
Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)
2021	89.750 M€	4,2%
2020	87.125 M€	-7,8%
2019	96.572 M€	0,0%
2018	91.122 M€	1,3%
2017	92.542 M€	2,4%
2016	90.348 M€	-1,2%
2015	89.526 M€	0,1%
2014	76.674 M€	3,8%
2013	71.649 M€	4,9%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Cabe señalar que el país, frente al suceso que se vivió y aún se encuentra palpable debido a la pandemia (Covid 19), la nación y el mundo entero se vio afectado por dicha situación, generando un declive en la economía nacional, sin embargo, muchas empresas y pequeños negocios del sector alimenticio no tuvo un gran impacto más en los grupos de empresas y microempresas que se lograron adaptar a dicha situación, implementados métodos alternativos a través de los cuales lograron mantener sus negocios estabilizados y sus pérdidas no fueron tan altas.

La pandemia, cambio al país y al mundo entero, nos adentra a un mundo nuevo donde el uso de herramientas tecnológicas, procesos innovadores, mejores métodos productivos fueron clave para poder afrontar la situación que se estaba viviendo frente a este virus.

### **Inflación**

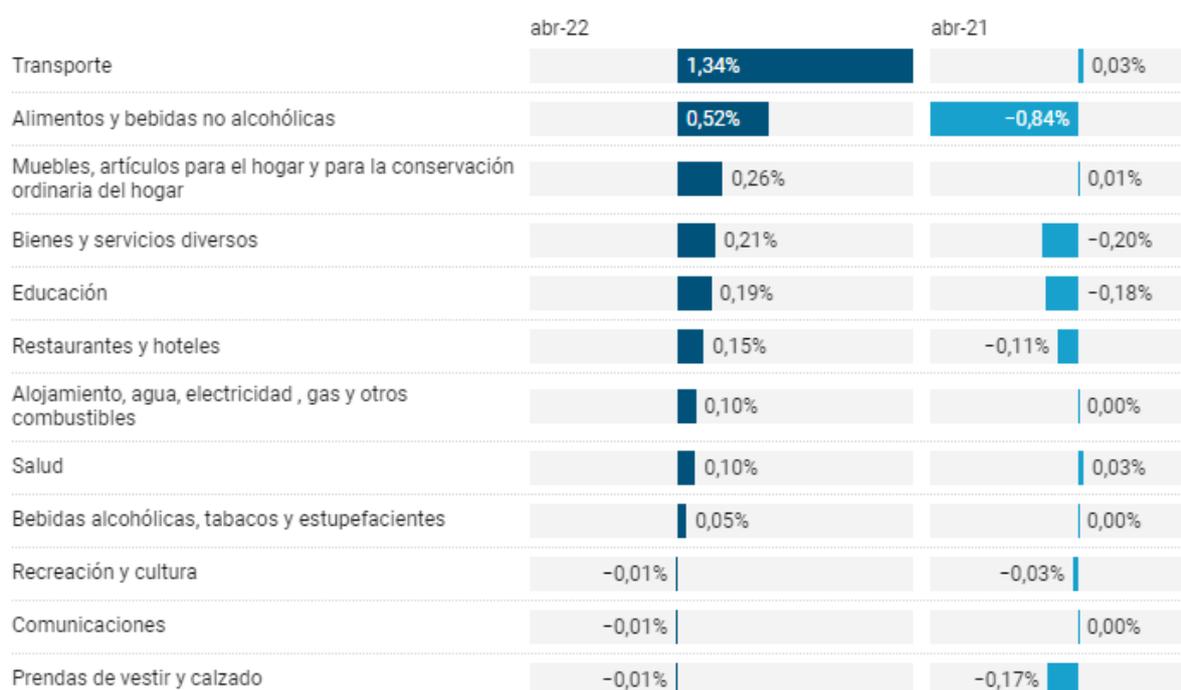
El IPC, es uno de los principales indicadores que aportan a la medición de inflación, se pudo evidenciar en los últimos meses que hubo un incremento considerable en varias ciudades

del país, esto debido al alza de precios y la disminución de subsidios de varios productos PRIMICIAS (2022).

Misma que se ven reflejada en el aumento de precios en pasajes de transporte público y privado 1.34%, alimentos 0.52% y mobiliarios y artículos para el hogar con un 0.25%

Ecuador, en abril del 2022 el IPC Índice de Precios al consumidor se elevó un 2.89%.

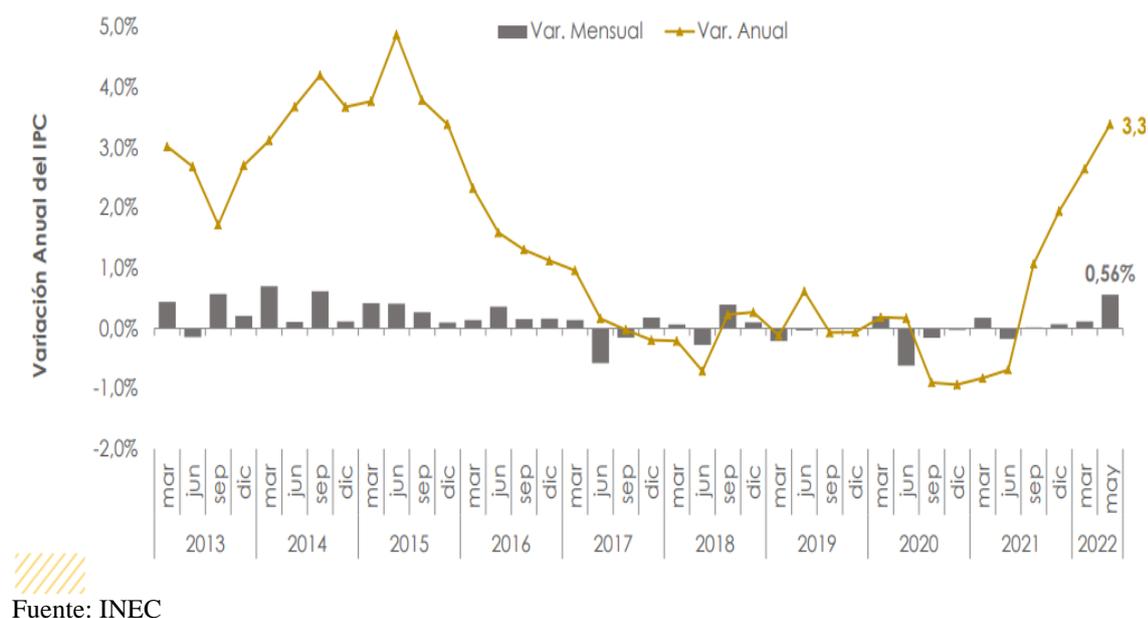
### *Ilustración 3: IPC por consumo*



Elaborado por: Vera Maricela

Fuente: INEC

#### Ilustración 4: Evolución de inflación Ecuador



Fuente: INEC

### 3.1.3. Entorno social

De acuerdo al autor Kotler & Armstrong (2008), refiere que el entorno social comprende a “instituciones y otras fuerzas que afectan valores, percepciones, preferencias, y comportamientos básicos de una sociedad”.

#### Ilustración 5: Clasificación de población nacional

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN NACIONAL	mar. 17	jun. 17	sep. 17	dic. 17	mar. 18	jun. 18	sep. 18	dic. 18	mar. 19
Población menor a 15 años	29.9	29.2	29.4	29.6	29.5	29.5	28.9	28.9	28.9
Población en Edad de Trabajar (PET)	70.1	70.8	70.6	70.4	70.5	70.5	71.1	71.1	71.1
Población Económicamente Activa (PEA)	68.9	68.7	68.9	67.7	68.1	66.4	68.1	65.6	66.5
Empleo	95.6	95.5	95.9	95.4	95.6	95.9	96.0	96.3	95.4
Adecuado	38.5	40.1	40.4	42.3	41.1	38.9	39.6	40.6	37.9
Otro empleo no pleno	24.7	24.3	24.7	24.1	25.7	26.5	25.7	28.8	27.2
No remunerado	10.9	10.2	10.1	9.0	10.2	10.5	10.6	9.9	11.0
No clasificado	0.2	0.5	0.2	0.2	0.2	0.5	0.6	0.4	0.6
Subempleo	21.4	20.5	20.5	19.8	18.3	19.4	19.4	16.5	18.7
Por insuficiencia de tiempo de trabajo	17.3	16.2	16.3	15.3	14.6	15.3	15.7	13.4	15.6
Por insuficiencia de ingresos	4.0	4.3	4.3	4.5	3.7	4.0	3.7	3.1	3.0
Desempleo	4.4	4.5	4.1	4.6	4.4	4.1	4.0	3.7	4.6
Cesante	3.4	3.3	3.2	3.3	3.4	3.0	2.8	2.4	3.4
Nuevo	1.0	1.1	1.0	1.3	1.1	1.1	1.2	1.3	1.2
Abierto	3.9	4.0	3.6	3.7	4.0	3.6	3.4	3.0	3.9
Oculto	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5	0.6	0.7	0.7
Población Económicamente Inactiva (PEI)	31.1	31.3	31.1	32.3	31.9	33.6	31.9	34.4	33.5

Fuente: INEC

Mediante datos estadísticos obtenidos por el Banco Central del Ecuador, se muestra que el 71.1% de población se encuentra en una edad para poder trabajar, el 66.5% de población económicamente activa y el 95.4% de población que cuenta con un empleo estable.

La tasa de desempleo del país representa un déficit de plazas de empleo para la población ecuatoriana, a esto se le suma los trabajos mal remunerados e informales que no cuentan con las condiciones y se acogen a la ley. En el lapso del 2017-2019 hubo un incremento del 0.2% generando un aumento de pobreza en la población, por ende, mediante la realización y posterior ejecución de este proyecto de emprendimiento se prevé que a mediano y largo plazo generar pequeñas plazas de empleos para la población.

### **Tendencia de consumo**

Las preferencias o tendencias de consumo se encuentran en una constante variación, misma que están determinadas mediante los gustos y preferencias del consumidor, cultura, por lo tanto, el éxito de un negocio dependerá de la adaptabilidad del mismo frente a los cambios internos y externos que se presente Muñoz (2018).

Por otro lado, las preferencias de consumo se entienden como la inclinación o transformación en prácticas culturales y/o sociales de los individuos, proceso de consumo, entre otros. Es decir, hacen referencias a marcadores sociales de un grupo de individuos con necesidades de distinción, esta es capaz de demostrar la novedad del consumo, por lo tanto, es fundamental lograrla reconocer y comprenderlas para que de esta manera aprovechar los beneficios que se derivan de la misma Reyes (2020).

### **Factor tecnológico**

Hoy en día, la tecnología se ha vuelto fundamental para la sociedad en general, ya que a través de esta se puede conocer la realidad existente de lo que pasa alrededor de todo el mundo, desarrollar nuevos equipos, descubrir nuevas especies, medicamentos y herramientas que faciliten la vida de los seres humanos.

En la actualidad, el uso de la tecnología en empresas y organizaciones se ha vuelto un recurso vital ya que a través de estas las instituciones optan por incorporar nuevas maquinarias que aporten al proceso productivo y desarrollo.

El uso de herramientas y equipos tecnológicos en tareas simples, como comunicación, fabricación, elaboración es vital.

Para pequeñas y medianas empresas, pequeños negocios y emprendimientos, el uso de la tecnología representa su base de direccionamiento, ya que, a través de la incorporación de sistemas digitalizados, herramientas y equipos las tareas se han vuelto más fáciles de realizar, de tal manera, que brinden posibles ventajas y contribuya a prevenir errores.

## **3.2. Metodología de la investigación**

### **3.2.1. Método cuantitativo**

De acuerdo a los autores Sampieri Hernández, Collado Fernández & Batista Pilar (2003), manifiesta que el enfoque cuantitativo, es de uso de recolección de datos, misma que consiste en la aprobación de hipótesis planteadas en referencia a comprobaciones numéricas y análisis estadísticos, de tal manera, se logre determinar los patrones de comportamientos y experimentar teorías.

El desarrollo de dicho proyecto se realizó bajo este método con el objetivo de recaudar información que ayude a la creación de la misma, así obtener la cantidad de demanda, y precios establecidos dentro del mercado.

### **3.2.2. Técnica de recolección de datos**

#### **3.2.2.1 Encuestas**

Para la recopilación de información y datos que apoyo al desarrollo del proyecto, se llevó a cabo la implementación de encuestas, misma que ayudo a obtener la base necesaria de aceptación de dicho producto dentro del mercado. Además, dicha técnica contribuyo a conocer factores externos, tales como gustos y preferencias de los consumidores para mayor aceptación del producto.

### **3.2.3. Segmento de mercado**

#### **3.2.3.1 Población**

El presente proyecto de emprendimiento fue dirigido a las personas de diferente sexo, edades del cantón Manta, las cuales estaban interesados en la creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta.

Luego de haber revisado el último censo que se realizó en el cantón se pudo observar que Manta cuenta con un total de 226.477 ciudadanos, 115.074 Mujeres y 111.403 Hombres. INEC (2010).

De acuerdo a la totalidad de la población se segmentó por edades, tomando en cuenta a las personas que conforman o podrían conformar a la parte de la Población Económicamente Activa, considerándose con una capacidad de realizar compra de dicho producto, por lo tanto, se agrupará de la siguiente manera:

### 3.2.4. Delimitación de la población

La población a estudiar en la ciudad es de manera general desde los 16 años en adelante siendo representada con una totalidad de 158.945 según el último censo del INEC en el año 2010 en las cuales es dirigido a una totalidad de 383 encuestados en la ciudad de Manta.

*Tabla 1: Población de Manta por edades*

<b>Población de Manta por edades</b>	
<b>Edad</b>	<b>Población</b>
<b>16-19</b>	21.234
<b>20-29</b>	35.976
<b>30-39</b>	33.580
<b>40-49</b>	28.815
<b>50-59</b>	21.217
<b>60-69</b>	13.865
<b>70 y más</b>	4.258
<b>Total de la población</b>	<b>158.945</b>

Nota: La información que representa esta tabla fue obtenida de la página Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC 2010)

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

**Tabla 2: Tamaño de muestra**

CALCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA		
Z	=	NIVEL DE SIGNIFICACIÓN
P	=	PROBABILIDAD DE ÉXITO
Q	=	PROBABILIDAD DE FRACASO
N	=	UNIVERSO
E	=	ERROR DE LA MUESTRA
n	=	TAMAÑO DE LA MUESTRA

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

Z	95%	1,96
P		0,5
Q	1-p=1-0,5	0,5
N		158.945
e	5%	0,05
n		?

### 3.2.5. Formula de Población

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{N * e^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * 158.945}{158.945 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,5 * 0,5 * 158.945}{158.945 * 0,0025 + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{152.587}{398}$$

**n= 383//**

Luego de haber remplazado la fórmula para obtener la muestra se puede visualizar que las encuestas deben ser aplicadas a 383 ciudadanos.

### 3.3.Resultados del estudio de mercado

#### 3.3.1. Análisis e interpretación de los resultados

Indique el rango de edad al que pertenece.

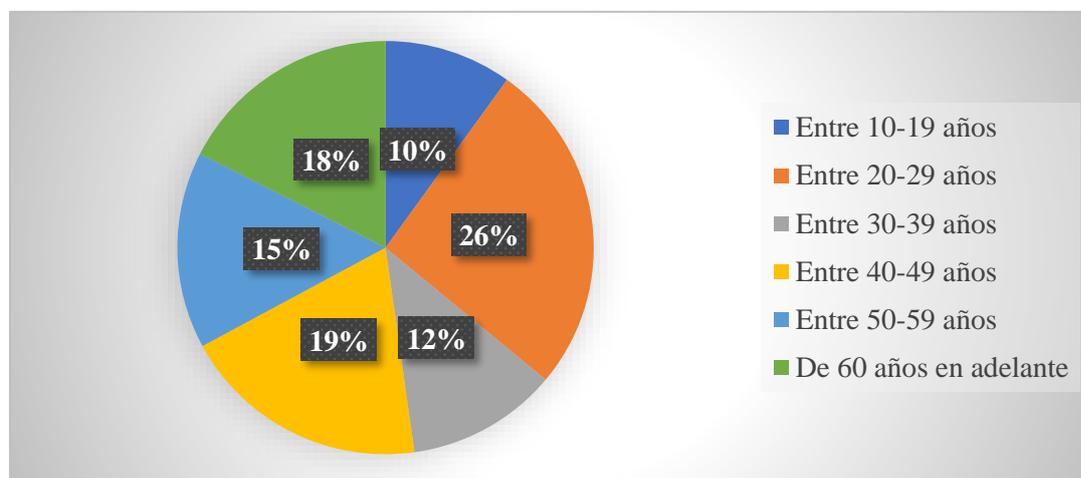
**Tabla 3: Edad**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 10-19 años	38	10%
Entre 20-29 años	100	26%
Entre 30-39 años	45	12%
Entre 40-49 años	74	19%
Entre 50-59 años	59	15%
De 60 años en adelante	67	17%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 1: Edad**



**Nota:** El presente grafico esta relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

## Análisis e interpretación

Una vez obtenido los resultados mediante la aplicación de la encuesta se determinó que 26% corresponde a personas entre 20-29 años, es decir, que la probabilidad de aceptación es alta ya que la población con mayor porcentaje son personas económicamente activas que cuentan con la capacidad de consumir y adquirir dicho servicio y el 10% corresponde a un promedio de edades de 10-19 años de la muestra encuestada.

### 🚦 Señale su genero

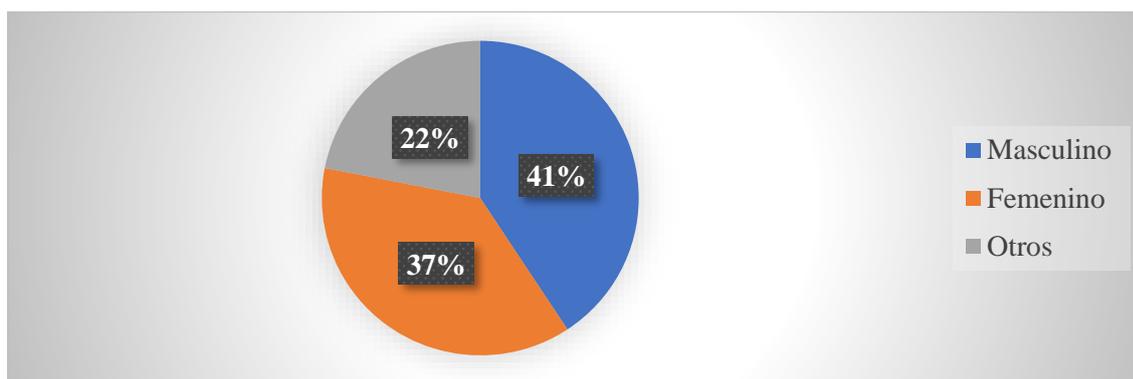
**Tabla 4:** *Sexo*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	156	41%
Femenino	143	37%
Otros	84	22%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 2:** *Género/sexo*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

## Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que el 41% corresponde al sexo masculino y el 22% corresponde a la opción Otros, esto nos quiere decir que los encuestado dentro de la ciudad de Manta con un mayor porcentaje a sido el sexo masculino siendo probable un alto grado de aceptación.

