



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

Título:

Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas.

Autor

Johanna Stefany Riofrío Pacheco

Tutor

Ing. Marlon Tinajero Jiménez. MBA.

LATACUNGA-ECUADOR

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería Café Victoria en la ciudad de Ambato” presentado por Riofrío Pacheco Johanna Stefany, para optar por el Título de Magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal de lectores que se designe.

Latacunga, octubre del 2021



Ing. Marlon Rubén Tinajero Jiménez, MBA
CC.: 050208033-6

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de titulación “Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato”, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, noviembre del 2021

Dr. Vásquez Erazo Edwin Joselito PhD.
C.C. 1001303997
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

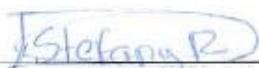
MSc. Veintimilla Ruiz Jirma Elizabeth
C.C. 0502969587
LECTOR 2

MSc. Montenegro Cueva Efrén Gonzalo
C.C. 0502209992
LECTOR 3

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, septiembre del 2021

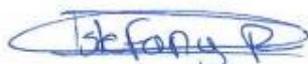


Johanna Stefany Riofrío Pacheco
C.C. 050320331-7

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, septiembre del 2021

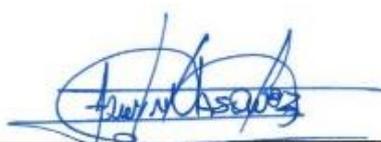


Johanna Stefany Riofrío Pacheco
C.C. 050320331-7

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de titulación “Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato”, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, noviembre del 2021



Dr. Vázquez Erazo Edwin Josclito PhD.
C.C. 1001303997

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE PROGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO: “Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato”

Autor: Riofrío Pacheco Johanna Stefany

Tutor: Tinajero Jiménez Marlon

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria” en la ciudad de Ambato, por lo que se realizó un estudio de mercado evidenciando las necesidades, gustos y preferencias del mercado potencial; se aplicó el estudio técnico para mostrar los procesos establecidos con la finalidad de acortar los tiempos de atención y la capacidad instalada para optimizar todas las instalaciones; además se desarrolló el análisis de manejo financiero en que se evidenció los principales rubros de la cafetería y la evaluación financiera para mostrar si es o no rentable el proyecto. En el proyecto se estableció que la metodología a ser aplicada es cuantitativa, ya que su característica principal es la recolección de datos para demostrar la viabilidad del proyecto, por lo que se empleó 384 encuesta en la ciudad de Ambato. La factibilidad del proyecto se ha demostrado mediante la evaluación financiera con la que se determinó lo siguiente: la inversión inicial es de \$12.702,09, el valor actual neto es positivo \$ 3.220,40, la tasa interna de retorno es 22%, supera al WACC que es de 13,14%, y la inversión será recuperada en 2 años y 11 meses; por otro lado, el análisis de sensibilidad mostró que el precio mínimo para mantener un VAN positivo, puede ser \$ 2,55 produciendo 21.000 productos anualmente.

PALABRAS CLAVE: Cafetería; estudio administrativo; estudio técnico; evaluación económica; proyecto de factibilidad.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE PROGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITLE: Feasibility Project for the creation of a cafeteria “Café Victoria” in the city of Ambato

Autor: Riofrío Pacheco Johanna Stefany

Tutor: Tinajero Jiménez Marlon

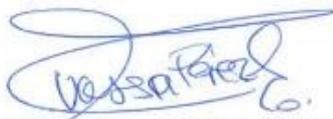
ABSTRACT

The objective of this research is to develop a feasibility project for the creation of a “café Victoria” cafeteria in the city of Ambato, for which a market study was carried out evidencing the needs, tastes and preferences of the potential market; The technical study was applied to show the established processes in order to shorten the attention times and the installed capacity to optimize all the facilities; In addition, the financial management analysis was developed in which the main items of the cafeteria and the financial evaluation were evidenced to show whether or not the project is profitable. In the project it was established that the methodology to be applied is quantitative, since its main characteristic is the collection of data to demonstrate the viability of the project, for which 384 surveys were used in the city of Ambato. The feasibility of the project has been demonstrated through the financial evaluation with which the following was determined: the initial investment is \$ 12.702,09, the net present value is positive \$ 3.220,40, the internal rate of return is 22% and exceeds the WACC is 13,14% and the investment will be recovered in 2 years and 11 months; on the other hand, the sensitivity analysis showed that the minimum price to maintain a positive NPV can be \$ 2.55 producing 21,000 products annually.

KEY WORD: Feasibility project; coffee shop; economic evaluation; technical study, administrative study.

Evelyn Vanessa Pérez Villagómez con cedula de identidad número: 0503160285 Licenciada en ciencias de la educación Mención Inglés con número de registro de la SENESCYT: 1783697; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: “Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato” de: Riofrío Pacheco Johanna Stefany, aspirante a Magister en Administración de Empresas.

Latacunga, noviembre del 2021



Lic. Evelyn Vanessa Pérez Villagómez
ID. 0503160285

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL	iii
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	iv
RENUNCIA DE DERECHOS.....	v
AVAL DEL VEEDOR.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes	9
1.2. Fundamentación epistemológica	12
1.2.1. Emprendimiento	12
1.2.2. Proyecto de factibilidad.....	14
1.2.3. Cafeterías.....	20
1.3. Fundamentación del estado del arte	21
1.4. Conclusiones del capítulo I	23

CAPÍTULO II. PROPUESTA

2.1. Título del Proyecto	25
2.2. Nombre de la Organización.....	25
2.3. Core Business	25
2.4. Descripción de servicios.....	27
2.5. Ubicación y tamaño de la empresa.....	27
2.5.1. Ubicación	27
2.5.2. Tamaño.....	28