### 1. ¿A usted le gusta el café?

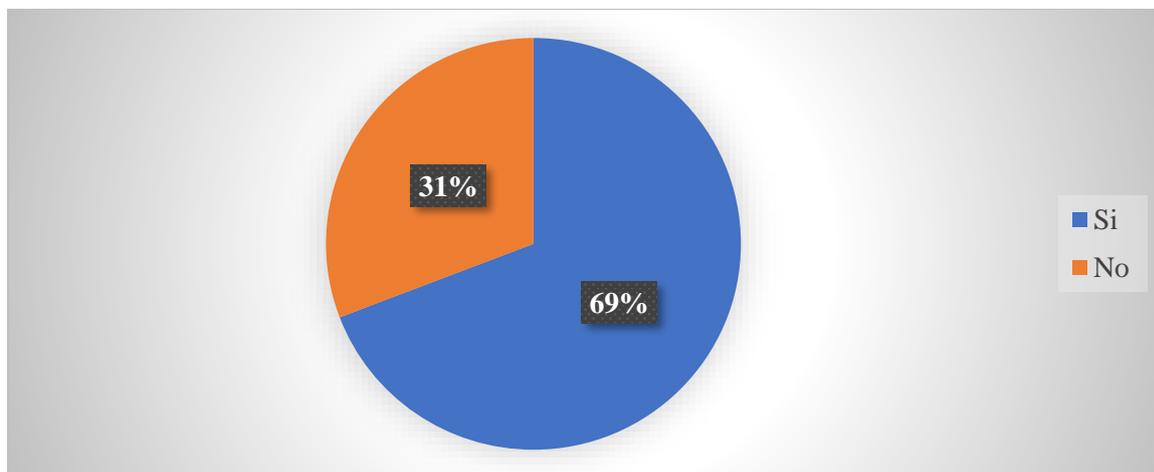
**Tabla 5:** *Pregunta 1*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	265	69%
No	118	31%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 3:** *Pregunta 1*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

## Análisis e interpretación

La presente pregunta tenía como finalidad filtrar a la población encuestada de quienes no consumen café, obteniendo como resultado que el 69% de la población consumen café. De esta manera, se puede visualizar la aprobación que se le puede dar a la misma.

Por lo tanto, se puede determinar que la población de Manta, es alta en consumo de bebidas de café, considerando también que el porcentaje de rechazo es menos del 50%, por ende, la implementación de una cafetería temática, es decir, que brinden diversidad de productos personalizados es factible.

### 2. ¿Con que frecuencia usted consume café?

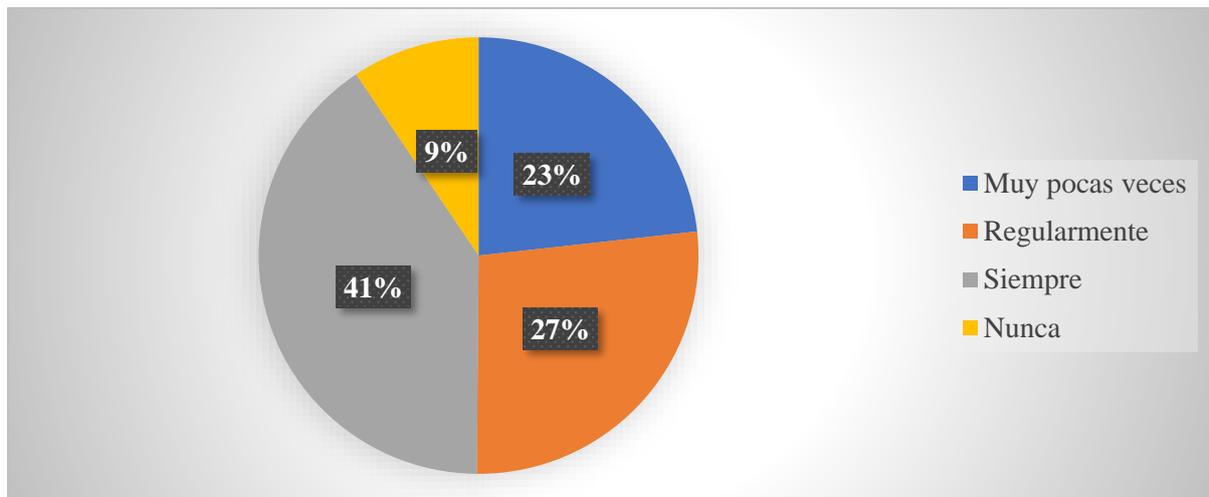
**Tabla 6:** *Pregunta 2*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy pocas veces	89	23%
Regularmente	103	27%
Siempre	155	40%
Nunca	36	9%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 4: Pregunta 2**



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### **Análisis e interpretación**

La siguiente pregunta ayuda a determinar la frecuencia de compra y consumo de la población encuestada, dando como resultado que el 41% consume café siempre, mientras que el 9% de la población nunca consume café, lo cual quiere decir que aproximadamente la demanda futura es aceptable ante la ciudadanía de Manta.

Por lo tanto, se puede determinar que el consumo de café en la ciudad es frecuente, esto a través de la comprobación mediante la encuesta realizado a nuestra muestra de estudio.

**3. ¿Cree usted que si se creara una cafetería temática donde encontrarán variedades de bebidas, postres estaría dispuesto a visitarnos?**

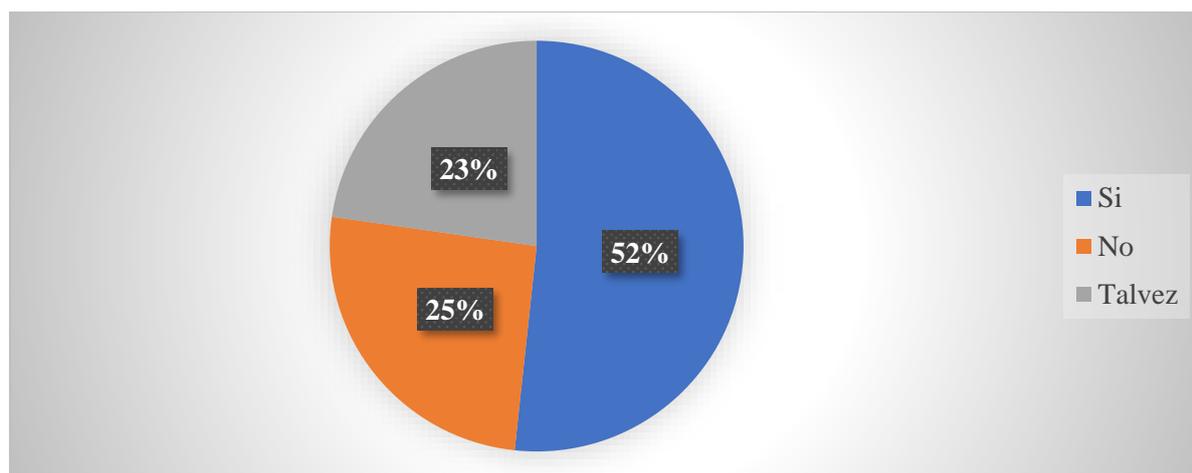
**Tabla 7: Pregunta 3**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	198	52%
No	98	26%
Talvez	87	23%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 5: Pregunta 3**



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### **Análisis e interpretación**

A través de los resultados obtenidos mediante la pregunta #3, se puede interpretar que, si se creará una cafetería temática donde ofrecieran variedad de bebidas y postres de sal y de dulce, si tuviera una acogida considerable del 52% de acuerdo a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta correspondiente, el 25% de no aceptación y el 23% con una probabilidad de frecuencia.

Se establece que el nivel de aceptación de una cafetería que brinden servicio y productos personalizados de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes es factible.

#### 4. ¿A usted le gustaría visitar la cafetería temática?

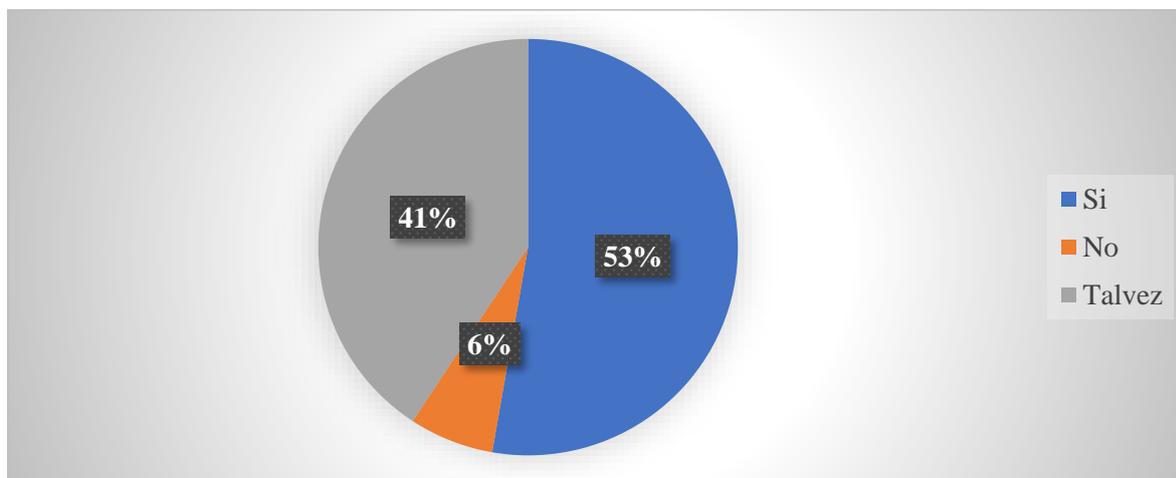
**Tabla 8:** *Pregunta 4*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	202	53%
No	25	7%
Talvez	156	41%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 6:** *Pregunta 4*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

#### Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos se logra interpretar que el índice de visitas a una cafetería temática es muy aceptable con un 53% de frecuencia eso quiere decir que la

probabilidad de la ciudadanía encuestada visite dicho establecimiento y con un índice bajo del 6% de personas que no frecuentaría el local.

Por lo tanto, se determina que el nivel de personas que estarían dispuestas a visitar la microempresa es alto, ya que mediante los resultados obtenidos en la encuesta aplicada es del 53%.

**5. ¿Actualmente conoce una cafetería que pueda estar ofreciendo productos similares a los que se ofrecerá en este establecimiento?**

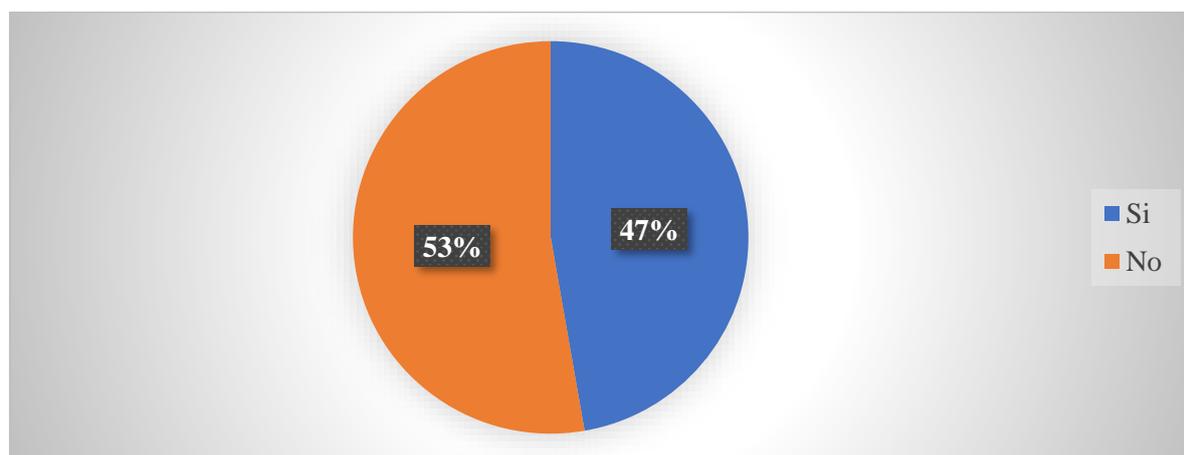
**Tabla 9:** *Pregunta 5*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	181	47%
No	202	53%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 7:** *Pregunta 5*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

## Análisis e interpretación

En relación a la pregunta 5, el 47% de la muestra encuestada manifiestan que si conocen locales que ofrecen productos similares en el mercado y el 53% de personas encuestadas refieren que no conocen a cerca de estos lugares, por lo tanto, se determina que existe un alto índice de competidores dentro del mercado en el cual se pretende llevar a cabo dicho proyecto empresarial.

Manta, al ser una ciudad comercial cuenta con un sin número de negocios de diferentes actividades, sin embargo, no existe un gran número de competidores que brinden los productos y servicios que los clientes requieran a partir de sus gustos y preferencias.

### 6. ¿Usted actualmente visita una de estas cafeterías?

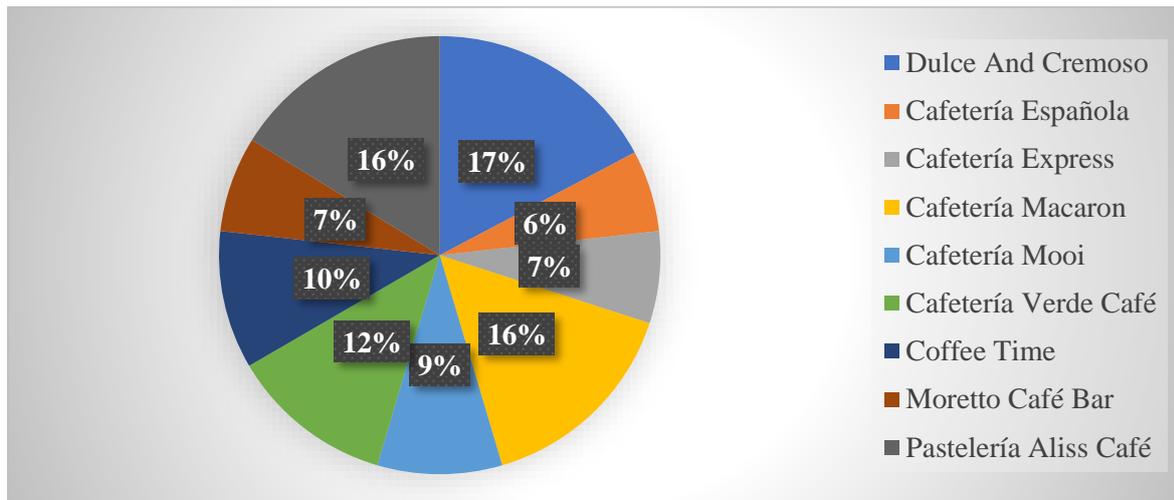
**Tabla 10:** *Pregunta 6*

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Dulce And Cremoso	66	17%
Cafetería Española	23	6%
Cafetería Express	26	7%
Cafetería Macaron	59	15%
Cafetería Mooi	35	9%
Cafetería Verde Café	46	12%
Coffee Time	39	10%
Moretto Café Bar	27	7%
Pastelería Aliss Café	62	16%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 8: Pregunta 6**



**Nota:** El presente gráfico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### **Análisis e interpretación**

Con relación a la pregunta 6, de la encuesta llevada a cabo por la correspondiente investigación, se determina que el 17% de empresas competidoras corresponde a Dulce and Cremoso, esto quiere decir que dicho proyecto empresarial cuenta con un alto porcentaje ante la competencia de otras empresas dedicada a brindar dicho servicio de la misma y el 6% corresponde a la Cafetería Española de visita recurrente, frente a otros competidores.

Por lo consiguiente, se puede determinar que las cafeterías que más frecuenta los ciudadanos del cantón es Dulce y Cremoso, siendo la que acapara a más consumidores, sin embargo, frente a la variedad y calidad de sus productos los precios de la misma tienden a ser elevados.

## 7. ¿Con que frecuencia usted visita una cafetería?

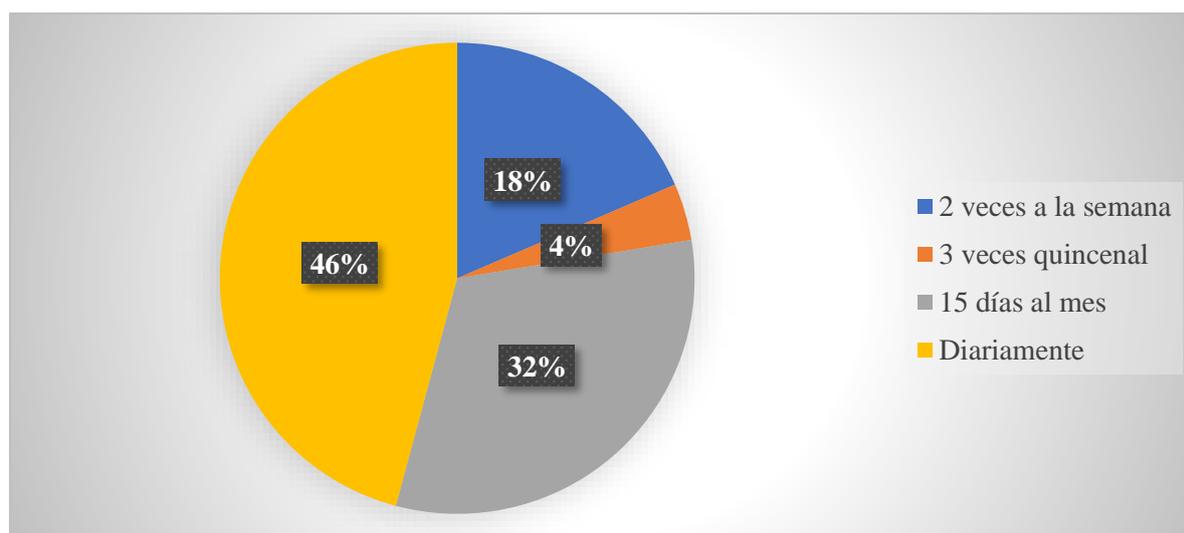
**Tabla 11:** *Pregunta 7*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
2 veces a la semana	71	18%
3 veces quincenal	15	4%
15 días al mes	122	32%
Diariamente	176	46%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 9:** *Pregunta 7*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### **Análisis e interpretación**

Mediante la interpretación a la interrogante 7, se determina que el 46% de frecuencia de visitas a cafeterías corresponde a ítems Diariamente, es decir, que la apertura de dicho proyecto tiene un alto porcentaje de ser visitado diariamente ante la competencia y el 4% corresponde a la frecuencia de visitas que realizan los consumidores de manera quincenal (3

veces dentro de 15 días). Cabe señalar que estos resultados nos ayudarán a calcular la demanda, se determina que las personas visitan frecuentemente cafeterías, se registra que un ciudadano visita una cafetería alrededor de 15 días al mes.

### 8. ¿A qué horario suele visitar usted las cafeterías?

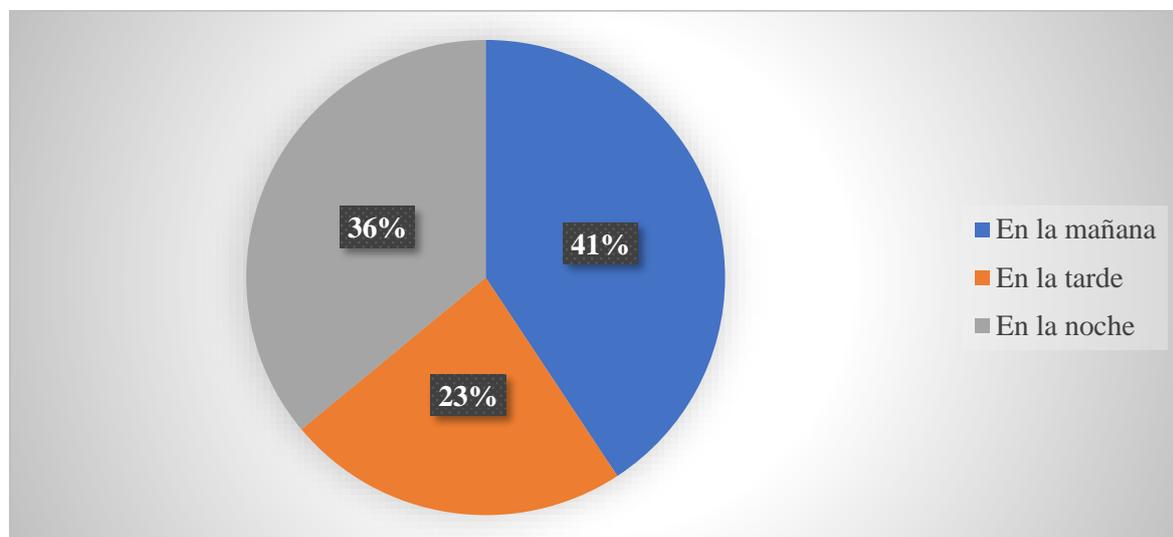
**Tabla 12:** *Pregunta 8*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En la mañana	156	41%
En la tarde	89	23%
En la noche	138	36%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 10:** *Pregunta 8*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

## Análisis e interpretación

Se puede determinar que los horarios más recurrentes de visitas a cafeterías corresponden al horario matutino con el 41% de aceptación, a simple vista se puede observar que las cafeterías son recurrentemente visitadas en horarios matutinos y el horario menos recurrente corresponde al horario vespertino con el 23%, y el 36% de aceptación se le antecede al horario nocturno.

Por lo tanto, se evidencia que el horario que más recurrencia tiene en visitas es la mañana, esto debido a la vida cotidiana de los ciudadanos, que recurren a estos lugares por falta de tiempo, entre otros factores.

### 9. ¿Cuándo usted visita una cafetería que es lo que más consume?

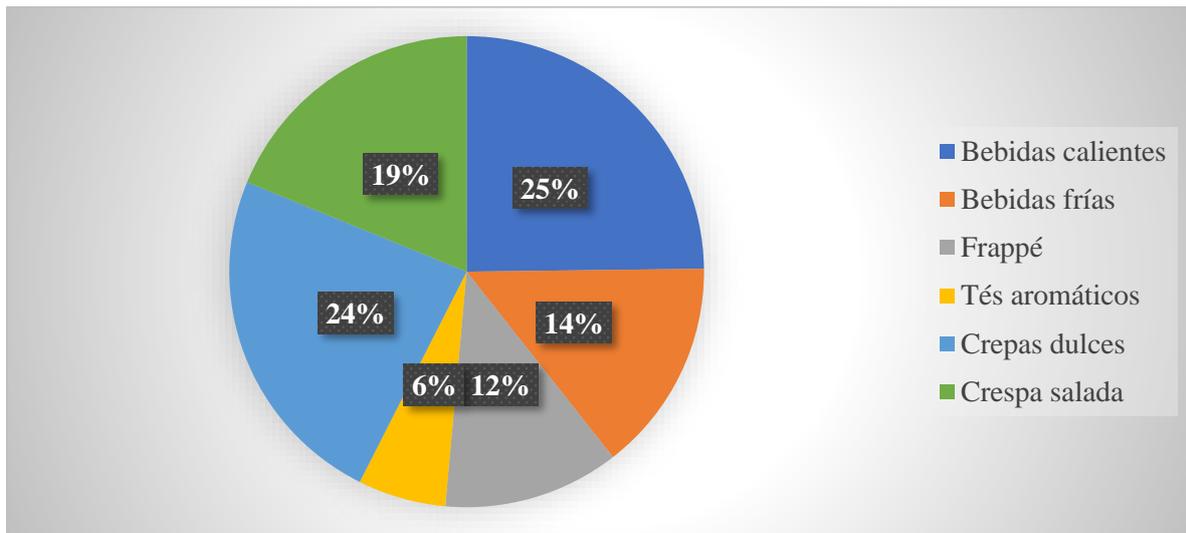
**Tabla 13:** *Pregunta 9*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bebidas calientes	95	25%
Bebidas frías	56	15%
Frappé	46	12%
Tés aromáticos	23	6%
Crepas dulces	91	24%
Crespa salada	72	19%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 11:** *Pregunta 9*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### **Análisis e interpretación**

Referente a la pregunta 9, se logra determinar que los productos más consumidos en una cafetería son las bebidas calientes con un 25% de frecuencia, siendo este un porcentaje aceptable ante las variedades de producto a ofrecer, el 19% corresponde al consumo de crepas saladas, el 12% corresponde a Frappé y el 6% de consumo corresponde a Té aromáticos.

Se puede observar que, al existir gran variedad de productos en nuestra propuesta, se procede a realizar un análisis de los productos con más aceptación la cual determino que en tal grado tiene un porcentaje considerable de consumo, sin embargo, se debe tener en cuenta los productos que tienen menos salidas y optar por innovar o incorporar un valor agregado para que su nivel de aceptación sea más óptimo.

## 10. ¿Qué factores usted analiza para el momento de elegir una cafetería?

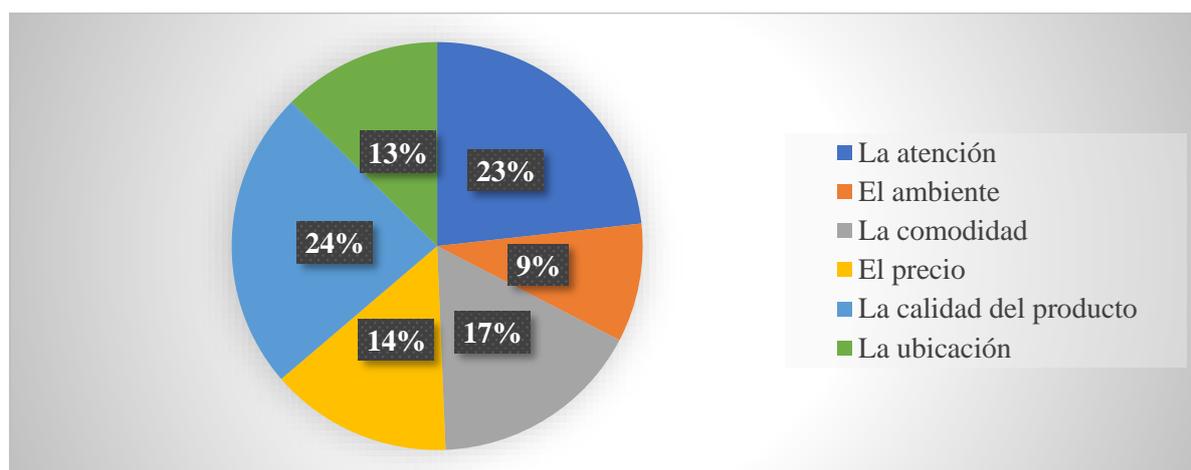
Tabla 14: Pregunta 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
La atención	89	23%
El ambiente	36	9%
La comodidad	64	17%
El precio	55	14%
La calidad del producto	91	24%
La ubicación	48	13%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

Gráfico 12: Pregunta 10



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede determinar que el factor que más incide al momento de elegir una cafetería corresponde a la calidad de producto que brindan estos locales con un 24% de aceptación, es decir, que muchos encuestados prefieren la calidad del producto sin importar las demás variables, el 23% corresponde a la atención brindada, 13% a la ubicación y el 9% corresponde al ambiente en que se encuentran los comensales dentro del local.

Se debe tener en cuenta que el servicio y atención que se brinden dentro de un negocio debe ser el más óptimo ya que este medirá el nivel de aceptación de los comensales y la frecuencia de visitas, además, dará paso a nuevos clientes.

### 11. ¿Qué le gustaría recibir en la cafetería temática?

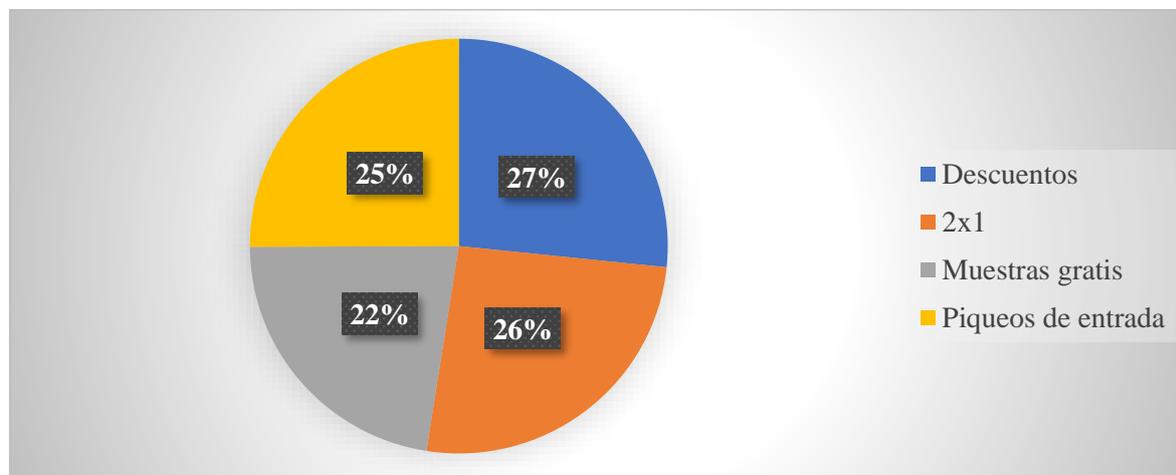
**Tabla 15:** *Pregunta 11*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	102	27%
2x1	99	26%
Muestras gratis	86	22%
Piqueos de entrada	96	25%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 13:** *Pregunta 11*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### Análisis e interpretación

Mediante los datos obtenidos en la pregunta 11 de la encuesta aplicada, se realiza la siguiente interpretación, las personas manifiestan que el valor agregado que le gustaría recibir en el local son tasas de descuentos en consumo con un 27% de acogida, ofertas 2x1 con el 26%,

piqueos en la entrada con el 25% y el 22% de muestra corresponde a que los locales deberían dar muestras gratis a los comensales.

Por lo tanto, se puede determinar que las personas se inclinan más por promociones del 2x1, esto debido a diversos factores ya sean económicos u otros.

## 12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por producto?

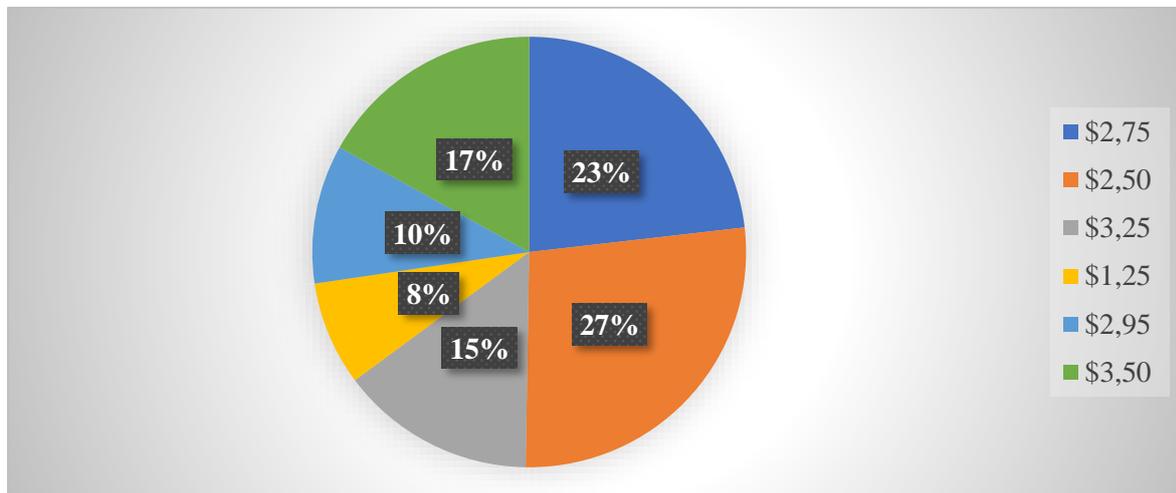
**Tabla 16:** *Pregunta 12*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 2,75	89	23%
\$ 2,50	103	27%
\$ 3,25	56	15%
\$ 1,25	30	8%
\$ 2,95	40	10%
\$ 3,50	65	17%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 14:** *Pregunta 12*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

## Análisis e interpretación

En relación a la interrogante 12 acerca del monto máximo que las personas estarían dispuestas a pagar por productos en la cafetería es de \$2,75 ctvs., correspondiente a un 23% de encuestados, esto frente al producto o bebidas que se vaya a consumir y el 8% corresponde \$1,25 ctvs., cabe mencionar que los precios varían de acuerdo al producto ya sea comestible o bebible que se adquiriera.

Cabe señalar, que los precios tienden a variar esto de acuerdo a los productos que se oferte ya sea este líquido o sólido, este ítem se inclina a la parte económica de los consumidores y a los que ellos estarían dispuestos a gastar en un producto que llene sus expectativas.

### 13. ¿Cómo le gustaría que se acondicionaría la instalación de una cafetería temática?

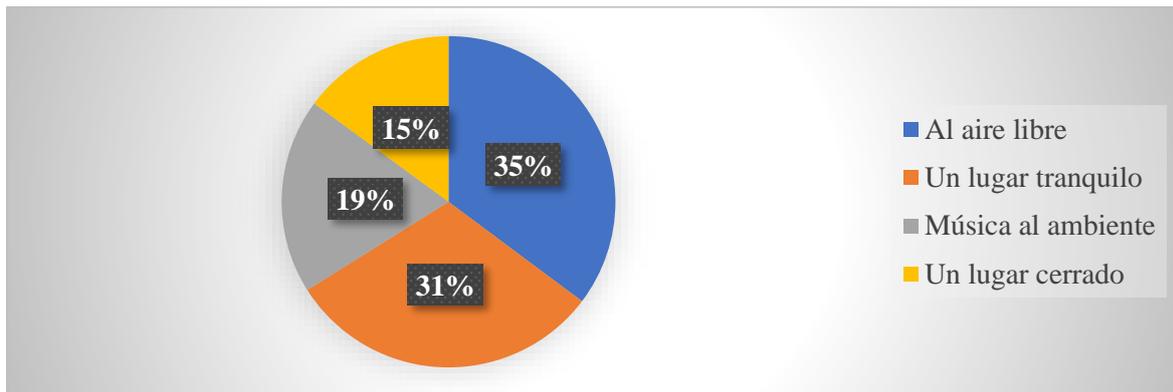
**Tabla 17:** *Pregunta 13*

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Al aire libre	135	35%
Un lugar tranquilo	118	31%
Música al ambiente	73	19%
Un lugar cerrado	57	15%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 15:** *Pregunta 13*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la implementación de la encuesta se establece que los consumidores o clientes potenciales se inclinan por ítems al aire libre, siendo un lugar agradable y estableciéndose a las necesidades de los clientes, el 15% de aceptación corresponde a que el servicio que se brinden sea dentro de un local cerrado estableciendo aire acondicionada por los grandes cambios de clima que se dan además siendo por la seguridad o comodidad de las personas.

Se determina que la temática de esta propuesta de negocio consistirá en brindar productos y servicios personalizados y tradicionales de acuerdo al requerimiento del cliente, además, se empleará el servicio preferencial, donde este incluye contratos en mesa para situaciones específicas y amenas.

#### 14. ¿Usted recomendaría que visiten la cafetería temática?

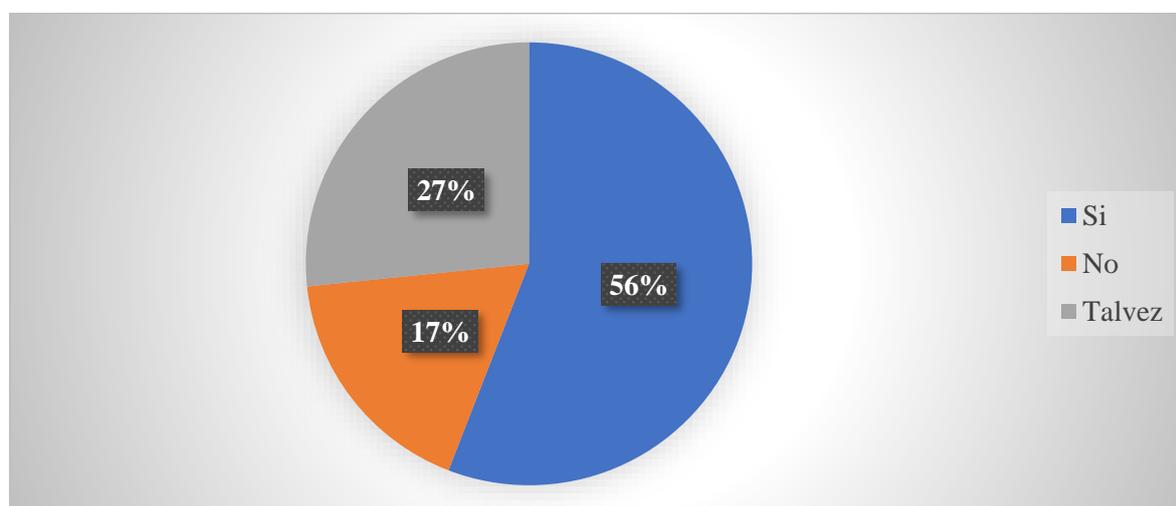
**Tabla 18:** *Pregunta 14*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	214	56%
No	67	17%
Talvez	102	27%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presente resultado obtenido en esta tabla se obtuvo luego de haber aplicado encuestas a los moradores de la ciudad de Manta de manera virtual a través del correo de GMAIL.

**Elaborado por:** Vera Maricela

**Gráfico 16:** *Pregunta 14*



**Nota:** El presente grafico está relacionado con los resultados obtenidos de la tabla anterior que fue relacionada directamente a los ciudadanos de Manta.

**Elaborado por:** Vera Maricela

#### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a los resultados establecidos, se determina que existe un grado de aceptación entre la muestra encuesta, acerca de sugerencias del local del 56%, obviamente, esto frente a la calidad, servicio y ambiente que se brinden en el mismo, y el 17% de la muestra no recomendaría algún tipo de cafeterías temáticas, ya sea, por gustos y preferencias. Se establece que el nivel de aceptación en recomendar este negocio es alto, por lo tanto, se puede determinar que el proyecto si tiene viabilidad.

### 3.4. Análisis de la Demanda

Para la realización del análisis de la demanda, se toma como base los resultados obtenidos en la encuesta aplicada con anterioridad, se considerarán los resultados de la pregunta 7, 8 y 9, las cuales ayudarán al desarrollo y establecimiento de la demanda, el mismo que consistirá en el precio y la cantidad de personas que están de acuerdo a la adquisición de los productos que brindaría la cafetería, misma que se muestran en la tabla a continuación.

**Tabla 19:** Resultados obtenidos en el Análisis de demanda 1

<b>Variab</b> les	<b>Porcentaje</b> (Demanda potencial 66%)	<b>Cantidades en función a</b> <b>la población</b>
\$2,75	23%	18774
\$2,50	27%	21938
\$3,25	15%	11813
\$1,25	8%	6328
\$2,95	10%	8438
\$3,50	17%	13711
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>81003</b>

Elaborado por: Vera Maricela

Los valores expuestos en la tabla anterior comprenden al universo poblacional de 158.945, mismo que corresponde al 66% de la demanda potencial del Cantón Manta, equivalente a 81.003, dicho valor nos ayudará a obtener los resultados posteriores.

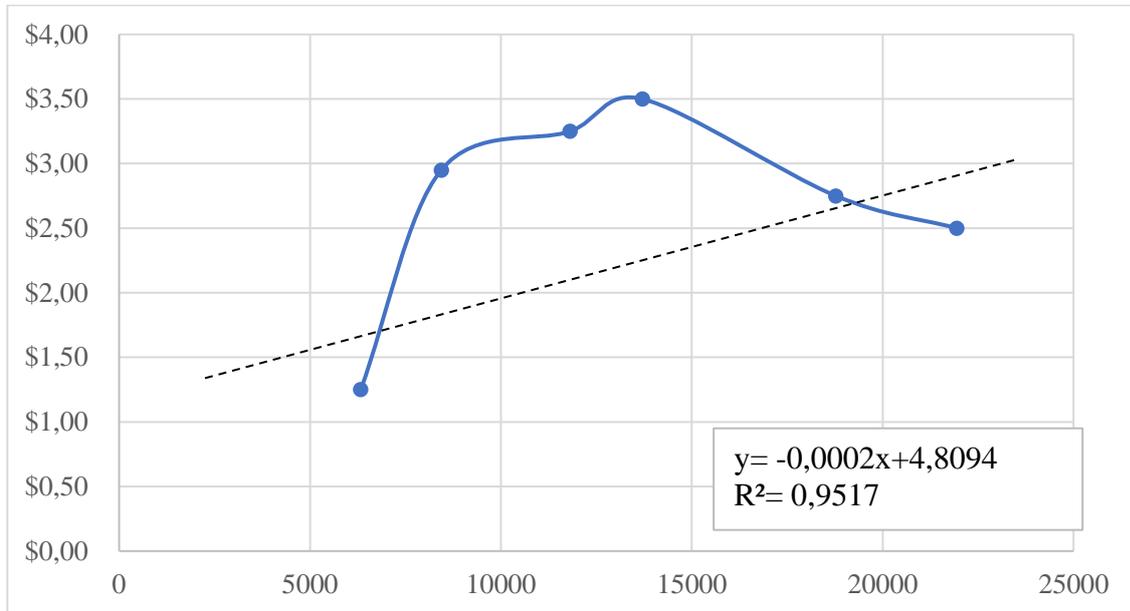
**Tabla 20:** Resultados obtenidos en el Análisis de demanda 2

<b>Precio</b>	<b>Cantidad</b>
\$2,75	18774
\$2,50	21938
\$3,25	11813
\$1,25	6328
\$2,95	8438
\$3,50	13711

Elaborado por: Vera Maricela

Se puede determinar la relación existente mediante un gráfico, a través de la cual se muestra la curva de la demanda, misma que se llevará a cabo mediante la implementación de una ecuación lineal.