2.6.	Análisis del entorno	28
2.6.1.	Macro entorno	28
2.6.2.	Micro entorno.....	30
2.6.3.	Análisis estratégico	32
2.7.	ESTUDIO DE MERCADO.....	34
2.7.1.	Caracterización del mercado	34
2.7.2.	Estudio de la demanda	34
2.7.3.	Análisis de la competencia.....	36
2.7.4.	Conclusiones del estudio de mercado	37
2.7.5.	Sistema de distribución	37
2.7.6.	Estrategia de precios	38
2.7.7.	Estrategia de ingreso al mercado.....	39
2.7.8.	Pronóstico de ventas.....	40
2.8.	Estudio técnico	40
2.8.1.	Especificaciones y características de producto/servicio	40
2.8.2.	Organigrama.....	42
2.8.3.	Diagramas de proceso	43
2.8.4.	Infraestructura técnica, equipos e instalaciones	48
2.8.5.	Distribución de planta	50
2.8.6.	Materia prima	51
2.8.7.	Manejo de inventarios	52
2.9.	Estudio financiero.....	52
2.9.1	Estados financieros.....	52
2.9.1.1	Inversión	52
2.9.2	Estados financieros.....	54
2.9.3	Punto de equilibrio	57
2.9.4	Flujo de egresos	57
2.9.5	Depreciaciones	59
2.9.6	Financiamiento	59
2.9.7	Flujo de Efectivo	60
2.9.8	Evaluación económica	62
2.9.9	Análisis de sensibilidad.....	65

2.10	Conclusiones capítulo II	66
 CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA		
4.1.	Evaluación de expertos.....	68
3.2.	Conclusiones del III capitulo.....	70
	Conclusiones generales	71
	Recomendaciones	72
	BIBLIOGRAFÍA.....	73
	ANEXOS	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos.....	3
Tabla 2 Habitantes por parroquia.....	5
Tabla 3 Proyección porcentaje.....	7
Tabla 4 Población por edad.....	7
Tabla 5 Población estimada.....	8
Tabla 6 Matriz Canvas.....	26
Tabla 7 Ámbito legal.....	29
Tabla 8 Productos sustitutos.....	31
Tabla 9 Competencia directa.....	32
Tabla 10 Matriz FODA.....	32
Tabla 11 Matriz Cruzada.....	33
Tabla 12 Población Demanda.....	34
Tabla 13 División sectorial por parroquias urbanas.....	34
Tabla 14 Pregunta 1.....	35
Tabla 15 Demanda Estimada.....	35
Tabla 16 Demanda.....	36
Tabla 17 Pregunta 2.....	36
Tabla 18 Precios Promedio aumentar una columna de costo.....	38
Tabla 19 Ventas.....	40
Tabla 20 Descripción de actividades.....	42
Tabla 21 Descripción atención al cliente.....	46
Tabla 22 Descripción preparación de bebidas.....	46
Tabla 23 Descripción preparación sándwich.....	47
Tabla 24 Descripción preparación platos fuertes.....	47
Tabla 25 Descripción Preparación de ensaladas.....	48
Tabla 26 Equipo de cocina.....	49
Tabla 27 Equipo de oficina.....	49
Tabla 28 Menaje.....	49
Tabla 29 Muebles y enseres.....	50
Tabla 30 Detalle proveedores.....	51

Tabla 31 Activo fijo	53
Tabla 32 Activo diferido	53
Tabla 33 Detalle Capital de trabajo.....	53
Tabla 34 Capital de trabajo	54
Tabla 35 Inversión.....	54
Tabla 36 Balance General	55
Tabla 37 Estado de Resultados	56
Tabla 38 Punto de Equilibrio	57
Tabla 39 Flujo de egresos	58
Tabla 40 Depreciación	59
Tabla 41 Datos préstamo.....	60
Tabla 42 Tabla de amortización.....	60
Tabla 43 Flujo proyectado	61
Tabla 44 Estructura de deuda.....	62
Tabla 45 Flujos descontados	63
Tabla 46 TIR	64
Tabla 47 Sumatoria Flujos	64
Tabla 48 Análisis De Sensibilidad	65
Tabla 49 Formato de evaluación	69
Tabla 50 Datos de los expertos	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Fases de un Emprendimiento	14
Gráfico 2 Logo	25
Gráfico 3 Ubicación	27
Gráfico 4 Distribución directa.....	37
Gráfico 5 Distribución en línea	38
Gráfico 6 Menú Cafetería.....	41
Gráfico 7 Organigrama	42
Gráfico 8 Proceso de Materia Prima	43
Gráfico 9 Atención al cliente	44
Gráfico 10 Preparación de alimentos	45
Gráfico 11 Distribución cafetería.....	51

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Según el artículo 21 del Reglamento de Trabajo de Titulación de Posgrados de la Universidad Técnica de Cotopaxi, esta tesis corresponde a la línea de investigación: Administración y economía para el desarrollo social: Mercadeo, Finanzas, Recurso humano, Responsabilidad Social Empresarial, Emprendimiento, Planificación estratégica y sub línea: Mercadeo (asignatura de Gestión de marketing), finanzas (asignatura de Gestión Financiera), Emprendimiento (asignaturas, Entorno Económico para los negocios e Innovación y Emprendimiento). En razón que se propone la creación de una cafetería, por lo que es importante evaluar mediante un proyecto de factibilidad que involucre conocimientos de mercadeo, finanzas y emprendimiento.

Este proyecto se considera pertinente ya que para desarrollarlo se pone en práctica los conocimientos, que involucran las áreas y temáticas estudiadas en este programa de maestría, así como las normas establecidas para el desarrollo del mismo.

Planteamiento del problema. El consumo de café en los últimos años ha evolucionado en nuestro país, se estima que su crecimiento per cápita en Ecuador es de media libra a una libra por año. (Hidalgo, 2014), por lo que se ha visto la oportunidad de la creación de una cafetería con diferentes servicios a ofertar, de los cuales pocos tienen una tendencia de cafeterías con distintas temáticas, se conoce que en la actualidad la mayoría de cafeterías no brinda un café que tenga una certificación de inocuidad alimentaria. Existen varias cafeterías, las cuales se ha podido identificar que no estudian el mercado al que están atendiendo, por lo que desconocen los factores determinantes para los clientes al momento de realizar una compra los que pueden ser calidad en los productos, proyectar una buena estrategia en marketing, tener variedad en la oferta.

En la actualidad existe una oportunidad de brindar un café diferente ofertando un producto que se distinga en sabor y presentación atendiendo un nuevo segmento en la oferta de las cafeterías que operan en el país. Es importante destacar que cada

vez los clientes buscan un lugar de esparcimiento que tenga características únicas y diferentes de los demás establecimientos, que cuenten con diversos factores favorables de lo moderno, en el cual se pretende ofrecer además del café y repostería, nuevas opciones de esparcimiento, por lo que se considera la decisión de innovar con base en la necesidad del cliente.

Las investigaciones realizadas han mostrado datos a tomar en cuenta: entre el 79 y el 82% de la población bebe café; el 47% de los consumidores lo hacía en la mañana; el crecimiento de tiendas especializadas introdujo el concepto de "la experiencia del café", un ecuatoriano bebe en promedio 32 tazas de café al año. Esta cifra es baja, comparada con otros países a nivel mundial. En Colombia, por ejemplo, se consumen 175 tazas per cápita al año; en Venezuela, 117; en Brasil, 177, y en países como Holanda hasta 880 tazas de café. (Hidalgo, 2014).

Con la creación de una cafetería iniciando en la ciudad de Ambato, se busca brindar un lugar de esparcimiento que tenga características únicas y diferentes de los demás establecimientos, que cuenten con diversos factores, en el cual se pretende ofrecer además del café y repostería, nuevas opciones de esparcimiento, por lo que se considera la decisión de innovar con base en la necesidad del cliente.

En este proyecto de factibilidad se buscó dar una evaluación completa para la creación de una cafetería en la ciudad de Ambato, con la finalidad de atender a la población brindando un producto y servicio diferenciador, desarrollando un proyecto enfocado en cubrir las necesidades antes descritas.

Formulación del problema. ¿Cómo emprender una cafetería moderna mediante el uso de café con certificación internacional en la ciudad de Ambato que sea rentable?

Objetivo General. Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería moderna mediante el uso de café con certificación internacional en la ciudad de Ambato.

Para alcanzar el objetivo de la investigación se plantea los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado evidenciando las necesidades, gustos, y preferencias de las personas.
- Proponer un estudio técnico que muestre los procesos y la capacidad instalada.
- Construir un estudio y evaluación financiera que pruebe la viabilidad y rendimientos de la inversión.

Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos: A continuación, se presentan los objetivos específicos y las tareas o actividades que se realizaron para asegurar su cumplimiento.

Tabla 1 Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos

Objetivo	Actividad (tareas)
1. Objetivo específico 1: Realizar un estudio de mercado evidenciando las necesidades, gustos, y preferencias de las personas.	1. Recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, los competidores y el mercado.
	2. Analizar la demanda.
	3. Analizar la competencia.
	4. Caracterizar al mercado de manera general.
2. Objetivo específico 2: Proponer un estudio técnico que muestre los procesos y la capacidad instalada.	1. Definir la localización del proyecto.
	2. Elaborar los diagramas de procesos.
	3. Identificar la capacidad instalada.
	4. Detallar la Infraestructura técnica, equipos e instalaciones.
3. Objetivo específico 3: Construir un estudio y evaluación financiera que pruebe la viabilidad y rendimientos de la inversión.	1. Realizar un estudio de costos.
	2. Desarrollar la evaluación de los indicadores VAN – TIR – PRI - COSTO BENEFICIO.
	3. Aplicar una evaluación económica.
	4. Realizar una evaluación de sensibilidad.

Elaborado por: Riofrío S.

Justificación y/o importancia. El desarrollo de este proyecto de factibilidad se basa en la creación de una cafetería moderna que oferten un café diferente de especialidad, el cual busca atender necesidades de potenciales clientes, disfrutar de momentos de camaradería, para esto el enfoque fue brindar un valor agregado, como son precios competitivos, abanico de productos y contar con un capital humano que tenga un perfil de competencias que nos diferencie de los demás.

Este proyecto de factibilidad buscó analizar la viabilidad de crear una cafetería en lugares caracterizados por tener un ambiente agradable donde pasar el tiempo, poder disfrutar de un buen café, acompañado de diversos tipos de bebestibles.

Por este motivo se vio la necesidad de desarrollar el presente proyecto de investigación con la finalidad de brindar una evaluación general del desarrollo del negocio en un escenario posible con la finalidad de aportar con la información necesaria para la toma de decisiones oportuna que permita el crecimiento del presente emprendimiento.

Metodológica. El trabajo tuvo un enfoque cuantitativo de acuerdo con (Cauas, 2015), lo define como una investigación que usa preferentemente información cuantitativa o cuantificable (medible), al ser una investigación cuantitativa tienen como característica principal la recolección de datos para demostrar la viabilidad del proyecto, teniendo como base la medición numérica y análisis estadístico.

El tipo de la presente investigación estuvo direccionado en un estudio exploratorio, ya que se considera la relación entre variables para poder predecir su comportamiento en el futuro, y también de carácter descriptivo ya que se presenta información detallada respecto un fenómeno o problema para describir sus dimensiones (variables) con precisión.

La técnica de investigación mide una o varias variables mediante las valoraciones de una escala y el instrumento fue la aplicación de un formulario diseñado con la finalidad de conocer la tendencia de los consumidores.

Según (Capelo, 2018), afirma que la encuesta: “Es un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre

diversos temas, tiene por objeto reflejar las actitudes y opiniones en el campo de estudio con lo que se puede determinar estimaciones precisas.”