**Gráfico 17:** *Curva de la demanda*



Elaborado por: Vera Maricela

Luego de haber implementado la fórmula se realiza la comprobación del resultado a través correlación y aplicación de  $R^2$ , dando como resultado 0.9517 de confiabilidad para proceder con la realización de las proyecciones. En la siguiente tabla se muestran los precios que se van a considerar para los productos a elaborar.

**Tabla 21:** *Precio de venta*

Precio
\$2,75
\$2,50
\$3,25
\$1,25
\$2,95
\$3,50

Elaborado por: Vera Maricela

Dichos precios fueron establecidos a través de las políticas de precios del propietario, considerando los precios de los competidores potenciales, con el objetivo de tener demanda positiva en la implementación del presente proyecto.

**Tabla 22: Demanda (Precio-Cantidad)**

<b>P</b>	<b>Q</b>
\$2,75	18774
\$2,50	21938
\$3,25	11813
\$1,25	6328
\$2,95	8438
\$3,50	13711

Elaborado por: Vera Maricela

En relación a la proyección de la cantidad demandada, mediante la cual se obtuvo la cantidad total del mercado que adquiere y consume productos comestibles y bebidas de la cafetería, dentro del año 0, de tal manera, se procederá con el cálculo para los 5 años posteriores a la ejecución del proyecto, esto con relación al PIB del país.

**Tabla 23: Tasa de crecimiento**

<b>Año</b>	<b>PIB Nacional</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
2016	\$ 99.938,00	
2017	\$104.296,00	
2018	\$107.562,00	
2019	\$107.436,00	
2020	\$ 96.677,00	
2021	\$ 98.707,22	
2022	\$102.063,26	3,40%
2023	\$104.308,65	2,20%
2024	\$ 06.603,44	2,20%
2025	\$108.948,72	2,20%
2026	\$111.345,59	2,20%

Elaborado por: Vera Maricela

Las proyecciones obtenidas del Producto Interno Bruto (PIB), del país en el lapso 2022 al 2026 permiten la obtención de las tasas de crecimiento que se complementan al cálculo de la demanda o cantidades (Q) para las proyecciones de ventas a partir del año 1.

**Tabla 24:** *Cantidad Demandada*

<b>P</b>	<b>Q Mensual (20%)</b>	<b>Participación de Mercado</b>	<b>Cantidad demanda</b>
\$2,75	3755	3,40%	128
\$2,50	4388	3,40%	149
\$3,25	2363	3,40%	80
\$1,25	1266	3,40%	43
\$2,95	1688	3,40%	57
\$3,50	2742	3,40%	93

Elaborado por: Vera Maricela

Una vez obtenido el cálculo correspondiente de las cantidades proyectadas mediante intervalos de frecuencia por cada producto que dispone el proyecto según los datos obtenidos anteriormente en el estudio de mercado se procede al cálculo de manera detallada, misma que se muestra a continuación.

**Tabla 25:** *Análisis de la demanda (Frecuencia)*

		128	149	80	43	57	93	Frecuencia Mensual	(Q) de Personas x Frec. Mensual
<b>\$2,75</b>									
2 veces a la semana	18%	24						8	189
3 veces quincenal	4%	5						6	30
15 días al mes	32%	41						15	608
Diario	46%	59						30	1755
<b>\$2,50</b>									
2 veces a la semana	18%		28					8	221
3 veces quincenal	4%		6					6	35
15 días al mes	32%		47					15	711
Diario	46%		68					30	2051
<b>\$3,25</b>									
2 veces a la semana	18%			15				8	119
3 veces quincenal	4%			3				6	19
15 días al mes	32%			26				15	383
Diario	46%			37				30	1105
<b>\$1,25</b>									
2 veces a la semana	18%				8			8	64
3 veces quincenal	4%				2			6	10
15 días al mes	32%				14			15	205
Diario	46%				20			30	592
<b>\$2,95</b>									
2 veces a la semana	18%					11		8	85
3 veces quincenal	4%					2		6	13
15 días al mes	32%					18		15	273
Diario	46%					26		30	789
<b>\$3,50</b>									
2 veces a la semana	18%						17	8	138
3 veces quincenal	4%						4	6	22
15 días al mes	32%						30	15	444
Diario	46%						43	30	1282
									<b>11143</b>

Elaborado por: Vera Maricela

En la tabla anterior se puede observar la proyección mensual, misma que se calculará por 12 para así obtener la proyección anual.

**Tabla 26: Proyección anual cantidades vendidas**

<b>(Q) Cantidad de Personas x Frec. Mensual</b>	<b>Meses</b>	<b>Frecuencia Anual (Q pedidos al año)</b>
189	12	2266
30	12	359
608	12	7301
1755	12	21065
221	12	2648
35	12	420
711	12	8531
2051	12	24615
119	12	1426
19	12	226
383	12	4594
1105	12	13254
64	12	764
10	12	121
205	12	2461
592	12	7100
85	12	1018
13	12	161
273	12	3281
789	12	9467
138	12	1655
22	12	262
444	12	5332
1282	12	15384
<b>11143</b>		<b>133712</b>

Elaborado por: Vera Maricela

Una vez obtenido los resultados pertinentes se procede a multiplicar dichos valores por el precio dando paso a obtener la proyección de ingresos por cada producto que se oferta, misma que se muestra en la tabla a continuación:

**Tabla 27: Proyección de ingresos**

<b>Precio</b>	<b>Frecuencia Anual (Q pedidos al año)</b>	<b>Ingreso por ventas anuales (PxQ)</b>
\$2,75	2266	\$ 6.231,61
	359	\$ 987,40
	7301	\$ 20.077,20
	21065	\$ 57.927,67
\$2,50	2648	\$ 6.619,90
	420	\$ 1.048,93
	8531	\$ 21.328,18
	24615	\$ 61.537,06
\$3,25	1426	\$ 4.633,93
	226	\$ 734,25
	4594	\$ 14.929,73
	13254	\$ 43.075,94
\$1,25	764	\$ 954,79
	121	\$ 151,29
	2461	\$ 3.076,18
	7100	\$ 8.875,54
\$2,95	1018	\$ 3.004,41
	161	\$ 476,05
	3281	\$ 9.679,71
	9467	\$ 27.928,36
\$3,50	1655	\$ 5.792,41
	262	\$ 917,81
	5332	\$ 18.662,16
	15384	\$ 53.844,93
	<b>133712</b>	<b>\$ 372.495,45</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 28:** *Demanda diaria, semanal y mensual*

<b>Demanda anual</b>	<b>133712</b>
Demanda mensual	11143
Demanda semanal	2786
Demanda diaria	464

Elaborado por: Vera Maricela

### **3.5. Estudio de las variables del marketing MIX (producto, precio, promoción y plaza)**

Dentro del estudio de la variable de marketing MIX tenemos las 4P

#### **Producto:**

- ✓ Bebidas calientes
- ✓ Bebidas frías
- ✓ Frappé
- ✓ Aguas aromáticas
- ✓ Crepés de sal
- ✓ Crepés de dulce

#### **Precio:**

Mediante las encuestas a los consumidores sobre cuanto estarían dispuestos a pagar por el consumo de los productos ya mencionados se obtuvo como resultado \$2,50ctvs. Con un porcentaje de 27%, es decir, los productos mencionados anteriormente cuentan con ese rango de valor, pero cabe recalcar que cada uno de ellos tiene un valor diferente.

Considerando que las bebidas calientes tienen un costo de \$2,50, las bebidas frías tienen un costo de \$2,25, los frappé \$3, las aguas aromáticas \$0,75, los crepés de sal \$3,50 y los crepés de dulce \$3. Estos valores son considerados luego de analizar los gastos en materia prima, materiales, entre otras.

### **Promoción:**

- ✓ Aplicar descuentos en fechas especiales de los consumidores (cumpleaños, aniversarios, entre otros)
- ✓ Realizar promociones mensuales me motive al consumidor
- ✓ Usar redes sociales para implementar campañas de promoción y publicidad de la cafetería.

### **Plaza:**

- ✓ Receptar pedidos a través de redes sociales, llamadas y servicios telefónicos.
- ✓ Realizar entregas a domicilio o productos para llevar.

## **3.6. Análisis competitivo (Porter)**

### • **Amenazas de productos entrantes**

En cuanto a la competencia que hoy en día se encuentra en el mercado se da gracias a las grandes necesidades que día a día se presentan no solo a nivel nacional si no también internacional.

### • **Rivalidad de la competencia actual**

Los competidores cada vez se apropian más de los mercados ya que utilizan diversas tácticas como son las competencias de los precios, programa y publicidades.

### • **Amenaza de los productos sustitutos**

Cada vez los productos sustitutos toman mejor acogida en los mercados ya que como vivimos en un mundo globalizado la ciudadanía busca nuevas innovaciones que se reflejan en los mismos productos solo con un valor agregado.

- **Poder de negociación con los clientes**

Los clientes son aquellos que deciden donde, como, cuando consumir el producto ya que ellos son los que disponen de su tiempo como además son los que les dan el valor monetario a las cosas. Por ese motivo el poder de negociación con los clientes es significativamente importante viendo así las posibilidades de realizar un buen vínculo con el cliente.

- **Poder de negociación con los proveedores**

Los proveedores son los que tienen el nivel de negociación utilizando diversas herramientas como el aumento del precio o la reducción de la calidad. Utilizando un rol importante dentro de la misma.

## CAPITULO IV

### 4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

#### 4.1. Características del producto / servicio

Mediante la ejecución de este emprendimiento que se dará en la ciudad de Manta, ofreciendo un servicio de calidad a través de los siguientes:

Café en granos (de filtrar), endulzar con miel, variedad de productos, usar productos de calidad, ambiente musical, precios accesibles, comodidad al cliente, buena atención, buena decoración, etc.

*Ilustración 6: Productos similares*



Elaborado por: Vera Maricela

Las cafeterías tradicionales que existen a nivel local y nacional, en su mayor parte no cuenta con una infraestructura y ambiente adecuado para brindar el servicio y productos que los consumidores adquieren.

Hoy en día, frente a la situación que se vive han surgido un sin número de negocios con productos similares, si bien la mayoría de negocios implementan diversas estrategias de marketing para generar mayor demanda, no todos realizan de manera correcta dicha gestión.

Por ende, para el desarrollo de dicho emprendimiento se prevé dar un servicio y producto de calidad, precios accesibles y un ambiente de comodidad a los clientes para que estos pasen un momento ameno y de relajación a través del deleite de nuestros productos, se prevé establecer precios módicos de acuerdo a una porción estándar en nuestras creperías, ofrecer 2 o más tamaño de envases tanto para bebidas calientes como para frías, más un valor agregado por productos o porciones adicionales.

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO TÉCNICO

#### 5.1.Descripción de las características de localización del negocio.

La localización del negocio será en la ciudad de Manta barrio Cuba parroquia Eloy Alfaro siendo esta una localización muy llamativa, en primer lugar, por las variedades de productos y servicios que hoy en día se ofrece en ese lugar y otra razón de porque su localidad ah, es por la falta que hace un servicio de cafetería por el hecho de que muchos comerciantes madrugan.

Manta es una ciudad muy hermosa no solo por su gastronomía sino también por sus playas y de la misma manera por lugares turístico considerando que la localización de este proyecto de emprendimiento se considera establecerlo en el Barrio Cuba siendo así por sus variedades de comercio que se encuentra en la misma se aspira adecuar un lugar cubriendo las expectativas de la ciudadanía.

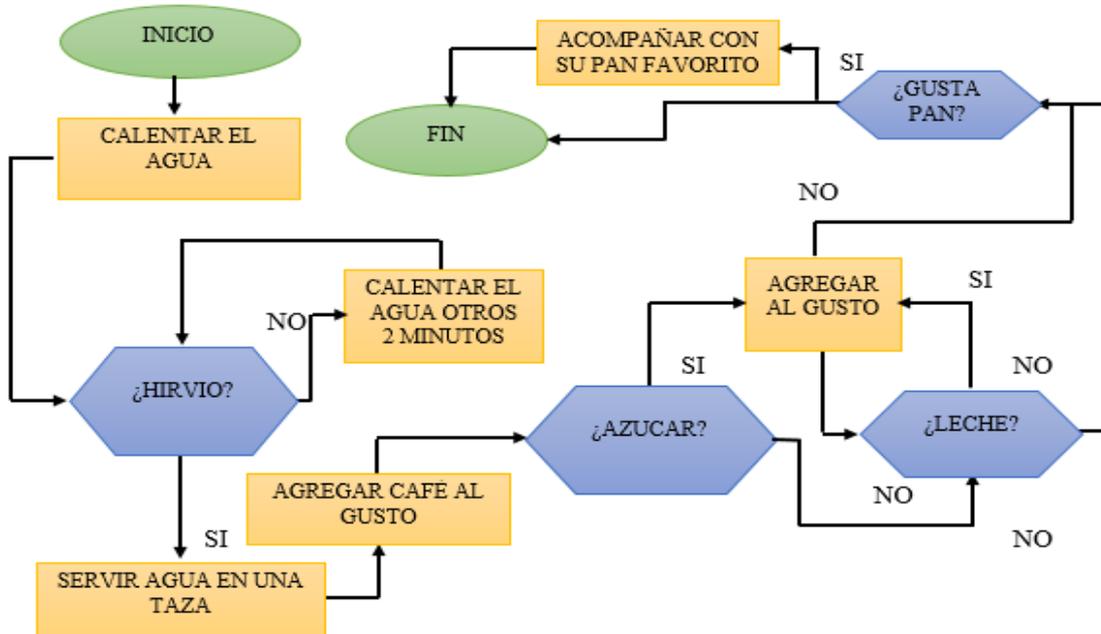
#### 5.2.Realización de un bosquejo del área de trabajo (Ver en Anexo-ilustración 13)

La infraestructura estará compuesta por dos áreas; el área de Administración y el área de servicio. Siendo así a continuación se detallará el bosquejo.

El punto de trabajo es un espacio muy pequeño, pero se espera que sea muy acogedor, muy llamativo, que sea cómodo sobre todo para los consumidores y a su vez cubra todas sus expectativas.

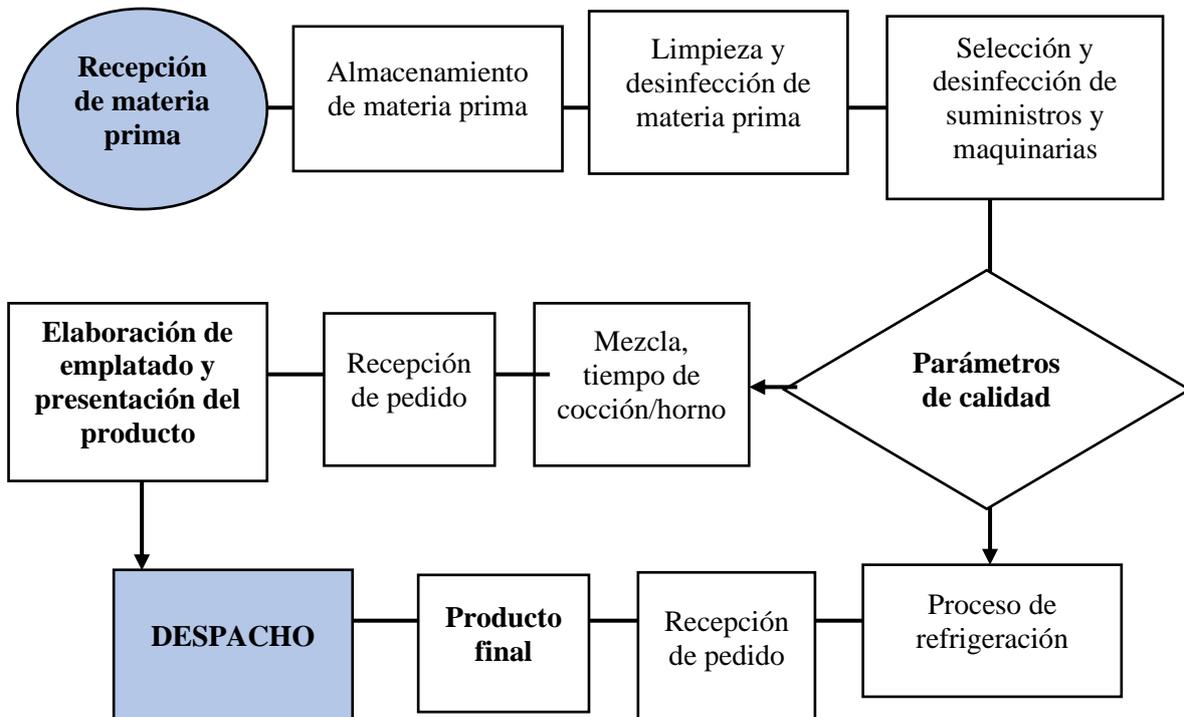
### 5.3. Diagrama de procesos

Ilustración 7: Diagrama de proceso del producto.