En la presente investigación se aplicó la encuesta como técnica de investigación la cual proporcionó información sobre las preferencias de los consumidores de café y sus preferencias del tipo de cafeterías, así como los horarios y días de preferencia para acudir a una cafetería, el promedio de gasto unidades monetarias y el número de acompañantes por visita realizada.

Para seleccionar la población objetivo del estudio se consideró la aplicación de la encuesta en la ciudad de Ambato, de acuerdo con una publicación realizada por el instituto nacional de estadísticas y censos INEC. Se determina la población de acuerdo a las provincias, cantones y parroquias en el año 2010. El cantón Ambato representa el 65% de la población de la provincia, en el análisis por parroquias La Matriz - Ambato está representando el 35% de la población total de Tungurahua, a continuación se detalla el número de habitantes según las parroquias y su porcentaje de participación.

Tabla 2 Habitantes por parroquia

Parroquia	Hombre	Mujer	Total	Porcentaje
Ambatillo	2.598	2.645	5.243	1,0%
Ambato	86.299	92.239	178.538	35,4%
Atahualpa	4.998	5.263	10.261	2,0%
Augusto n. Martínez	3.962	4.229	8.191	1,6%
Baños	7.318	7.335	14.653	2,9%
Baquerizo Moreno	132	145	277	0,1%
Benítez	1.082	1.101	2.183	0,4%
Bolívar	1.316	1.397	2.713	0,5%
Cevallos	4.028	4.135	8.163	1,6%
Chiquicha	1.163	1.282	2.445	0,5%
Constantino Fernández	1.255	1.279	2.534	0,5%
Cotaló	944	908	1.852	0,4%
Cunchibamba	2.107	2.368	4.475	0,9%
El Rosario (Rumichaca)	1.269	1.369	2.638	0,5%
El Triunfo	810	773	1.583	0,3%
Emilio María Terán	733	771	1.504	0,3%
García Moreno (Chumaqui)	3.056	3.324	6.380	1,3%
Huambaló	3.883	3.979	7.862	1,6%

Huachi grande	5.187	5.427	10.614	2,1%
Izamba	7.111	7.452	14.563	2,9%
Juan Benigno Vela	3.587	3.869	7.456	1,5%
Lligua	138	142	280	0,1%
Los Andes	697	694	1.391	0,3%
Marcos Espinel	1.100	1.234	2.334	0,5%
Mocha	2.698	2.806	5.504	1,1%
Montalvo	1.961	1.951	3.912	0,8%
Pasa	3.220	3.279	6.499	1,3%
Patate	4.068	4.086	8.154	1,6%
Pelileo	11.830	12.784	24.614	4,9%
Picaihua	4.022	4.261	8.283	1,6%
Pilahuín	5.868	6.260	12.128	2,4%
Píllaro	6.313	7.070	13.383	2,7%
Pinguilí	658	615	1.273	0,3%
Presidente Urbina	1.290	1.510	2.800	0,6%
Quero	7.027	7.227	14.254	2,8%
Quinchicoto	633	673	1.306	0,3%
Quisapincha	6.235	6.766	13.001	2,6%
Río negro	638	608	1.246	0,2%
Río verde	669	638	1.307	0,3%
Rumipamba	1.460	1.513	2.973	0,6%
Salasaca	2.784	3.102	5.886	1,2%
San Andrés	5.248	5.952	11.200	2,2%
San Bartolomé de Pinllo	4.437	4.657	9.094	1,8%
San Fernando	1.176	1.315	2.491	0,5%
San José de Poaló	915	965	1.880	0,4%
San Miguelito	2.360	2.619	4.979	1,0%
Santa Rosa	10.163	10.840	21.003	4,2%
Sucre	1.145	1.224	2.369	0,5%
Tisaleo	5.275	5.556	10.831	2,1%
Totoras	3.394	3.504	6.898	1,4%
Ulba	1.271	1.261	2.532	0,5%
Unamuncho	2.250	2.422	4.672	0,9%
Yanayacu - Mochapata	1.002	976	1.978	0,4%
Total	244.783	259.800	504.583	100%

Elaborado por: Riofrío S.

El porcentaje de participación corresponde al año 2010, ya que es el último censo realizado a la población a nivel nacional, se ha proyectado el porcentaje de la población de las parroquias de en Tungurahua, con la finalidad de conocer su dato

al año 2021 con la tasa de crecimiento poblacional determinada también por el INEC.

Tabla 3 Proyección porcentaje

AÑO	PORCENTAJE
2011	35,4%
2012	36,0%
2013	36,6%
2014	37,2%
2015	37,9%
2016	38,5%
2017	39,2%
2018	39,8%
2019	40,5%
2020	41,2%
2021	41,9%

Elaborado por: Riofrío S.

De acuerdo a la estadística publicada por el INEC en su proyección por edades y provincias desde el año 2010 hasta el 2021 se presenta la estructura poblacional comprendida desde los 15 años de edad, en la provincia de Tungurahua para el año 2021 en la siguiente tabla:

Tabla 4 Población por edad

Grupos de Edad	Tungurahua
15 - 19	51.251
20 - 24	49.465
25 - 29	47.549
30 - 34	45.309
35 - 39	42.014
40 - 44	37.709
45 - 49	33.204
50 - 54	29.233
55 - 59	25.416
60 - 64	21.352
65 - 69	17.458
70 - 74	14.003
75 - 79	10.505
80 y Más	11.478
TOTAL	435.946

Elaborado por: Riofrío S.

Con los datos presentados anteriormente se calculó la población a ser encuesta para el proyecto de investigación, y se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 5 Población estimada

Población Tungurahua 2021	% Ambato Proyectado	Población
435.946	41,9%	182.661

Elaborado por: Riofrío S.

De acuerdo con el dato poblacional detallado anteriormente se estimó la población para el 2020, con un índice de crecimiento del 1,7% el cual asciende a 182,661 habitantes que están en Ambato contemplados desde los 15 años de edad en adelante.