Elaborado por: Vera Maricela

Ilustración 8: Proceso productivo



Elaborado por: Vera Maricela

#### 5.4. Listado de máquinas, equipos y herramientas.

Para poner en marcha el presente proyecto de emprendimiento se considera utilizar diferentes equipos, herramientas y máquinas como lo es:

- ✚ Máquina de café profesional
- ✚ Percoladoras de café
- ✚ Vitrinas pasteleras y refrigeradas
- ✚ Molinos de café
- ✚ Máquina de hielo
- ✚ Chocolateras
- ✚ Caja registradoras o punto de venta
- ✚ Máquina para helado suave o de yogur
- ✚ Licuadoras

#### 5.5. Cálculo de los materiales y materia prima a utilizar en el proceso productivo.

A continuación, en una tabla de cálculos se mostrarán los gastos que se obtendrán en la adquisición de los equipos, herramientas y máquinas:

**Tabla 29:** *Materiales para proceso de producción*

<b>MATERIALES</b>	<b>VALORES</b>
Máquina de café profesional	\$ 800,00
Percoladoras de café	\$ 25,00
Vitrinas pasteleras y refrigeradas	\$ 3.000,00
Molinos de café	\$ 400,00
Máquina de hielo	\$ 35,00
Chocolateras	\$ 200,00
Máquina para helado suave o de yogurt	\$ 120,00
Lavavajillas	\$ 350,00
Licuadoras	\$ 250,00
<b>Total</b>	<b>\$ 5.320,00</b>

Elaborado por: Vera Maricela

## 5.6.Listado de los proveedores.

**Tabla 30:** *Lista de proveedores*

<b>PROVEEDORES</b>	
<b>CAFÉ INSTANTÁNEO</b>	<b>CAFÉ EN GRANOS (FILTRAR)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• BY COLOMBIAN FARMERS</li><li>• SLPENTERPRISE</li><li>• EUSYMAR INTERNACIONAL:</li><li>• CIA COMERCARIBEAN</li><li>• RHINO GLOBAL GMBH</li><li>• COMAGVER</li><li>• CAFÉ BAUTISTA</li><li>• CAFÉ CE</li><li>• CAFÉ SAN JOSÉ</li><li>• VILLA ALBA COFFEE</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• CAFÉ ITALIANO DISTRIBUCIONES</li><li>• EUSKOVAZZA</li><li>• CAFÉS MARQUÉS</li><li>• DISAL EXTREMADURA DISTRIBUCIONES</li><li>• CAFÉ DITARE</li><li>• COFIVENDING</li><li>• CAFÉS LAMARCA</li><li>• CREMAX CAFÉS</li><li>• CAFÉS SARASOLA</li><li>• CAFFÈ MOLINARI</li></ul>

Elaborado por: Vera Maricela

## CAPITULO VI

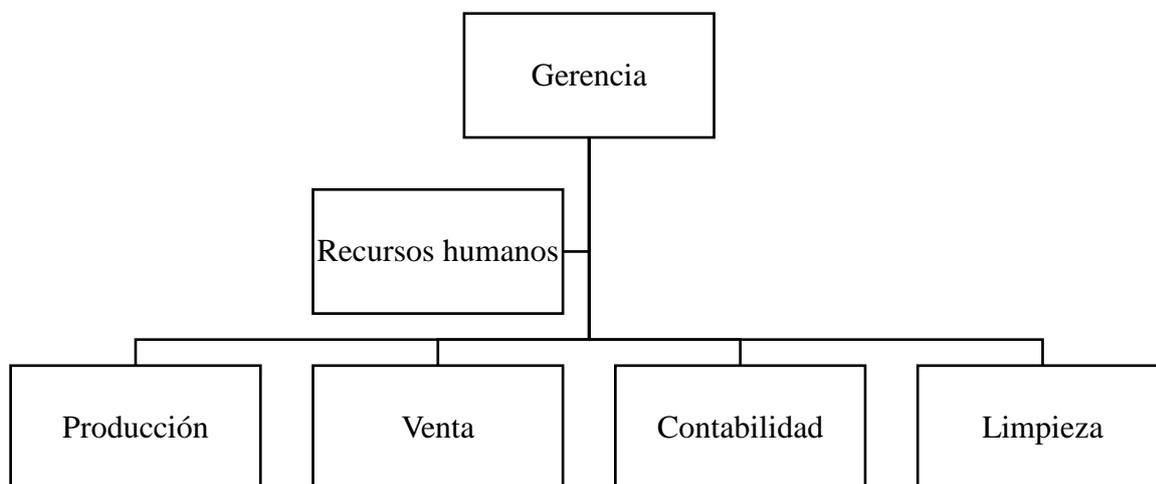
### 6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 6.1. Organigrama estructural y funcional

##### 6.1.1 Organigrama estructural

En la siguiente figura se mostrarán los niveles estructurales del presente proyecto, es decir, se podrá visualizar los diferentes departamentos o unidades administrativas en orden

*Ilustración 9: Estructura organizacional*

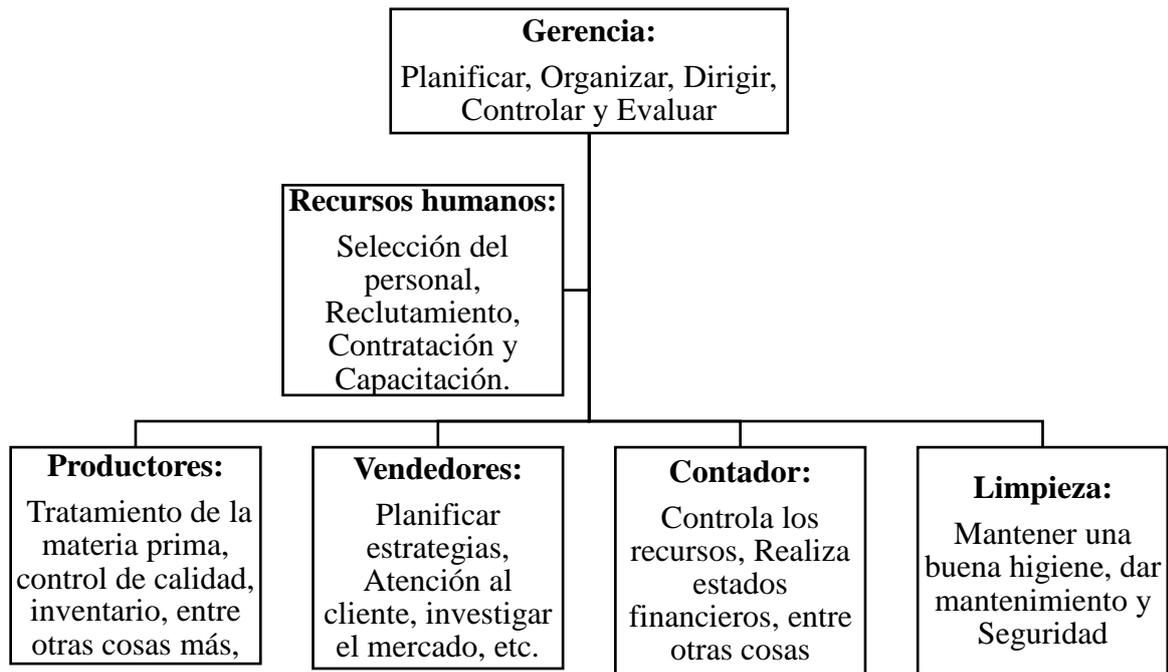


Elaborado por: Vera Palacios Maricela

##### 6.1.2. Organigrama funcional

Este organigrama esta complementado al organigrama estructural, es decir, por ser funcional se le añade información relativamente a las actividades que les corresponde realizar a cada departamento y así con facilidad conocer cada una de sus funciones.

**Ilustración 10: Estructura funcional**



## **6.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona**

En el anuncio que se podrá visualizar a continuación se puede ver las funciones que cada persona va a realizar en su puesto de trabajo con responsabilidad.

- Gerente: este se encarga de supervisar que todos los departamentos estén funcionando con su totalidad de capacidad. Cumpliendo sus cinco funciones como lo es planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar.
- Recursos humanos: Este departamento se encarga de seleccionar personal, del reclutamiento contratación y capacitación del personal.
- Producción: esta área se encarga del tratamiento de la materia prima, control de calidad, inventario, entre otras cosas más.
- Venta: este departamento planifica estrategias para incrementar sus ventas, da atención al cliente, investiga el mercado, entre otras más.
- Contabilidad: el contador se dedica a controlar los recursos, realiza estados financieros, entre otras.

- Limpieza: este departamento se encarga de mantener una buena higiene, dar mantenimiento y seguridad.

### **6.3. Previsión de RRHH**

Para un correcto funcionamiento de una microempresa, considerando la demanda diaria ya calculada anteriormente se considera que para iniciar las actividades se necesitará de las siguientes personas:

- Un Gerente
- Dos vendedores
- Dos cocineros
- Una secretaria

Considerando que posteriormente acogiéndose en el posicionamiento del mercado se puede considerar la contratación de nuevo personal ya sea en los diferentes departamentos o visualizando donde se pueda necesitar más personas.

## **CAPITULO VII**

### **7. ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO**

#### **7.1. Marco legal**

Para poder establecer de manera legal la microempresa, se tiene que considerar algunos factores como: número de colaboradores, la actividad que se desempeña, la imagen que se quiere posicionar en el mercado local, entre otros factores. Por lo tanto, se considera oportuno constituir la microempresa bajo la forma jurídica de sociedad Anónima.

#### **7.2. Requisitos para su legitimidad**

En la actualidad, la mayoría de las naciones existentes poseen un órgano (poder judicial) encargado de establecer las leyes, es decir, los derechos, obligaciones y restricciones que permitan a los ciudadanos a optimizar el desarrollo, social cultural y económico.

Según Derecho Ecuador (2018) nos puntualiza previos requisitos que se necesitan para poder constituir una microempresa, los mismos que serán detallados a continuación:

- Emisión del Registro Único del contribuyente.
- Solicitud de matrícula de comercio.
- Afiliación a la cámara de Comercio.
- Inscripción en el Registro Único MYPIMES.
- Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.
- Obtención de patente municipal de comerciante.
- Permiso de Funcionamiento o Tasa de habilitación.

### **Requisitos para obtener el RUD:**

Los requisitos para obtener los Servicio de Rentas Internas con los siguientes:

- ✚ Cédula de identidad
- ✚ Certificado de votación
- ✚ Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente:
  - ✓ Facturas, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono.
- ✚ Llenar el documento 01 del Registro Único de contribuyente (RUC)

### **Requisitos para la afiliación a la Cámara de Comercio de Manta:**

- ✚ Formularios para la afiliación proporcionado por la cámara.
- ✚ Copia de escritura de la conformación de la compañía, y aumentos de capital (ultimo).
- ✚ Copia de nombramiento del representante legal de la empresa.
- ✚ Copia de la cédula y ultima papeleta de votación del representante legal
- ✚ Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)

Fuente: Cámara de Comercio Manta (2021)

### **Requisitos para la obtención de la patente municipal, Manta:**

- ✚ Número de RUC.
- ✚ Declaración de impuesto a la renta o Formulario de declaración inicial de la actividad económica.
- ✚ Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.

### **Requisitos para la obtención del certificado del cuerpo de bomberos:**

- ✚ Copia de RUC o RISE actualizado
- ✚ Copia del pago de Predios Urbanos Manta
- ✚ Copia del pago de la Contribución Predial Bomberil

✚ Copia de pago de la Tasa Bomberil

✚ Solicitar la inspección:

- ✓ Nombre del Propietario del Negocio
- ✓ Nombre Comercial del Negocio
- ✓ Dirección del Negocio
- ✓ Número celular

✚ Para actividades comerciales que estén dentro de estos parámetros será obligatorio presentar el Plan de Autoprotección con el formato del Cuerpo de Bomberos de Manta

✚ **NOTA:** Para emitir el Permiso de Funcionamiento para un local comercial nuevo primero debe presentar la copia del Informe de visto bueno del Permiso de Ocupación y Habitabilidad.

Fuente: Bomberos Manta (2020)

## CAPITULO VIII

### 8. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio económico y financiero del presente proyecto consistirá en la creación de una microempresa de elaboración de bebidas a base de café y sus derivados, y preparación de productos sólidos para el deguste de los comensales que frecuenten el establecimiento, para ello se llevará a cabo la proyección del índice de inflación dentro del lapso 2016-2025, en consideración a los últimos 5 períodos, los mismos que se tomarán en cuenta para realizar la correspondiente proyección de costos y gastos.

**Tabla 31:** *Inflación anual 2016-2025*

<b>Proyección</b>	<b>Años</b>	<b>% Inflación Anual</b>
	2016	1,12%
	2017	-0,20%
	2018	0,27%
	2019	-0,07%
	2020	-0,93%
0	2021	1,94%

Fuente: Banco Central de Ecuador  
Elaborado por: Vera Palacios Maricela

En la tabla anterior se puede evidenciar el índice de inflación anual del período 2016-2021, misma que se evidencia una disminución en la inflación en lo que fue los años 2016, 2018 y 2021, sin embargo, se puede evidenciar una inclinación positiva en el índice de inflación del 2021, misma que se generó mediante actividades de transporte, adquisición de alimentos, bebidas no alcohólicas y educación para generar dicho aumento. En consideración al índice de inflación de los últimos años, se realiza las proyecciones para los 5 años siguientes, mismo que se encuentra ubicados en la tabla a continuación:

**Tabla 32: Estimación de índice de inflación 2022-2026**

2022	2023	2024	2025	2026
1	2	3	4	5
0.36%	0.36%	0.36%	0.36%	0.36%

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

Para poder calcular la inflación se ha tomado en cuenta los datos reales acumulado de cada año siendo este un informe microeconómico más actual. A través de la fórmula promedio se puede calcular la inflación para los años futuros, dándonos como resultados un 0,36%.

### 8.1. Costo unitario de producción

La determinación del costo unitario de producción se llevará a cabo a través de los resultados obtenidos una vez determinado los costos fijos y variables, mismo que intervienen en proceso productivo de dichos productos, en la siguiente tabla se detalla de manera resumida los egresos anuales que se obtendrán en los años posteriores.

**Tabla 33: Detalle Costo de venta**

	1	2	3	4	5
Costos fijos	\$ 15.022,71	\$ 15.928,91	\$ 15.982,61	\$ 16.036,51	\$ 16.090,60
Costos variables	\$ 60.749,77	\$ 65.794,39	\$ 66.221,59	\$ 66.650,99	\$ 67.082,61
Costo de venta	\$ 75.772,48	\$ 81.723,29	\$ 82.204,20	\$ 82.687,50	\$ 83.173,21

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

El costo de venta se obtiene una vez realizada la sumatoria de los costos fijos y costos variables, mediante la división del resultado obtenido para las ventas anuales, realizado de manera anticipada en el análisis de la demanda, de tal manera, se logran obtener el costo unitario promedio de producción, mismo que se detalla a continuación:

**Tabla 34:** *Costo Unitario Promedio*

Costo de venta	\$ 75.772,48	\$ 81.723,29	\$ 82.204,20	\$ 82.687,50	\$ 83.173,21
Ventas	42.826	42.952	43.078	43.204	43.330
<b>COSTO UNIT. PROM.</b>	<b>\$ 1,77</b>	<b>\$ 1,90</b>	<b>\$ 1,91</b>	<b>\$ 1,91</b>	<b>\$ 1,92</b>

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

## 8.2. Estructura de costos y gastos

Dentro del presente apartado se llevará a cabo el cálculo de manera detallada la estructura de costos y gastos.

### 8.2.2. Costos fijos

*Tabla 35: Nómina de producción*

Cargo	Sueldo	Fondo de Reserva	13°	14°	Aporte Patronal	Vacaciones	Egreso Mensual	Egreso Anual	1 año con FR	2	3	4	5
Cocinero	\$425,00	\$ 35,40	\$35,42	\$33,33	\$ 47,39	\$ 17,71	\$ 558,85	\$ 6.706,15	\$ 7.156,29	\$ 7.181,70	\$ 7.207,19	\$ 7.232,78	\$ 7.258,46
Cocinero	\$425,00	\$ 35,40	\$35,42	\$33,33	\$ 47,39	\$ 17,71	\$ 558,85	\$ 6.706,15	\$ 7.156,29	\$ 7.181,70	\$ 7.207,19	\$ 7.232,78	\$ 7.258,46
<b>Total</b>							\$ 1.117,69	\$13.459,91	<b>\$14.312,59</b>	<b>\$14.363,40</b>	<b>\$14.414,39</b>	<b>\$14.465,56</b>	<b>\$14.516,91</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 36: Estructura de costos fijos**

Detalle	Cant.	V. Unit.	V. Total	0,36%	0,36%	0,36%	0,36%	0,36%
				1	2	3	4	5
Nómina				\$ 13.459,91	\$ 14.363,40	\$ 14.414,39	\$ 14.465,56	\$ 14.516,91
Depreciación				\$ 792,00	\$ 792,00	\$ 792,00	\$ 792,00	\$ 792,00
Amortización				\$ 8,10	\$ 8,10	\$ 8,10	\$ 8,10	\$ 8,10
Limpieza	12	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 60,21	\$ 60,43	\$ 60,64	\$ 60,86	\$ 61,08
Seguro Vehicular	12	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,85	\$ 241,71	\$ 242,57	\$ 243,43	\$ 244,29
Combustible vehicular	12	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 301,07	\$ 302,13	\$ 303,21	\$ 304,28	\$ 305,37
Matricula Vehicular	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,18	\$ 50,36	\$ 50,53	\$ 50,71	\$ 50,89
Mantenimiento de Vehículo	2	\$ 55,00	\$ 110,00	\$ 110,39	\$ 110,78	\$ 111,18	\$ 111,57	\$ 111,97
<b>Total</b>				<b>\$ 15.022,71</b>	<b>\$ 15.928,91</b>	<b>\$ 15.982,61</b>	<b>\$ 16.036,51</b>	<b>\$ 16.090,61</b>

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

**Tabla 37: Costo Variables\_ Materiales 1**

Bebidas calientes \$2,50				0	1	2	3	4	5					
Materia Prima	Cant.	Costo Unit.	Medida	Costo por uso	Costo V. Unit.	Costo V. Total								
Café en grano	0,025	\$ 7,00	Kilo	\$ 0,18	\$ 0,18	\$ 1.743,20	\$ 0,18	\$ 1.754,53	\$ 0,18	\$ 1.765,92	\$ 0,18	\$ 1.777,38	\$ 0,18	\$ 1.788,89
Agua	1/4	\$ 1,00	Litro	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 2.490,28	\$ 0,25	\$ 2.506,47	\$ 0,25	\$ 2.522,75	\$ 0,25	\$ 2.539,11	\$ 0,25	\$ 2.555,55
Azúcar	0,0125	\$ 0,50	Libra	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 62,26	\$ 0,01	\$ 62,66	\$ 0,01	\$ 63,07	\$ 0,01	\$ 63,48	\$ 0,01	\$ 63,89
Leche	0,125	\$ 0,80	Kilo	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 996,11	\$ 0,10	\$ 1.002,59	\$ 0,10	\$ 1.009,10	\$ 0,10	\$ 1.015,64	\$ 0,10	\$ 1.022,22
Canela/ cacao polvo	0,326	\$ 0,35	Gramos	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 1.136,57	\$ 0,11	\$ 1.143,96	\$ 0,12	\$ 1.151,38	\$ 0,12	\$ 1.158,85	\$ 0,12	\$ 1.166,35
<b>Total</b>				<b>\$ 0,65</b>	<b>\$ 0,65</b>	<b>\$ 6.428,42</b>		<b>\$ 6.470,21</b>		<b>\$ 6.512,22</b>		<b>\$ 6.554,45</b>		<b>\$ 6.596,90</b>

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

**Tabla 38: Costos variables\_ Materiales 2**

<b>Bebidas Frías \$2,25</b>				0	1	2	3	4	5					
<b>Materia Prima</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Medida</b>	<b>Costo por uso</b>	<b>Costo V. Unit.</b>	<b>Costo V. Total</b>								
Café en grano	0,025	\$7,00	Gramos	\$ 0,18	\$ 0,18	\$2.037,00	\$ 0,18	\$2.050,24	\$ 0,18	\$2.063,55	\$ 0,18	\$2.076,93	\$ 0,18	\$2.090,38
Leche	0,125	\$0,80	Litro	\$ 0,10	\$ 0,10	\$1.164,00	\$ 0,10	\$1.171,57	\$ 0,10	\$1.179,17	\$ 0,10	\$1.186,82	\$ 0,10	\$1.194,50
Hielo	1/8	\$0,35	Litro	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 488,88	\$ 0,04	\$ 492,06	\$ 0,04	\$ 495,25	\$ 0,04	\$ 498,46	\$ 0,04	\$ 501,69
Canela/cacao polvo	0,326	\$0,35	gramos	\$ 0,11	\$ 0,11	\$1.328,12	\$ 0,11	\$1.336,76	\$ 0,12	\$1.345,44	\$ 0,12	\$1.354,16	\$ 0,12	\$1.362,93
Té	0,05	\$2,25	Unidad	\$ 0,11	\$ 0,11	\$1.309,50	\$ 0,11	\$1.318,01	\$ 0,11	\$1.326,57	\$ 0,11	\$1.335,17	\$ 0,11	\$1.343,82
Agua	1/4	\$1,00	Galón	\$ 0,25	\$ 0,25	\$2.909,99	\$ 0,25	\$2.928,91	\$ 0,25	\$2.947,93	\$ 0,25	\$2.967,05	\$ 0,25	\$2.986,26
Azúcar	0,0125	\$0,50	Gramos	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 72,75	\$ 0,01	\$ 73,22	\$ 0,01	\$ 73,70	\$ 0,01	\$ 74,18	\$ 0,01	\$ 74,66
<b>Total</b>				<b>\$ 0,80</b>	<b>\$ 0,80</b>	<b>\$9.310,24</b>		<b>\$9.370,77</b>		<b>\$9.431,61</b>		<b>\$9.492,77</b>		<b>\$9.554,24</b>