La muestra se toma en base a la población obtenida anteriormente, y por medio de la fórmula de cálculo para porciones poblacionales, con la cual se determina una muestra de 384.

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 + (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Los elementos de la fórmula representan:

z: nivel de confianza equivalente a 95%

p: proporción de la población con la característica deseada.

q: proporción de la población sin la característica deseada.

N: universo

e: margen de error equivalente a 5%

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes

La realización del presente trabajo tiene como finalidad desarrollar un proyecto de factibilidad de emprendimiento, se ha consultado varias fuentes de investigación que muestran algunos modelos de cómo llevar a cabo un proyecto de factibilidad, para la creación de cafeterías con certificación, en referencia estos antecedentes se puede mencionar algunas investigaciones:

Plan de negocios cafetería guillo. “Plan De Negocios Cafetería Guillo: ofrecer un agradable y acogedor espacio de reunión a las amantes del café, en donde puedan compartir momentos únicos con cercanos, disfrutando las distintas alternativas naturales y saludables de productos.”(Respaldiza et al., 2014). Esta investigación es de carácter mixto, cuenta con una parte cualitativa que fue desarrollada mediante un “Focus Group”, dirigido a mujeres entre los 30 y los 50 años que representan al público objetivo del emprendimiento, y el estudio cuantitativo que fue desarrollado por la aplicación de una encuesta al mismo grupo con la finalidad de sustentar el estudio cualitativo, consta de 13 preguntas se realizó vía email y física, se aplicaron 90 encuestas para conocer cuáles son las preferencias de estas mujeres, por qué van a las cafeterías, de qué manera lo hacen, con quien lo hacen y poder extraer nuevas ideas y posibles soluciones para tener una cafetería que presente un nuevo modelo de servicio. Las prioridades de los clientes no solo están enfocados en tomar una taza de café o sus similares al momento de asistir a una cafetería, sino que buscan la experiencia de asistir a una cafetería que tenga un ambiente que sea acogedor. Al momento de analizar a los productos sustitutos se puede observar que las cafeterías han diversificado su oferta ya tienen incorporados el concepto nuevas bebidas calientes y frías, así como alimentos complementarios implementando un modelo

de negocios y que las máquinas expendedoras buscan satisfacer una necesidad puntual, por lo tanto, no hay otra amenaza de un sustituto latente en la Industria. Finalmente, invertir en una cafetería implica un nivel de inversión medio y cuenta con potencialidades en el mercado. Sin embargo, para una cafetería que busca posicionarse en un mercado que es de alta competencia, tiene una amenaza alta de tener otro competidor ya que las barreras de entrada son pocas. Esta investigación aporta de manera específica en el perfilamiento de los potenciales clientes como lo es la segmentación del mercado y el poder atender a un sector en específico identificar de manera correcta a la demanda con la cual se trabaja mediante una encuesta.

Diseñar un plan de negocios para la creación de una cafetería en la zona norte de la ciudad de Quito, que brinden un valor agregado con características únicas y diferentes a los demás establecimientos, logrando un posicionamiento en el mercado, convirtiéndose en una oportunidad para plazas de trabajo. (Capelo, 2018) Esta investigación en un análisis cuantitativo y cualitativo, con lo que se describirá efectivamente las necesidades de clientes, el objeto sujeto de estudio, así como establecer el método deductivo-inductivo el cual se basó en experiencias y observaciones, para determinar la problemática existente con respecto a las necesidades del consumidor. Al momento de establecer cuál será su población objeto de estudio se seleccionó un dato poblacional publicado por el diario El Comercio y se aplicó la fórmula de cálculo muestral para poblaciones finitas ya que la población era menor a 30 000 con lo que se pudo determinar las encuestas a realizar en la zona Norte de la Ciudad de Quito Zona Especial Turística La Mariscal será de 377. Con el desarrollo de esta investigación se pudo determinar que la factibilidad de la creación de una cafetería en el sector norte de la ciudad de Quito, zona Turística la Mariscal, el cual se generó en un nicho potencial que se identificaron como empleados públicos y privados, los cuales gustan de acudir a este tipo de establecimientos después de su actividad diaria, por su particularidad de ser un establecimiento que contara con distintos ambientes para cubrir las expectativas del potencial cliente.

Se demostró con las técnicas utilizadas tanto con la encuesta como la entrevista se identificó que la tendencia actual entre los gustos y preferencias de los potenciales

consumidores es degustar productos realizados con ingredientes orgánicos y naturales, expresando con esto que la salud esta, sobre todo. En la investigación mencionada se aportará con identificación de ciertas preferencias que los clientes buscan; enfocarse en un sector distinto como lo es el turístico y el cuidado de la salud.

Elaborar un plan de negocios para la creación de una cafetería libro en la ciudad de Latacunga. En este plan de negocios se aplicó una investigación cuantitativa y cualitativa, aplicando una encuesta para obtener un sondeo de opinión a través de la aplicación física de 20 encuestas al considerar que fue una prueba piloto de la cual la muestra calculada fue de 400 encuestas, para ser desarrolladas en la ciudad de Latacunga constando de 17 preguntas, y en la investigación cualitativa se aplicó un Focus Group mediante conversaciones y entrevistas realizadas a los ciudadanos, con la finalidad de encontrar la factibilidad y acogida que tendría la apertura de esta cafetería. (Capelo, 2018).

Se pudo concluir que, el perfil del cliente son hombres y mujeres entre 18 a 33 años de edad, solteros. La investigación de mercado realizada pudo determinar que la mayoría consume café y existe un gran interés por parte de la población en que se promueva la lectura y exista un establecimiento con dichas características, además de que se ofrezca un servicio de cafetería, siendo el producto principal los libros tanto virtuales como físicos. Libros libres Coffee shop se diferencia de su competencia ofreciendo servicio de cafetería de alta calidad acompañado de repostería fresca, en un ambiente único con una temática diferente como lo es una librería gratuita

Esta investigación identifica y segmenta a su demanda con la finalidad de conocer no solo a su público objetivo también busca ofrecer un atractivo adicional para la captación de cierto grupo de clientes con la finalidad de crear fidelidad mediante el atractivo de la lectura que ofrece.