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

**Tabla 39: Costos Variables\_ Materiales 3**

<b>Frappé \$3,00</b>				0	1	2	3	4	5					
<b>Materia Prima</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Medida</b>	<b>Costo por uso</b>	<b>Costo V. unit.</b>	<b>Costo V. Total</b>								
Café en grano	0,025	\$7,00	Gramos	\$ 0,18	\$ 0,18	\$1.096,84	\$ 0,18	\$1.103,98	\$ 0,18	\$1.111,14	\$ 0,18	\$1.118,35	\$ 0,18	\$1.125,59
Leche	0,125	\$0,80	Litro	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 626,77	\$ 0,10	\$ 630,84	\$ 0,10	\$ 634,94	\$ 0,10	\$ 639,06	\$ 0,10	\$ 643,19
Hielo	1/8	\$0,35	Litro	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 263,24	\$ 0,04	\$ 264,95	\$ 0,04	\$ 266,67	\$ 0,04	\$ 268,40	\$ 0,04	\$ 270,14
Canela o cacao en polvo	0,326	\$0,35	Gramos	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 715,14	\$ 0,11	\$ 719,79	\$ 0,12	\$ 724,47	\$ 0,12	\$ 729,16	\$ 0,12	\$ 733,89
Agua	1/4	\$1,00	Galón	\$ 0,25	\$ 0,25	\$1.566,92	\$ 0,25	\$1.577,11	\$ 0,25	\$1.587,35	\$ 0,25	\$1.597,64	\$ 0,25	\$1.607,99
Frutas	0,5	\$1,50	Kilo	\$ 0,75	\$ 0,75	\$4.700,76	\$ 0,76	\$4.731,32	\$ 0,76	\$4.762,04	\$ 0,76	\$4.792,92	\$ 0,76	\$4.823,96
<b>Total</b>				<b>\$ 1,43</b>	<b>\$ 1,44</b>	<b>\$8.969,68</b>		<b>\$9.028,00</b>		<b>\$9.086,61</b>		<b>\$9.145,53</b>		<b>\$9.204,76</b>

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

**Tabla 40: Costos Variables\_ Materiales 4**

Crespa de dulce (\$3,00)				0	1	2	3	4	5					
Materia Prima	Cant.	Costo Unit.	Medida	Costo por uso	Costo V. unit.	Costo V. Total								
Harina	0,025	\$1,00	Kg	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 111,92	\$ 0,03	\$ 112,65	\$ 0,03	\$ 113,38	\$ 0,03	\$ 114,12	\$ 0,03	\$ 114,86
Huevo	1/4	\$1,00	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 1.119,23	\$ 0,25	\$ 1.126,51	\$ 0,25	\$ 1.133,82	\$ 0,25	\$ 1.141,17	\$ 0,25	\$ 1.148,56
Leche	0,012	\$0,50	Libra	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 27,98	\$ 0,01	\$ 28,16	\$ 0,01	\$ 28,35	\$ 0,01	\$ 28,53	\$ 0,01	\$ 28,71
Azúcar	0,35	\$1,05	Libra	\$ 0,37	\$ 0,37	\$ 1.645,27	\$ 0,37	\$ 1.655,96	\$ 0,37	\$ 1.666,72	\$ 0,37	\$ 1.677,52	\$ 0,37	\$ 1.688,39
Frutos secos	0,5	\$3,00	Kg	\$ 1,50	\$ 1,51	\$ 6.715,37	\$ 1,51	\$ 6.759,03	\$ 1,52	\$ 6.802,92	\$ 1,52	\$ 6.847,03	\$ 1,53	\$ 6.891,37
Frutas	0,5	\$1,50	Kg	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 3.357,69	\$ 0,76	\$ 3.379,52	\$ 0,76	\$ 3.401,46	\$ 0,76	\$ 3.423,52	\$ 0,76	\$ 3.445,69
Agua	0,125	\$0,80	Kg	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 447,69	\$ 0,10	\$ 450,60	\$ 0,10	\$ 453,53	\$ 0,10	\$ 456,47	\$ 0,10	\$ 459,42
Mantequilla	0,326	\$0,35	Gramos	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 510,82	\$ 0,11	\$ 514,14	\$ 0,12	\$ 517,48	\$ 0,12	\$ 520,83	\$ 0,12	\$ 524,20
<b>Total</b>				\$ 3,11	\$ 3,12	\$13.935,9		\$14.026,5		\$14.117,6		\$14.209,19		\$14.301,20

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

**Tabla 41: Costos Variables\_ Materiales 5**

Aguas aromáticas \$0,75				0	1	2	3	4	5					
Materia Prima	Cant.	Costo Unit.	Medida	Costo por uso	Costo V. unit.	Costo V. Total								
Agua	1/4	\$ 1,00	Litro	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 839,42	\$ 0,25	\$ 844,88	\$ 0,25	\$ 850,36	\$ 0,25	\$ 855,88	\$ 0,25	\$ 861,42
Var. de Té	0,05	\$ 2,25	Libra	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 377,74	\$ 0,11	\$ 380,20	\$ 0,11	\$ 382,66	\$ 0,11	\$ 385,15	\$ 0,11	\$ 387,64
<b>Total</b>				\$ 0,36	\$ 0,36	\$ 1.217,16		\$ 1.225,07		\$ 1.233,03		\$ 1.241,02		\$ 1.249,06

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

**Tabla 42: Costos Variables\_ Materiales 6**

Crespa de dulce (\$3,50)				0	1	2	3	4	5					
Materia Prima	Cant.	Costo Unit.	Medida	Costo por uso	Costo V. unit.	Costo V. Total								
Harina	0,025	\$1,00	Kg	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 181,87	\$ 0,03	\$ 183,06	\$ 0,03	\$ 184,25	\$ 0,03	\$ 185,44	\$ 0,03	\$ 186,64
Huevo	1/4	\$1,00	Litro	\$ 0,25	\$ 0,25	\$1.818,75	\$ 0,25	\$1.830,57	\$ 0,25	\$1.842,46	\$ 0,25	\$1.854,40	\$ 0,25	\$1.866,41
Leche	0,0125	\$0,50	Libra	\$ 0,01	\$ 0,01	\$ 45,47	\$ 0,01	\$ 45,76	\$ 0,01	\$ 46,06	\$ 0,01	\$ 46,36	\$ 0,01	\$ 46,66
Mariscos	0,0125	\$3,00	Libra	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 272,81	\$ 0,04	\$ 274,59	\$ 0,04	\$ 276,37	\$ 0,04	\$ 278,16	\$ 0,04	\$ 279,96
Frutas	0,25	\$1,50	Kg	\$ 0,38	\$ 0,38	\$2.728,12	\$ 0,38	\$2.745,86	\$ 0,38	\$2.763,69	\$ 0,38	\$2.781,61	\$ 0,38	\$2.799,62
Var. verduras	0,3	\$1,00	Kg	\$ 0,30	\$ 0,30	\$2.182,50	\$ 0,30	\$2.196,69	\$ 0,30	\$2.210,95	\$ 0,30	\$2.225,29	\$ 0,31	\$2.239,70
Queso	1/4	\$3,00	Libra	\$ 0,75	\$ 0,75	\$5.456,24	\$ 0,76	\$5.491,71	\$ 0,76	\$5.527,37	\$ 0,76	\$5.563,21	\$ 0,76	\$5.599,24
Sal	0,02	\$0,75	Gramos	\$ 0,02	\$ 0,02	\$ 109,12	\$ 0,02	\$ 109,83	\$ 0,02	\$ 110,55	\$ 0,02	\$ 111,26	\$ 0,02	\$ 111,98
Jamón	0,23	\$ 2,75	Kg	\$ 0,63	\$ 0,63	\$ 4.601,43	\$ 0,64	\$ 4.631,35	\$ 0,64	\$ 4.661,42	\$ 0,64	\$ 4.691,64	\$ 0,64	\$ 4.722,03
Carnes	1/6	\$ 3,00	Libra	\$ 0,48	\$ 0,48	\$ 3.491,99	\$ 0,48	\$ 3.514,70	\$ 0,49	\$ 3.537,52	\$ 0,49	\$ 3.560,46	\$ 0,49	\$ 3.583,51
Agua	1/4	\$ 1,00	Galón	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 1.818,75	\$ 0,25	\$ 1.830,57	\$ 0,25	\$ 1.842,46	\$ 0,25	\$ 1.854,40	\$ 0,25	\$ 1.866,41
Mantequilla	0,22	\$ 1,75	Libra	\$ 0,39	\$ 0,39	\$ 2.800,87	\$ 0,39	\$ 2.819,08	\$ 0,39	\$ 2.837,38	\$ 0,39	\$ 2.855,78	\$ 0,39	\$ 2.874,28
<b>Total</b>				<b>\$ 3,51</b>	<b>\$ 3,52</b>	<b>\$20.888,31</b>		<b>\$25.673,76</b>		<b>\$25.840,46</b>		<b>\$26.008,02</b>		<b>\$26.176,45</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>						<b>\$60.749,77</b>		<b>\$65.794,39</b>		<b>\$66.221,59</b>		<b>\$66.650,99</b>		<b>\$67.082,61</b>

Elaborado por: Vera Palacios Maricela

### 8.2.3 Gastos Fijos

*Tabla 43: Nómina Administrativa*

Cargo	Sueldo	Fondo de Reserva	13°	14°	Aporte Patronal	Vacaciones	Cant	Egreso Mensual	Egreso Anual	1	2	3	4	5
Gerente	\$ 500,00	\$41,65	\$41,67	\$33,33	\$ 55,75	\$ 20,83	1	\$ 651,58	\$ 7.819,00	\$ 7.846,76	\$ 8.377,97	\$ 8.407,71	\$ 8.437,56	\$ 8.467,51
Vendedor	\$ 425,00	\$35,40	\$35,42	\$33,33	\$ 47,39	\$ 17,71	1	\$ 558,85	\$ 6.706,15	\$ 6.729,96	\$ 7.181,70	\$ 7.207,19	\$ 7.232,78	\$ 7.258,46
Vendedor	\$ 425,00	\$35,40	\$35,42	\$33,33	\$ 47,39	\$ 17,71	1	\$ 558,85	\$ 6.706,15	\$ 6.729,96	\$ 7.181,70	\$ 7.207,19	\$ 7.232,78	\$ 7.258,46
Secretaria	\$ 425,00	\$37,49	\$37,50	\$33,33	\$ 50,18	\$ 18,75	1	\$ 589,76	\$ 7.077,10	\$ 7.102,22	\$ 7.580,46	\$ 7.607,37	\$ 7.634,37	\$ 7.661,47
<b>Total</b>								\$1.210,43	\$14.525,15	<b>\$14.576,71</b>	<b>\$30.321,82</b>	<b>\$30.429,47</b>	<b>\$30.537,49</b>	<b>\$30.645,9</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 44: Gastos fijos anuales**

Detalle	Cant.	V. Unit.	V. Total	1	2	3	4	5
Nómina	12			\$14.576,71	\$30.321,82	\$30.429,47	\$30.537,49	\$30.645,90
Depreciación	12			\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 299,84	\$ 299,84
Amortización	12			\$ 156,78	\$ 156,78	\$ 156,78	\$ 156,78	\$ 156,78
Luz	12	\$ 35,00	\$ 420,00	\$ 421,49	\$ 422,99	\$ 424,49	\$ 426,00	\$ 427,51
Agua	12	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 301,07	\$ 302,13	\$ 303,21	\$ 304,28	\$ 305,36
Internet	12	\$ 22,00	\$ 264,00	\$ 264,94	\$ 265,88	\$ 266,82	\$ 267,77	\$ 268,72
Limpieza	12	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 120,43	\$ 120,85	\$ 121,28	\$ 121,71	\$ 122,15
Publicidad	12	\$ 8,00	\$ 96,00	\$ 96,34	\$ 96,68	\$ 97,03	\$ 97,37	\$ 97,72
<b>Total</b>				<b>\$ 16.234,42</b>	<b>\$ 31.983,81</b>	<b>\$32.095,74</b>	<b>\$32.211,24</b>	<b>\$32.323,97</b>

Elaborado por: Vera Maricela

### 8.2.4 Resumen de egresos

**Tabla 45: Resumen de egresos por períodos**

Egresos	1	2	3	4	5
Gastos Fijos	\$ 16.234,42	\$ 31.983,81	\$ 32.095,74	\$ 32.211,24	\$ 32.323,97
Costos Fijos	\$ 15.022,71	\$ 15.928,91	\$ 15.982,61	\$ 16.036,51	\$ 16.090,60
Costos Variables	\$ 60.749,77	\$ 65.794,39	\$ 66.221,59	\$ 66.650,99	\$ 67.082,61
<b>Total</b>	<b>\$ 92.006,90</b>	<b>\$ 113.707,10</b>	<b>\$ 114.299,94</b>	<b>\$ 114.898,74</b>	<b>\$115.497,18</b>

Elaborado por: Vera Maricela

### 8.3 Proyección de ventas

En la siguiente tabla se muestra el presupuesto anual para los 5 años posteriores a ejecutar el proyecto, misma que se consideró para el respectivo cálculo los resultados obtenidos en la demanda realizada previamente, la cual se puede observar a continuación.

**Tabla 46: Proyección de ventas**

Presupuesto de Ventas					
Productos	1	2	3	4	5
Bebidas calientes (\$2,50)	9926	9955	9984	10013	10043
Bebidas frías (\$2,25)	11599	11633	11667	11701	11735
Frappé (\$3,00)	6246	6264	6282	6301	6319
Aguas aromáticas (\$0,75)	3346	3356	3365	3375	3385
Crepas dulces (\$3,00)	4461	4474	4487	4500	4514
Crepas saladas (\$3,50)	7249	7271	7292	7313	7335
<b>Total</b>	<b>42.826</b>	<b>42.952</b>	<b>43.078</b>	<b>43.204</b>	<b>43.330</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 47: Proyección de ingresos**

<b>Presupuesto de Ingresos</b>					
<b>Productos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Bebidas calientes (\$2,50)	\$ 27.296,22	\$ 27.376,50	\$ 27.456,79	\$ 27.537,07	\$ 27.617,35
Bebidas frías (\$2,25)	\$ 28.997,01	\$ 29.082,29	\$ 29.167,58	\$ 29.252,86	\$ 29.338,15
Frappé (\$3,00)	\$ 20.297,91	\$ 20.357,60	\$ 20.417,30	\$ 20.477,00	\$ 20.536,70
Aguas aromáticas (\$0,75)	\$ 4.182,26	\$ 4.194,56	\$ 4.206,86	\$ 4.219,16	\$ 4.231,46
Crepas dulces (\$3,00)	\$ 13.160,18	\$ 13.198,89	\$ 13.237,59	\$ 13.276,30	\$ 13.315,01
Crepas saladas (\$3,50)	\$ 25.372,38	\$ 25.447,01	\$ 25.521,63	\$ 25.596,26	\$ 25.670,88
<b>Total</b>	<b>\$ 119.305,96</b>	<b>\$119.656,86</b>	<b>\$120.007,76</b>	<b>\$120.358,66</b>	<b>\$120.709,56</b>

Elaborado por: Vera Maricela

Las presentes proyecciones de ventas y de ingreso se obtuvieron a través de un presupuesto a 5 años, mismo que será detallado más adelante.

## 8.4 Plan de Inversión

### 8.4.1 Inversión de Activos Fijos

**Tabla 48: Inversión de Activos Fijos\_ Vehículo**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Moto JAMAHA	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.300,00</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 49: Inversión de Activos Fijos\_ Equipo de Computación**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Laptop Lenovo	1	\$ 580,00	\$ 580,00
Impresora Epson	1	\$ 310,00	\$ 310,00
<b>Total</b>			<b>\$ 890,00</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 50:** *Inversión de Activos Fijos\_ Maquinarias, equipos y herramientas*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Máquina de café profesional	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Percoladoras de café	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Horno	2	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00
vitricas pasteleras y refrigeradas	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Molinos de café	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Máquina de hielo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Chocolateras	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Máquina de helado suave de yogurt	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Lavavajillas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Licadoras	1	\$ 140,00	\$ 140,00
<b>Total</b>			<b>\$ 5.320,00</b>

Elaborado por: Vera Maricela

#### 8.4.2 Inversión de Activos Intangibles

**Tabla 51:** *Inversión de Activos Intangibles\_ Área de Producción*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Adecuaciones	1	\$ 40,50	\$ 40,50
<b>Total</b>			<b>\$ 40,50</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 52:** *Inversión de Activos Intangibles\_ Área Administrativa*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
Constitución empresarial	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Marca o patente	1	\$ 325,00	\$ 325,00
Permisos funcionamiento	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Permiso Sanitario	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Cuerpo de bomberos	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Adecuaciones	1	\$ 23,90	\$ 23,90
<b>Total</b>			<b>\$ 783,90</b>

Elaborado por: Vera Maricela.

### 8.4.3 Capital de Trabajo

**Tabla 53:** *Capital de Trabajo\_Área de administrativa*

<b>Año 1</b>	
Meses	3
Egresos Anuales	\$ 16.234,42
Promedio de Egresos Trimestrales	<b>\$ 4.058,61</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 54:** *Capital de trabajo\_Área de producción*

<b>Año 1</b>	
Meses	3
Egresos Anuales	\$ 75.772,48
Promedio de Egresos Trimestrales	<b>\$ 18.943,12</b>
<b>Capital de Trabajo Total</b>	<b>\$ 23.001,72</b>

Elaborado por: Vera Maricela

### 8.4.4 Inversión Área de producción

**Tabla 55:** *Inversión\_Área de producción*

<b>Concepto</b>	<b>Valores</b>
<i>Activos Fijos</i>	\$ 6.620,00
Vehículo	\$ 1.300,00
Maquinaria, equipo y herramientas	\$ 5.320,00
<i>Capital de trabajo</i>	\$ 20.625,60
<b>Total</b>	<b>\$ 27.245,60</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 56:** *Inversión\_Área Administrativa*

<b>Concepto</b>	<b>Valores</b>
<i>Activos Fijos</i>	\$ 890,00
Equipo de computación	\$ 890,00
<i>Activos Intangibles</i>	\$ 783,90
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 4.058,61
<b>Total</b>	<b>\$ 5.732,51</b>

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 57: Resumen general de inversión**

<b>Concepto</b>	
<i>Activos Fijos</i>	\$ 7.510,00
Vehículo	\$ 1.300,00
Equipo de computación	\$ 890,00
Maquinaria, equipo y herramientas	\$ 5.320,00
<i>Activos Intangibles</i>	\$ 783,90
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 24.689,21
<b>Total</b>	<b>\$ 32.978,11</b>

Elaborado por: Vera Maricela

### 8.5 Líneas de financiamiento

**Tabla 58: Línea de Financiamiento**

<b>Total de Inversión</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 32.978,11</b>
% Inversión Crédito	70%	\$ 23.084,68
% Inversión Accionistas	30%	\$ 9.893,43

Elaborado por: Vera Maricela

Se contará con 2 accionistas los cuales aportará el 10%, cada uno del presupuesto total para llevar a cabo el desarrollo de este plan de negocio.