1.2.Fundamentación epistemológica

1.2.1. Emprendimiento

1.2.1.1. Definición

El emprendimiento es la capacidad que tiene un individuo para iniciar una idea innovadora con la finalidad de suplir una necesidad. En este proceso se puede encontrar distintas capacidades adquiridas de los individuos para realizar procesos innovativos, que puedan contribuir a la creación de un nuevo negocio con la finalidad de independizar su actividad. Las empresas son creadas por personas por es importante resaltar que el factor en el proceso de emprender es el factor humano. (Samagaio & Rodrigues, 2016 pag.56)

En la opinión de (Alean et al., 2017 pag.108) en su investigación sobre el emprendimiento como una estrategia de desarrollo humano menciona que:

El entorno ha sido el principal punto de atención cuando se quiere analizar un emprendimiento, las características de como un modelo puede constantemente estar adaptándose al cambio mediante nuevas estrategias. Es por tanto que la relación entre emprendimiento y estrategia es estrecha puesto que es la manera como las empresas inician y compiten en entornos donde lo que prima es lo incierto, el gran aporte de la estrategia al emprendimiento es dar aquellas herramientas para entrar sobrellevar y ajustar constantemente las necesidades de la empresa a las necesidades del entorno. (p.108)

Un emprendimiento se puede definir como la acción de una persona o grupo con la finalidad de desarrollar un nuevo negocio o fuente de ingreso para generar independencia laboral y satisfacer las necesidades de un sector o mercado insatisfecho.

1.1.1.1.Tipos de emprendimiento

Según (Vélez & Ortiz, 2016) en su artículo emprendimiento e Innovación: una aproximación teórica indica distintos tipos de emprendimiento:

Existen diferentes tipos de emprendimientos que se pueden agrupar en diferentes clasificaciones:

Emprendimiento por necesidad: Este emprendimiento se encamina en generar los ingresos diarios para vivir, se obtienen bajos niveles de ingresos,

utilidad y activos. Se caracteriza por no tener una planificación o visión de crecimiento para el futuro.

Emprendimiento tradicional: Son emprendimientos que tienen un crecimiento por su estructura competitiva pero que no cumple con criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad alta.

Emprendimiento dinámico: Son emprendimientos que tienen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, teniendo un nivel de ventas representativo después de una década. (p.43)

Desde un análisis realizado por (Almodóvar, 2018), se señalan los principales ámbitos en que se dan las iniciativas emprendedoras:

Emprendimiento empresarial: Su motivación principal es la económica. En los últimos años, el sector de jóvenes empresarios ha generado gran cantidad de puestos de trabajo. Se han promovido diferentes instituciones e iniciativas que reconocen este tipo de emprendimiento.

Emprendimiento público: Se trata de iniciativas con una motivación fundamentalmente política. Las plataformas que reúnen organizaciones juveniles que actúan en diferentes ámbitos –educativo, político, sindical, social o cultural– son escuelas de emprendedores públicos.

Emprendimiento social: Se refiere a emprendedores que ponen en marcha iniciativas dirigidas a cubrir una necesidad social existente. En este tipo de emprendimiento se emplean los propios aprendizajes, conocimientos y técnicas para ponerlos al servicio de la sociedad.

Emprendimiento artístico-cultural: En muchos casos, la vertiente artística es capaz de generar proyectos de emprendimiento vinculados al mundo del arte. (p.46)

Emprendimiento religioso: Tradicionalmente, este ámbito de emprendimiento se ha vinculado a cuestiones espirituales.

1.1.1.2.Ciclo o rueda de emprendimiento

Existen distintas etapas por las que un emprendimiento va desarrollando hasta consolidarse como una empresa consolidada. De acuerdo con (Schnarch, 2014), en su libro “Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión” describe las siguientes fases:

Etapa motivacional (gusto): Surge de diferentes fuentes educativas, sociales y culturales que pueden dar el incentivo para intentar el proceso emprendedor.

Etapa situacional (oportunidad): Inicia con la identificación de la oportunidad mediante el análisis y determinación del entorno.

Etapa psicológica (decisión): el individuo reafirma su carrera empresarial dependiendo de la factibilidad que intuya del negocio.

El emprendimiento es un proceso que intervienen diferentes fases importantes y esenciales, desde formar ideas hasta la concepción de nuevas empresas, creación de un producto y la consolidación de los mismos. Es la sucesión de las fases en primer lugar toma la iniciativa y encamina sus esfuerzos hasta lograr la materialización de su proyecto con el propósito de obtener beneficios económicos. (p.33)

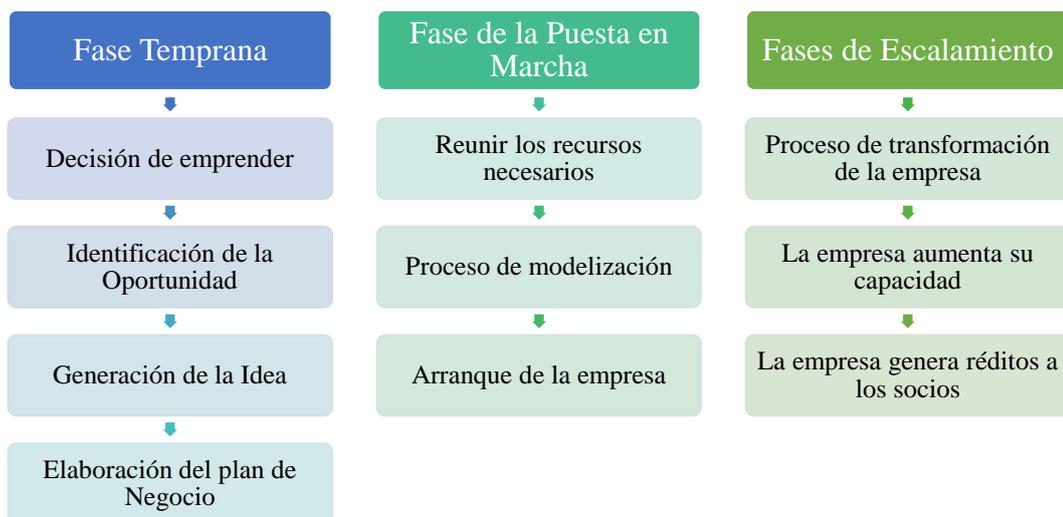


Gráfico 1 Fases de un Emprendimiento

Elaborado por: Riofrío S.

1.2.2. Proyecto de factibilidad

Un estudio de factibilidad se puede definir como: el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión, en la fase de pre-inversión. Para lograr una evaluación integral que abarque los aspectos de mercado, técnicos, económicos y financieros es necesario desarrollar las distintas fases o elementos que componen un estudio de factibilidad. (Ruíz, 2017)

Cuando se hace referencia a proyectos de factibilidad es indicar que se evaluará de manera completa una idea de negocio, inversión o nuevo proyecto en una empresa con la finalidad de evaluar los pro y contra del proyecto, conocer el mercado al en el que se desarrollara, y establecer un plan sólido que le otorgue al proyecto analizado la solides para que el negocio sea rentable. (Burneo et al., 2016 p.306).

Los proyectos de factibilidad están enfocados en evaluar si una propuesta es viable o no analizando distintas áreas como el área financiera, administrativa, legal y técnica, así como dar un análisis del mercado en el que se va desarrollar para establecer planes de acción que permitan establecer objetivos pegados a la realidad.

1.1.1.3. Estudio administrativo

Proceso mediante el cual se analiza la estructura administrativa del Proyecto que se quiere poner en marcha, tiene como finalidad definir cuál será el proceso administrativo general para el funcionamiento, así como la identificación de las estrategias de ingreso al mercado y segmentar al mercado objetivo al cual está dirigido el proyecto. Se puede desarrollar los requerimientos organizacionales con la finalidad de obtener los resultados que se han planteado. Lo que busca es definir su estructura misión, visión, objetivos y planes de acción, identificando sus fortalezas y debilidades que permita formular alternativas. (Cevallos, 2014 p.32)

- **5 fuerzas de Porter**

Es un modelo de gestión empresarial, que tiene como finalidad definir cuáles son los principales competidores del proyecto objeto de estudio, así como sus clientes definir los gustos y preferencias en un análisis general en el entorno, analizar el nivel de influencia de los proveedores en el negocio, identificar los productos sustitutos, y la posible competencia para diseñar estrategias defensivas y ofensivas con la finalidad de asegurar la permanencia en el mercado. (Cevallos, 2014 p.32)

- **Segmentación del mercado**

Identificar el público objetivo al cual está dirigido el negocio, es el proceso de dividir el mercado global de un bien o servicio, ayuda a conocer los gustos de los

consumidores y enfocarse con claridad en los planes de acción, reconocer las actividades y deseos del consumidor para satisfacer sus necesidades de forma oportuna, algunas de las variables a considerar pueden ser demográficas, edad, nivel socio económico, genero, entre otras. (Cevallos, 2014 p.33)

1.1.1.4. Estudio de mercado

El objetivo de un estudio de mercado es facilitar el proceso de toma de decisiones sobre la forma más óptima de comercializar un producto o servicio. Para ello es necesario definir el producto o servicio, analizar la demanda y la oferta, el precio y los aspectos de comercialización con el objeto de realizar una estimación de los posibles ingresos. (Burneo et al., 2016 p.310)

El estudio de mercado es la herramienta que nos permite obtener una visión más específica del mercado y el importante papel que representan los clientes al momento de tomar decisiones, un estudio de mercado muestra la visión global del comportamiento del mercado con los competidores ya existentes y el nivel de aceptación que podría tener un nuevo competidor (Hérvás, 2011 p.47).

- **Oferta**

Son las personas o empresas que están ofertando en un mercado bienes o servicios, La curva de oferta recoge la localización de los puntos correspondientes a las cantidades ofertadas de un bien o servicio particular a diferentes precios. Esta curva muestra una relación directa entre la cantidad ofertada y el precio, dando una pendiente positiva. Cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad ofertada, y viceversa.

- **Demanda**

Es la cantidad de clientes que compran un bien o servicio está determinada mediante la curva de la demanda muestra la cantidad de un bien específico que los consumidores o la sociedad están dispuestos a comprar en función del precio del bien y a la renta disponibles. Esta curva muestra una relación inversa entre el precio del producto y la cantidad demandada dando lugar a una pendiente negativa. Cuanto

mayor sea la demanda el precio será inferior para tener la posibilidad a todos los potenciales clientes.

- **Competencia potencial**

Son los posibles nuevos ofertantes que ingresaran al mercado los competidores potenciales son empresas que no están en el mercado pero que si tienen la capacidad de hacerlo, si las barreras de entradas son altas será difícil que un nuevo competidor ingrese ya que tendrá que invertir tiempo y dinero.