**Tabla 59: Información de financiamiento**

<b>BanEcuador</b>	
<b>Monto de Crédito</b>	<b>\$ 21.906,94</b>
Tipo de Amortización	Francés
Tasa de interés anual	9,76%
Plazo años	5
Tasa de interés mensual	0,81%
Plazo Meses	60
Cuota Fija	462,87

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 60:** *Tabla de amortización de crédito*

<b>Financiamiento externo</b>				
<b>Periodo</b>	<b>Saldo</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
0	\$ 21.906,94	\$ -	\$ -	\$ -
1	\$ 21.622,24	\$ 284,70	\$ 178,18	\$ 462,87
2	\$ 21.335,22	\$ 287,01	\$ 175,86	\$ 462,87
3	\$ 21.045,88	\$ 289,35	\$ 173,53	\$ 462,87
4	\$ 20.754,17	\$ 291,70	\$ 171,17	\$ 462,87
5	\$ 20.460,10	\$ 294,07	\$ 168,80	\$ 462,87
6	\$ 20.163,63	\$ 296,47	\$ 166,41	\$ 462,87
7	\$ 19.864,76	\$ 298,88	\$ 164,00	\$ 462,87
8	\$ 19.563,45	\$ 301,31	\$ 161,57	\$ 462,87
9	\$ 19.259,69	\$ 303,76	\$ 159,12	\$ 462,87
10	\$ 18.953,46	\$ 306,23	\$ 156,65	\$ 462,87
11	\$ 18.644,74	\$ 308,72	\$ 154,15	\$ 462,87
12	\$ 18.333,51	\$ 311,23	\$ 151,64	\$ 462,87
13	\$ 18.019,75	\$ 313,76	\$ 149,11	\$ 462,87
14	\$ 17.703,43	\$ 316,31	\$ 146,56	\$ 462,87
15	\$ 17.384,55	\$ 318,89	\$ 143,99	\$ 462,87
16	\$ 17.063,06	\$ 321,48	\$ 141,39	\$ 462,87
17	\$ 16.738,97	\$ 324,10	\$ 138,78	\$ 462,87
18	\$ 16.412,24	\$ 326,73	\$ 136,14	\$ 462,87
19	\$ 16.082,85	\$ 329,39	\$ 133,49	\$ 462,87
20	\$ 15.750,78	\$ 332,07	\$ 130,81	\$ 462,87
21	\$ 15.416,01	\$ 334,77	\$ 128,11	\$ 462,87
22	\$ 15.078,52	\$ 337,49	\$ 125,38	\$ 462,87
23	\$ 14.738,29	\$ 340,24	\$ 122,64	\$ 462,87
24	\$ 14.395,28	\$ 343,00	\$ 119,87	\$ 462,87
25	\$ 14.049,49	\$ 345,79	\$ 117,08	\$ 462,87
26	\$ 13.700,88	\$ 348,61	\$ 114,27	\$ 462,87
27	\$ 13.349,44	\$ 351,44	\$ 111,43	\$ 462,87
28	\$ 12.995,14	\$ 354,30	\$ 108,58	\$ 462,87
29	\$ 12.637,96	\$ 357,18	\$ 105,69	\$ 462,87
30	\$ 12.277,88	\$ 360,09	\$ 102,79	\$ 462,87
31	\$ 11.914,86	\$ 363,01	\$ 99,86	\$ 462,87
32	\$ 11.548,89	\$ 365,97	\$ 96,91	\$ 462,87
33	\$ 11.179,95	\$ 368,94	\$ 93,93	\$ 462,87
34	\$ 10.808,00	\$ 371,94	\$ 90,93	\$ 462,87
35	\$ 10.433,03	\$ 374,97	\$ 87,91	\$ 462,87
36	\$ 10.055,02	\$ 378,02	\$ 84,86	\$ 462,87
37	\$ 9.673,92	\$ 381,09	\$ 81,78	\$ 462,87
38	\$ 9.289,73	\$ 384,19	\$ 78,68	\$ 462,87
39	\$ 8.902,41	\$ 387,32	\$ 75,56	\$ 462,87
40	\$ 8.511,94	\$ 390,47	\$ 72,41	\$ 462,87
41	\$ 8.118,30	\$ 393,64	\$ 69,23	\$ 462,87
42	\$ 7.721,45	\$ 396,85	\$ 66,03	\$ 462,87
43	\$ 7.321,38	\$ 400,07	\$ 62,80	\$ 462,87

44	\$ 6.918,05	\$ 403,33	\$ 59,55	\$ 462,87
45	\$ 6.511,44	\$ 406,61	\$ 56,27	\$ 462,87
46	\$ 6.101,52	\$ 409,92	\$ 52,96	\$ 462,87
47	\$ 5.688,28	\$ 413,25	\$ 49,63	\$ 462,87
48	\$ 5.271,67	\$ 416,61	\$ 46,26	\$ 462,87
49	\$ 4.851,67	\$ 420,00	\$ 42,88	\$ 462,87
50	\$ 4.428,25	\$ 423,41	\$ 39,46	\$ 462,87
51	\$ 4.001,39	\$ 426,86	\$ 36,02	\$ 462,87
52	\$ 3.571,06	\$ 430,33	\$ 32,54	\$ 462,87
53	\$ 3.137,23	\$ 433,83	\$ 29,04	\$ 462,87
54	\$ 2.699,87	\$ 437,36	\$ 25,52	\$ 462,87
55	\$ 2.258,96	\$ 440,92	\$ 21,96	\$ 462,87
56	\$ 1.814,46	\$ 444,50	\$ 18,37	\$ 462,87
57	\$ 1.366,34	\$ 448,12	\$ 14,76	\$ 462,87
58	\$ 914,58	\$ 451,76	\$ 11,11	\$ 462,87
59	\$ 459,14	\$ 455,44	\$ 7,44	\$ 462,87
60	\$ 0,00	\$ 459,14	\$ 3,73	\$ 462,87

Elaborado por: Vera Maricela

**Tabla 61:** *Resumen anual de pago de crédito*

<b>Egresos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Pago de interés	\$ 1.981,07	\$ 1.616,27	\$ 1.214,23	\$ 771,15	\$ 282,83
Pago de capital	\$ 3.573,43	\$ 3.938,23	\$ 4.340,27	\$ 4.783,35	\$ 5.271,67
<b>Total</b>	<b>\$ 5.554,50</b>				

Elaborado por: Vera Maricela

## 8.6 Flujo de caja proyectado (5 años)

**Tabla 62:** Estado de Flujo de efectivo

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Actividades de Operación</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Utilidad Neta		\$ 12.253,25	\$ 7.841,33	\$ 7.979,65	\$ 8.142,75	\$ 8.337,76
Depreciación		\$ 1.088,67	\$ 1.088,67	\$ 1.088,67	\$ 1.091,84	\$ 1.091,84
Amortización		\$ 164,88	\$ 164,88	\$ 164,88	\$ 164,88	\$ 164,88
15% Participación de Trabajadores		\$ 2.772,23	\$ (998,17)	\$ 31,29	\$ 36,90	\$ 44,12
22% Impuesto a la Renta		\$ 3.456,05	\$ (1.244,39)	\$ 39,01	\$ 46,00	\$ 55,00
<b>Total de Actividades de Operación</b>		<b>\$19.735,07</b>	<b>\$ 6.852,32</b>	<b>\$9.303,50</b>	<b>\$9.482,37</b>	<b>\$9.693,60</b>
<b>Actividades de Inversión</b>						
Compra de activos fijos	\$ (8.293,90)			\$ (899,51)		
<b>Total de Actividades de Inversión</b>	<b>\$ (8.293,90)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ (899,51)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Actividades de Financiamiento</b>						
Financiamiento externo	\$23.084,68	\$(3.765,54)	\$(4.149,95)	\$(4.573,60)	\$(5.040,51)	\$(5.555,08)
Financiamiento accionario	\$ 9.893,43					\$ 9.893,43
Pago a accionistas		\$(1.225,33)	\$ (784,13)	\$ (797,97)	\$ (814,28)	\$ (833,78)
<b>T. de Actividades de Financiamiento</b>	<b>\$32.978,11</b>	<b>\$(4.990,86)</b>	<b>\$(4.934,08)</b>	<b>\$(5.371,57)</b>	<b>\$(5.854,78)</b>	<b>\$ 3.504,58</b>

Elaborado por: Vera Maricela

## 8.7 Estado de resultados proyectados (5 años)

**Tabla 63:** *Estado de Resultados*

<b>Estado de Resultado</b>					
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas	\$ 119.305,96	\$ 119.656,86	\$ 120.007,76	\$ 120.358,66	\$ 120.709,56
Costos de venta	\$ 82.502,43	\$ 88.904,99	\$ 89.411,40	\$ 89.920,28	\$ 90.431,67
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 36.803,52</b>	<b>\$ 30.751,86</b>	<b>\$ 30.596,36</b>	<b>\$ 30.438,37</b>	<b>\$ 30.277,89</b>
Gastos fijos	\$ 16.234,42	\$ 17.221,65	\$ 17.281,18	\$ 17.344,09	\$ 17.404,04
Gastos financieros	\$ 2.087,58	\$ 1.703,16	\$ 1.279,51	\$ 812,61	\$ 298,04
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 18.481,53</b>	<b>\$ 11.827,05</b>	<b>\$ 12.035,67</b>	<b>\$ 12.281,68</b>	<b>\$ 12.575,81</b>
15% participación a trabajadores	\$ 2.772,23	\$ 1.774,06	\$ 1.805,35	\$ 1.842,25	\$ 1.886,37
<b>Utilidad Antes de Impuesto a la Renta</b>	<b>\$ 15.709,30</b>	<b>\$ 10.052,99</b>	<b>\$ 10.230,32</b>	<b>\$ 10.439,43</b>	<b>\$ 10.689,44</b>
22% Impuesto a la Renta	\$ 3.456,05	\$ 2.211,66	\$ 2.250,67	\$ 2.296,67	\$ 2.351,68
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>\$ 12.253,25</b>	<b>\$ 7.841,33</b>	<b>\$ 7.979,65</b>	<b>\$ 8.142,75</b>	<b>\$ 8.337,76</b>
10% Pagos a accionistas	\$ 1.225,33	\$ 784,13	\$ 797,97	\$ 814,28	\$ 833,78
<b>Utilidad Retenida</b>	<b>\$ 11.027,93</b>	<b>\$ 7.057,20</b>	<b>\$ 7.181,69</b>	<b>\$ 7.328,48</b>	<b>\$ 7.503,99</b>

Elaborado por: Vera Maricela

## 8.8 Estado de situación financiera proyectado (5 años)

**Tabla 64:** Estado de Situación Financiera

<b>BALANCE GENERAL</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Activos</b>						
<i>Activos Corrientes</i>						
Caja	\$24.684,21	\$ 39.428,42	\$41.346,66	\$ 44.379,08	\$ 48.006,67	\$ 61.204,86
<i>Activos Fijos</i>						
Vehículo	\$ 1.300,00	\$1.040,00	\$ 780,00	\$ 520,00	\$ 260,00	\$ 0,00
Equipo de computación	\$ 890,00	\$ 593,33	\$ 296,67	\$ 899,51	\$ 599,67	\$ 299,84
Maquinas, equipo y herramientas	\$ 5.320,00	\$4.788,00	\$ 4.256,00	\$ 3.724,00	\$ 3.192,00	\$ 2.660,00
Activos Intangibles	\$ 783,90	\$ 619,02	\$ 454,14	\$ 289,26	\$ 124,38	-\$ 40,50
<b>Total Activos</b>	<b>\$32.978,11</b>	<b>\$46.468,78</b>	<b>\$ 47.133,47</b>	<b>\$ 49.811,85</b>	<b>\$ 52.182,73</b>	<b>\$ 64.124,19</b>
<b>Pasivos</b>						
<i>Pasivos a Corto Plazo</i>						
Préstamo Bancario	\$ 3.765,54	\$ 4.149,95	\$ 4.573,60	\$ 5.040,51	\$ 5.555,08	\$ 0,00
Participación trab. Por pagar		\$ 2.772,23	\$ 1.774,06	\$ 1.805,35	\$ 1.842,25	\$ 1.886,37
Impuesto a la Renta por Pagar		\$ 3.456,05	\$ 2.211,66	\$ 2.250,67	\$ 2.296,67	\$ 2.351,68
<i>Pasivos a Largo Plazo</i>						
Préstamo Bancario	\$19.319,14	\$ 15.169,19	\$ 10.595,58	\$ 5.555,08	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Total, Pasivos</b>	<b>\$23.084,68</b>	<b>\$ 25.547,41</b>	<b>\$ 19.154,90</b>	<b>\$ 14.651,61</b>	<b>\$ 9.694,00</b>	<b>\$ 4.238,05</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital accionario	\$ 9.893,43	\$ 9.893,43	\$ 9.893,43	\$ 9.893,43	\$ 9.893,43	\$ 19.786,87
Utilidad del ejercicio		\$ 12.253,25	\$ 7.841,33	\$ 7.979,65	\$ 8.142,75	\$ 8.337,76
Pago de utilidades		-\$ 1.225,33	-\$ 784,13	-\$ 797,97	-\$ 814,28	-\$ 833,78
Utilidades retenidas			\$ 11.027,93	\$ 18.085,13	\$ 25.266,81	\$ 32.595,29
<b>Total, Patrimonio</b>	<b>\$ 9.893,43</b>	<b>\$ 20.921,36</b>	<b>\$ 27.978,56</b>	<b>\$ 35.160,25</b>	<b>\$ 42.488,72</b>	<b>\$ 59.886,15</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$32.978,11</b>	<b>\$46.468,78</b>	<b>\$47.133,47</b>	<b>\$49.811,85</b>	<b>\$52.182,73</b>	<b>\$64.124,19</b>

Elaborado por: Vera Maricela

## CAPITULO IX

### 9 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para el desarrollo de este capítulo, se procederá con la evaluación de la viabilidad y rentabilidad de dicho proyecto de emprendimiento, por ende, se realizará el cálculo del costo de oportunidad, misma que se ve reflejada en la siguiente tabla.

**Tabla 65: Costo de Oportunidad**

<b>Ke</b>	7%	Coste de los Fondos Propios
<b>E</b>	\$ 9.893,43	Fondos Propios
<b>D</b>	\$ 23.084,68	Deuda Financiera
<b>Kd</b>	9,76%	Coste de la Deuda Financiera
<b>T</b>	33,70%	Tasa impositiva
<b>WACC (CPPC) =</b>	<b>6,63%</b>	

Elaborado por: Vera Maricela

#### 9.1 VAN

Para determinar el VAN (Valor Actual Neto) del proyecto, dependerá del valor del financiamiento adicional los flujos netos anuales y el costo de oportunidad obtenidos anteriormente, el cálculo correspondiente se evidencia en la tabla a continuación.

**Tabla 66: Valor Actual Neto**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Financiamiento</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Neto</b>
	\$ 24.684,21	\$ 14.744,21	\$ 1.918,24	\$ 3.032,42	\$ 3.627,59
					\$ 13.198,19
Costo de Oportunidad	6,63%				
<b>VAN</b>	<b>\$ 5.712,47</b>				

Elaborado por: Vera Maricela

Al obtener como resultado un valor positivo se puede decir que el proyecto es factible.

## 9.2 TIR

Para determinar el TIR (Tasa Interna de Retorno) del proyecto, dependerá del cálculo de flujos netos anuales aplicando la fórmula del TIR, mismo que se muestra en la tabla a continuación.

**Tabla 67:** *Tasa Interna de Retorno*

	1	2	3	4	5
<b>Financiamiento</b>	<b>Flujo Neto</b>				
\$ (24.684,21)	\$ 14.744,21	\$ 1.918,24	\$ 3.032,42	\$ 3.627,59	\$ 13.198,19
<b>TIR</b>	<b>15,40%</b>				

Elaborado por: Vera Maricela

Al obtener como resultado un TIR mayor al costo de oportunidad se determina que el proyecto es rentable y por lo tanto, es aceptado.

## 9.3 Relación beneficio/costo (RBC)

**Tabla 68:** *Relación de beneficio/costo*

<b>Relación Beneficio/Costo</b>	
<b>VAN Ingresos</b>	\$ 30.396,68
<b>/VAN Egresos</b>	\$ 24.684,21
<b>R (B/C)</b>	<b>1,23</b>

Elaborado por: Vera Maricela

De tal manera, se evidencia en la tabla anterior la relación del beneficio-costo, la cual indica que el proyecto tendrá una viabilidad  $B/C > 1$ , es decir, los beneficios serán mayores que los costos, mismo que logra ser considerado para llevar a cabo dicho proyecto de emprendimiento.

## 9.4 Razones financieras

El cálculo de la razón financiera de liquidez, endeudamiento y rentabilidad, nos ayudará a conocer si el proyecto tendrá viabilidad, de tal manera, se realicen las debidas tomas de decisiones que garanticen la permanencia de dicha microempresa dentro del mercado.

### 9.4.1 Liquidez

La razón de liquidez, refiere que por cada \$1 de deuda que la empresa mantenga esta tendrá \$3.80, misma que permitirá cubrir las necesidades dentro del período 1 y así de manera consecutiva.

**Tabla 69:** Razón de liquidez

<b>Liquidez</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Activo Corriente	\$ 39.428,42	\$ 41.346,66	\$ 44.379,08	\$ 48.006,67	\$ 61.204,86
/Pasivo Corriente	\$ 10.378,23	\$ 8.559,32	\$ 9.096,53	\$ 9.694,00	\$ 4.238,05
<b>(=) Razón Corriente</b>	<b>\$ 3,80</b>	<b>\$ 4,83</b>	<b>\$ 4,88</b>	<b>\$ 4,95</b>	<b>\$ 14,44</b>

Elaborado por: Vera Maricela

### 9.4.2 Endeudamiento

**Tabla 70:** Razón de endeudamiento

<b>Endeudamiento</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Pasivos totales	\$ 25.547,41	\$ 19.154,90	\$ 14.651,61	\$ 9.694,00	\$ 4.238,05
/Activos totales	\$ 46.468,78	\$ 47.133,47	\$ 49.811,85	\$ 52.182,73	\$ 64.124,19
<b>(=) Nivel de endeudamiento</b>	<b>55%</b>	<b>41%</b>	<b>29%</b>	<b>19%</b>	<b>7%</b>

Elaborado por: Vera Maricela

### 9.4.3 Rentabilidad

**Tabla 71:** Índice de Rentabilidad

<b>Rentabilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Utilidad Neta	\$ 12.253,25	\$ 7.841,33	\$ 7.979,65	\$ 8.142,75	\$ 8.337,76
/Ventas totales anuales	\$ 119.305,96	\$ 119.656,86	120.007,76	120.358,66	120.709,56
<b>(=) Tasa de margen de beneficio</b>	<b>10,3%</b>	<b>6,6%</b>	<b>6,6%</b>	<b>6,8%</b>	<b>6,9%</b>

Elaborado por: Vera Maricela

A través de los resultados obtenidos una vez calculados el índice de rentabilidad, se obtuvo que el margen de beneficio de la empresa será de 10.3% en el primer período, es decir, que por cada \$1 generado por la empresa tendrá \$0,10 centavos de utilidad.

## CONCLUSIONES

- ✚ El presente proyecto de emprendimiento para la creación de una microempresa dedicada a la cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta, se considera que factible y rentable considerando factores y estudios que se desarrolló de la misma.
- ✚ Luego de haber realizado análisis internos y externos que considera que el presente proyecto es muy favorable ya que analizando los dos factores se puede visualizar que como la ciencia ha avanzado, las nuevas tecnologías nos ayudan a optimizar tiempos y recursos.
- ✚ Con los resultados obtenidos a través del estudio de mercadeo nos demuestran que los consumidores del café y sus derivaciones tienen una gran acogida ante la ciudadanía ya sea por su sabor, su calidad y el servicio que se le pueda dar a domicilio, analizando las ofertas, descuentos, promociones que se le pueda dar a los clientes.
- ✚ Después de haber realizado dicho estudio de campo se puede visualizar que el presente proyecto de emprendimiento tiene una buena aceptación en su localidad siendo esta una ciudad muy productiva contando con diferentes parroquias principalmente la de Eloy Alfaro, Barrio las Vegas considerando que este es un punto clave para la ubicación del presente proyecto de emprendimiento.

## RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda ejecutar el presente proyecto de emprendimiento para la creación de una microempresa que brinde servicios de cafetería siendo esta temática ubicándose en la ciudad de Manta.
- ✚ Es importante estar pendiente de la ciencia ya que hoy en día la tecnología avanza y eso sería un gran apoyo para la creación de una microempresa implementando recursos tecnológicos que les facilite y optimicen recursos dentro de la misma.
- ✚ Se recomienda realizar constantemente estudios mercadotécnicos para conocer los gustos y preferencias de los consumidores y de la misma manera saber conocer nuevas sugerencias que la ciudadanía pueda opinar de dicho proyecto de emprendimiento.
- ✚ Se recomienda que la creación de este proyecto por lo menos cuente con un mínimo de socios siendo así compartidas las inversiones y contando con una participación en las utilidades y no olvidar el financiamiento realizado a la entidad bancaria como lo es BanEcuador.

## BIBLIOGRAFÍA

- Beltrán Romero, G. (2011). *Proyectos de emprendimiento*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5649/1/Proyectos%20de%20Emprendimiento%20.pdf>
- Derecho Ecuador . (10 de 07 de 2018). *DerechoEcuador*. Obtenido de MSc. Julio Flores: <https://derechoecuador.com/microempresa/>
- Fernández Loja, K., & Jahaira, L. E. (2018). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA PARISINA-PERUANA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO*. Obtenido de Tesis USAT: [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1527/1/TL\\_LlontopEugenioJahaira\\_FernandezLojaKresly.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1527/1/TL_LlontopEugenioJahaira_FernandezLojaKresly.pdf)
- Foros Ecuador. (2018). *15 Ejemplos de Proyectos de Emprendimiento innovadores (para estudiantes de Colegio)*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/160346-15-ejemplos-de-proyectos-de-emprendimiento-innovadores-para-estudiantes-de-colegio>
- Freire Muñoz, D., & Acuña Perrazo, Á. (2017). *Diseño de un plan de emprendimiento de una cafetería temática de rally, en el cantón Patate, provincia de Tungurahua*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/7364>
- Gómez olea, L., & Mendoza Cruz, E. (2019). *Análisis de factibilidad para la creación de una cafetería con temática cinematográfica en Milagro*. Obtenido de Repositorio de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42092>
- ICO. (2018). *International Coffee organization*. Obtenido de [https://www.ico.org/ES/coffee\\_storyc.asp](https://www.ico.org/ES/coffee_storyc.asp)
- Ismiño Moya, K. (2020). *Modelo de negocio para la apertura de una cafetería temática de arte en miraflores*. Obtenido de [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/12795/Ismi%C3%B1o\\_Moya\\_Katherine\\_Isabel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/12795/Ismi%C3%B1o_Moya_Katherine_Isabel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Pearson.

Muñoz, M. (2018). *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERÍA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE QUITO-ECUADOR*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14801/ESTUDIO%20DE%20PREFACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20UNA%20CAFETERIA%20ORGANICA%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20QUITO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nestlé Ecuador. (2017). *Nestlé*. Obtenido de <https://professional.yelmocines.es/5-tendencias-consumo-cine/>

Pacheco Rosero, M. L. (2015). *Plan de negocios para la creación de una cafetería temática de cupcakes en la ciudad de Quito*. Obtenido de Repositorio PUCE: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8771/TESIS%20MLPR%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ponce, E. (2017). *Requisitos para abrir un Local Comercial: Trámites necesarios, Qué es y MÁS*. Obtenido de <https://gestionalo.net/colombia/requisitos-para-abrir-un-local-comercial/>

PRIMICIAS. (2022). *La inflación llegó a 2.89% en abril del 2022*. Obtenido de [primicias.ec/noticias/economia/inflacion-ecuador-abril-alimentos-transporte/](http://primicias.ec/noticias/economia/inflacion-ecuador-abril-alimentos-transporte/)

Reyes, P. (2020). *Tendencias de consumo: transformaciones que constituyen a los nuevos consumidores y se establecen en las estrategias de los nuevos mercados*. Obtenido de [https://javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema3/ponencia\\_09.html#:~:text=Las%20tendencias%20de%20consumo%20se,de%20reinventarse%20y%20de%20adaptarse.](https://javeriana.edu.co/unesco/buenvivir/contenido/ponencias/tema3/ponencia_09.html#:~:text=Las%20tendencias%20de%20consumo%20se,de%20reinventarse%20y%20de%20adaptarse.)

Torres Solís, N. (2013). *Creación de una nueva cafetería*. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/14113/1/CP2013%20T676n.pdf>

Villacrés Sánchez, D. (2020). *Plan de negocio para la producción, distribución y comercialización de repostería saludabe al Norte de Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4311/1/T-UIDE-1349.pdf>

Wiki Eqi. (2017). *Análisis interno en Proyectos de negocio*. Obtenido de [https://www.eoi.es/wiki/index.php/An%c3%a1lisis\\_interno\\_en\\_Proyectos\\_de\\_negocio#An.C3.A1lisis\\_interno\\_para\\_empresas\\_de\\_nueva\\_creaci.C3.B3n](https://www.eoi.es/wiki/index.php/An%c3%a1lisis_interno_en_Proyectos_de_negocio#An.C3.A1lisis_interno_para_empresas_de_nueva_creaci.C3.B3n)

## ANEXOS

### Encuestas

El presente proyecto investigativo tiene la finalidad de conocer la viabilidad que tendrá a través de 383 encuestas es decir se realizaron a la ciudadanía de Manta unas pequeñas preguntas para conocer si es factible la creación de una cafetería temática con servicios agregados, a ubicarse en la ciudad de Manta y de la misma manera a continuación se detallaran las preguntas que han sido aplicada para la misma.

#### **Indique el rango de edad al que pertenece.**

10-19 ( )

20-29 ( )

30-39 ( )

40-49 ( )

50-59 ( )

60 o más. ( )

#### **Señale su genero**

Masculino ( )

Femenino ( )

Otros ( )

#### **1. ¿A usted le gusta el café?**

Si ( )

No ( )

#### **2. ¿Con que frecuencia usted consume café?**

Muy pocas veces ( )

Regularmente ( )

Siempre ( )

Nunca ( )

**3. ¿Cree usted que si se creara una cafetería temática donde encontrara variedades de bebidas, postres estaría dispuesto a visitarnos?**

Si ( ) No ( ) Talvez ( )

**4. ¿A usted le gustaría visitar la cafetería temática?**

Si ( ) No ( ) Talvez ( )

**5. ¿Actualmente conoce una cafetería que pueda estar ofreciendo productos similares a los que se ofrecerá en este establecimiento?**

Si ( ) No ( )

**6. ¿Usted actualmente visita una de estas cafeterías?**

DULCE AND CREMOSO ( )

CAFETERÍA ESPAÑOLA ( )

CAFETERÍA EXPRESS ( )

CAFETERÍA MACARON ( )

CAFETERÍA MOOI ( )

CAFETERÍA VERDE CAFÉ ( )

COFFEE TIME ( )

MORETTO CAFÉ BAR ( )

PASTELERÍA ALISS CAFÉ ( )

**7. ¿Con que frecuencia usted visita una cafetería?**

2 veces a la semana ( )

3 veces quincenal ( )

15 días al mes ( )

Diariamente ( )

**8. ¿A qué horario suele visitar usted las cafeterías?**

En la mañana ( )

En la tarde ( )

En la noche ( )

**9. ¿Cuándo usted visita una cafetería que es lo que más consume?**

Moka latte con salsa de chocolate ( )

Café latte ( )

Café con salsa de chocolate ( )

Chocolate a la taza con topping ( )

Crepas ( )

Chapatas y sándwiches ( )

Churros ( )

Coffee pastries ( )

**10. ¿Qué factores usted analiza para el momento de elegir una cafetería?**

La atención ( )

El ambiente ( )

La comodidad ( )

El precio ( )

La calidad del producto ( )

La ubicación ( )

**11. ¿Qué le gustaría recibir en la cafetería temática?**

Descuentos ( )

2X1 ( )

Muestras gratis ( )

Piqueos de entradas ( )

**12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por producto?**

\$ 2,75 ( )

\$ 2,50 ( )

\$ 3,25 ( )

\$ 1,25 ( )

\$ 2,95 ( )

\$ 3,50 ( )

**13. ¿Cómo le gustaría que se acondicionara la instalación de una cafetería temática?**

Al aire libre ( )

Un lugar tranquilo ( )

Música al ambiente ( )

Un lugar cerrado ( )

**14. ¿Usted recomendaría que visiten la cafetería temática?**

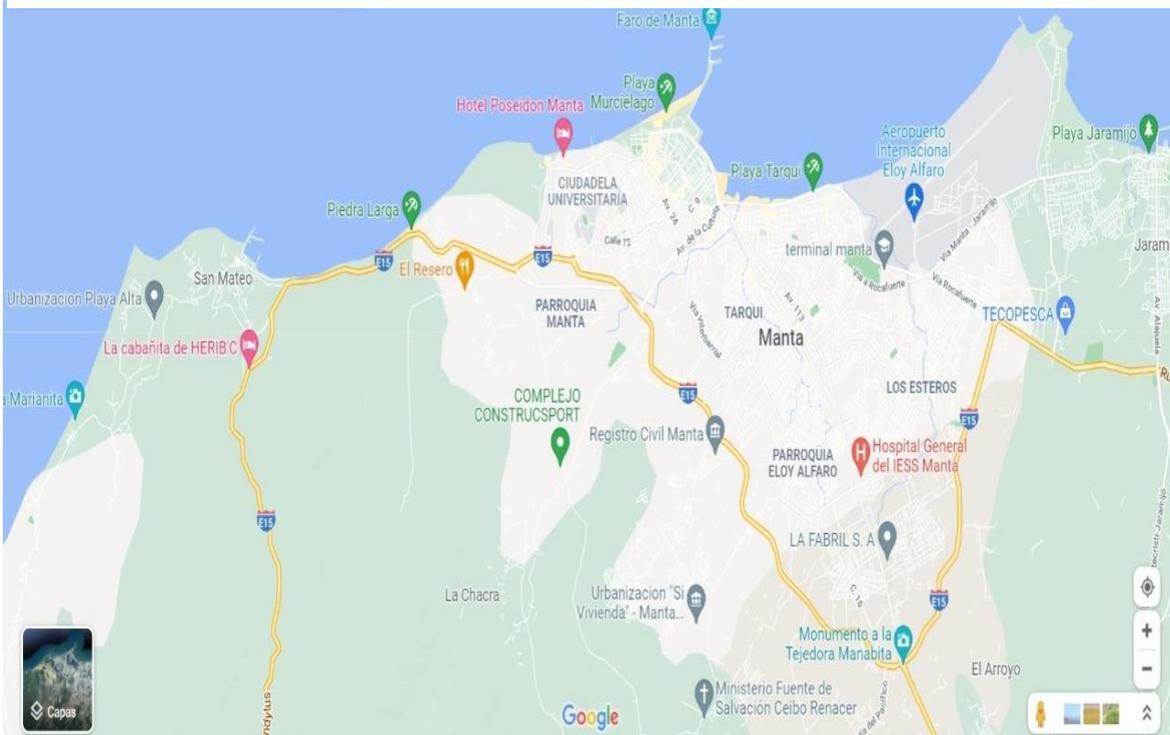
Si ( )

No ( )

Talvez ( )

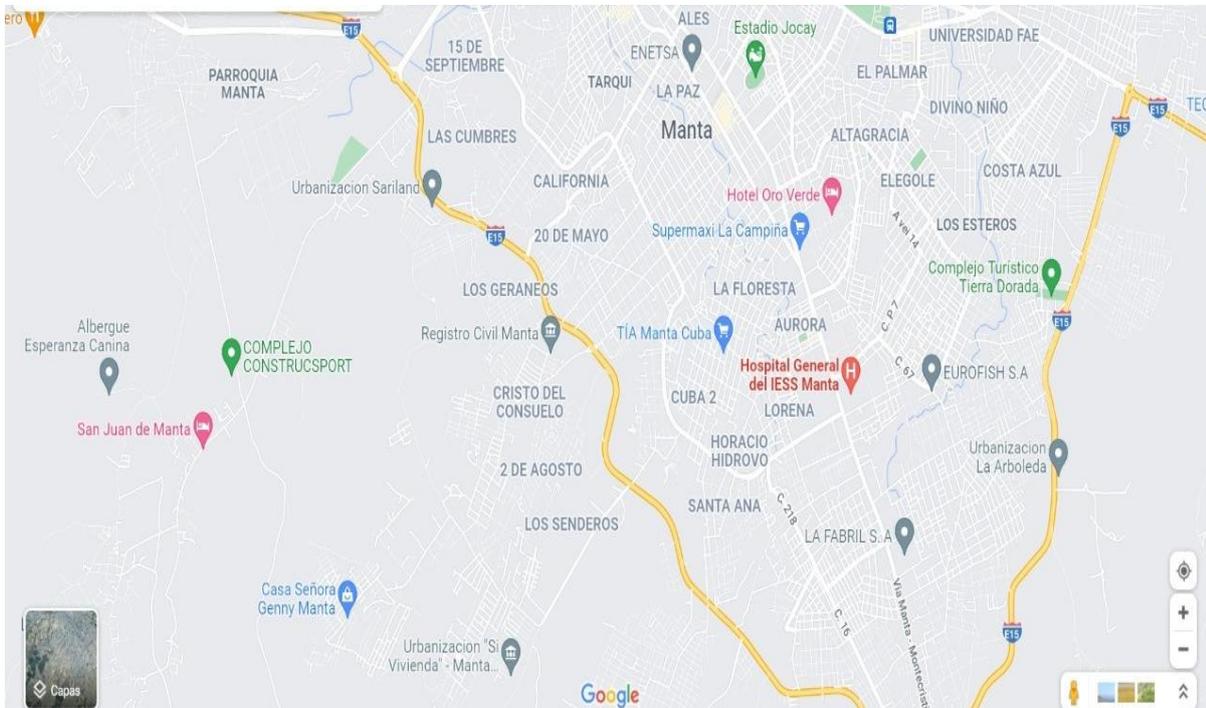
*¡Gracias por su tiempo y colaboración!*

**Ilustración 11: Localización Manta-Manabí**



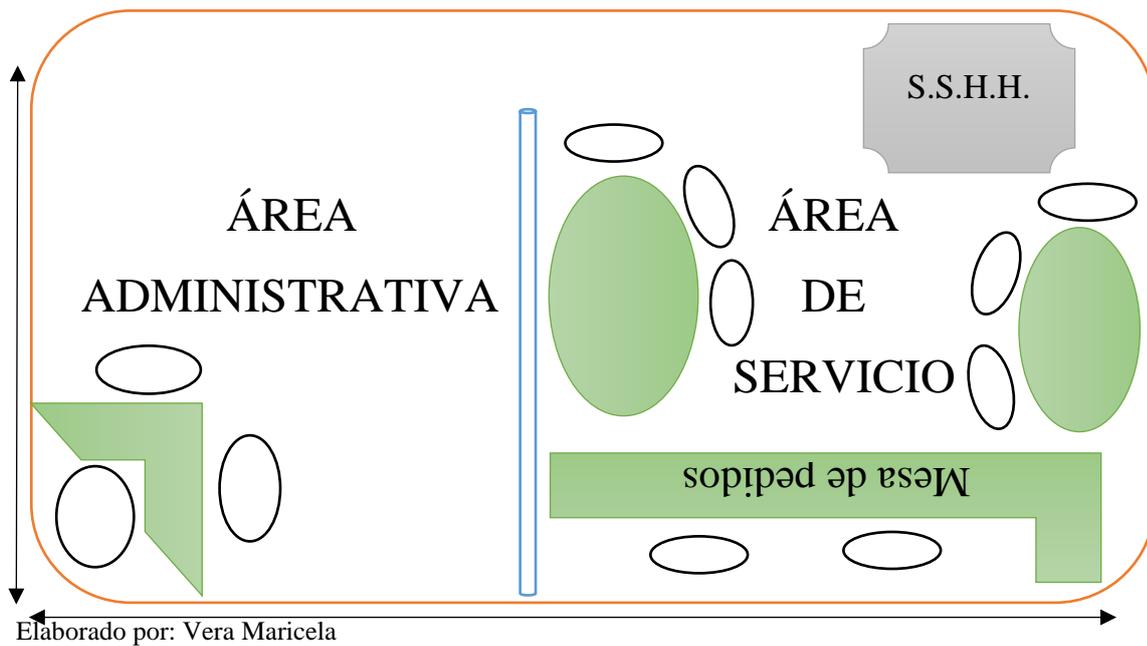
Fuente: Google Maps

**Ilustración 12: Localización Cuba-Manta**

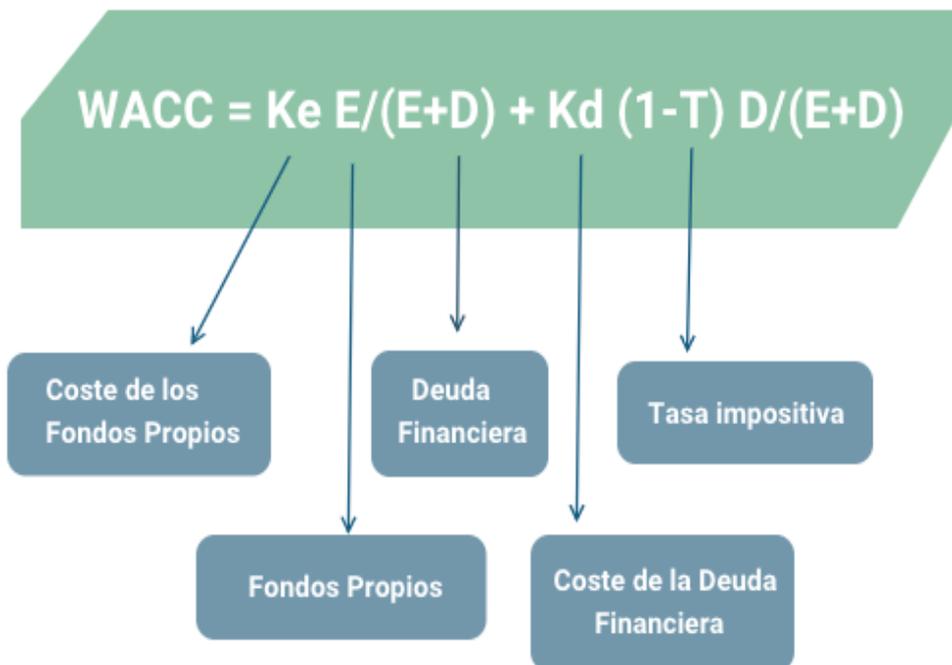


Fuente: Google Maps

**Ilustración 13: Estructura Empresarial**



**Ilustración 14: Cálculo de Costo de Oportunidad**



**Ilustración 15: Tabla de amortización de BanEcuador**

**BanEcuador**

*Detalle Simulación de Crédito*

<b>Tipo</b>	<i>PYME</i>	<b>Tasa Nominal(%)</b>	9.76
<b>Destino</b>	<i>Activo Fijo</i>	<b>Tasa Efectiva(%)</b>	10.21
<b>Sector Económico</b>	<i>N/A</i>	<b>Monto(USD)</b>	23,085.00
<b>Facilidad</b>	<i>Pequeña y Mediana Empresa</i>	<b>Plazo(Años)</b>	5
<b>Tipo Amortización</b>	<i>Cuota Fija</i>	<b>Fecha Simulación</b>	2022-05-18
<b>Forma de Pago</b>	<i>Mensual</i>		

*Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.*

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	23085.00			
1	22784.99	300.01	187.76	487.77
2	22482.54	302.45	185.32	487.77
3	22177.63	304.91	182.86	487.77
4	21870.25	307.39	180.38	487.77
5	21560.36	309.89	177.88	487.77
6	21247.95	312.41	175.36	487.77
7	20933.00	314.95	172.82	487.77
8	20615.49	317.51	170.26	487.77
9	20295.39	320.09	167.67	487.77
10	19972.70	322.70	165.07	487.77
11	19647.38	325.32	162.44	487.77
12	19319.41	327.97	159.80	487.77
13	18988.77	330.64	157.13	487.77
14	18655.45	333.32	154.44	487.77

Fuente: Simulador de Crédito de BanEcuador

**Ilustración 16: Descripción de vehículo**