1.1.1.5. Estudio técnico

El estudio técnico es el análisis de las opciones tecnológicas que se requieren para el proceso productivo, por ende permite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Identificando los equipos, maquinaria, materia prima y capacidad instalada, por lo tanto se define los costos de inversión así como el capital de trabajo. (Alajo & Jiménez, 2015 p, 13)

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización, diseño y distribución del lugar, proceso y detalle de los mismos así como la infraestructura requerida. (Baca, 2010 p.73)

- **Diseño y distribución de la planta**

Así pues, para llevar a cabo una adecuada distribución en planta ha de tenerse presente cuáles son los objetivos estratégicos y tácticos que aquélla habrá de apoyar, así como los posibles conflictos que puedan surgir entre ellos (por ejemplo: necesidad de espacio/economía en centros comerciales, accesibilidad/privacidad en áreas de oficinas). (Baca, 2010 p.75)

- **Capacidad instalada**

La cantidad de espacio, su forma y los elementos que integran un centro de trabajo están relacionados entre sí. Por ejemplo, la colocación de un escritorio y una silla en relación con otros muebles está determinada tanto por el tamaño y la forma de la oficina, como por las actividades que en ella se desarrollan. La meta de proveer

un ambiente agradable se debe considerar también como parte de las decisiones sobre la configuración de la distribución, sobre todo en establecimientos de comercio al detalle y en oficinas.(Baca, 2010 p.86)

- **Procesos**

Utilícense los planteamientos primarios en el análisis de operaciones y los principios del estudio de movimientos para decidir sobre cuál alternativa producen el mejor servicio o producto. Tales enfoques incluyen: Propósito de la operación, diseño de partes, tolerancias y especificaciones, materiales, procesos de fabricación, montajes y herramientas, condiciones de trabajo, manejo de materiales, distribución en la fábrica y los principios de economía de movimientos.(Baca, 2010 p.89)

1.1.1.6.Estudio financiero

El estudio financiero se realiza con el propósito de proveer elementos que permitan formar una opinión de las cifras que presentan los Estados Financieros y su perspectiva en general para la toma de decisiones en un futuro, además nos permitirá determinar la rentabilidad o no del proyecto. (Alajo & Jiménez, 2015 p.17)

Al realizar un estudio financiero se determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y su aceleración, este permite evaluar la rentabilidad del proyecto de negocio y visualizar su rentabilidad y recuperación del mismo en el tiempo.(Schnarch, 2014)

- **Punto de equilibrio**

Al referirse al punto de equilibrio se indica que un determinado de unidades de productos vendidos en los que la empresa no obtiene ningún beneficio económico pero tampoco pierde es decir es el mínimo de ventas para mantener un negocio que cubra únicamente los gastos que invierte en su operación o giro.(Torres & Paredes, 2017)

- **Valor actual neto (VAN)**

Mete (2014), en su investigación indica que:

El valor actual neto no es más que traer a valor presente el precio de la inversión, al momento de realizar un análisis del valor actual se debe tomar en cuenta que este debe ser mayor o igual a cero, ya que si es un valor negativo no está teniendo valor la inversión que se va generar y en lugar de generar ganancias generara perdidas. Para determinar el valor actual neto se lo hace en base a los flujos futuros, tomando en cuenta los ingresos menos los egresos, en base a esta utilidad se proyecta para el número de años que se haga el análisis, al momento de obtener los flujos se los debe traer a valor presente tomando en cuenta que deben ser calculados con una tasa mínima de descuento o una TMAR (p.70)

- **Tasa interna de retorno (TIR)**

Con respecto a (Gaibor, 2012), en su investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrece servicios tecnológicos dedicada a la formación de educandos en el área de informática en Valdemoro” menciona:

Es aquella tasa en la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa de rentabilidad del proyecto comparando los flujos de fondos con la inversión que se requiere. Es aquel tipo de descuento que hace cero el VAN de una inversión, es decir, y siendo “r” la tasa interna de retorno: Es la rentabilidad obtenida sobre el capital mientras esté invertido.

- **Relación beneficio costo**

Este método consiste en relacionar el Valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos totales que durante su horizonte el proyecto percibirá y desembolsará respectivamente. Una relación costo beneficio cuyo resultado supere la unidad, significa que los ingresos exceden a los costos del proyecto, permitiendo entonces emitir una opinión favorable acerca de la viabilidad financiera del proyecto. Si la

relación costo beneficio es menor que la unidad, se infiere que no se está recuperando la inversión efectuada. (Girón, 2012 p.86)

- **Periodo de recuperación de la inversión**

Es el tiempo en el cual se ha calculado tener el retorno del dinero invertido, es un cálculo basado en los flujos de efectivos determinados, traídos a valor presente con la finalidad de conocer con exactitud el tiempo que el negocio tardará en retornar la inversión. En el cálculo de este dato es necesario conocer los flujos de efectivo traídos a valor presente y la teoría indica que se debe tener el retorno de la inversión hasta cuando fue realizada la proyección evaluada, no se puede aceptar un proyecto de inversión del cual no se tiene la certeza que se recuperará lo invertido.

1.2.3. Cafeterías

Según (Buenaño, 2012), una cafetería es el lugar donde se expende mayoritariamente café, y otros alimentos o bebidas que se pueden considerar complementos con la finalidad de atender a la mayor cantidad del mercado. Existe la tradición de asistir a estos lugares con la finalidad de relajarse, compartir tiempo con amigos o familia o para descansar, esta actividad es muy representativa en algunas ciudades del mundo. (p.4)

“Las cafeterías son lugares en los que se sirven al público para brindar esparcimiento, entre los más consumido de puede ver una variedad de platos que han sido diseñados con la finalidad de acompañar a bebidas frías o calientes estos pueden ser postres, ensaladas y platos de comida rápida en algunos casos con la finalidad de brindar una oferta amplia a los clientes ” (Valle, 2011, p.13)

Una cafetería es una forma de satisfacer las necesidades de los clientes creando varias opciones de brindar un servicio o producto específico siendo un lugar acogedor en donde se disfrute de un ambiente agradable, conociendo los detalles y rasgos que tienen y los caracterizan. (Capelo, 2018, p.20)

1.2.3.1. Estilos de cafeterías

1.2.3.1.1. Cafetería moderna

Este tipo de cafeterías hace referencia a lo actual los diseños de vanguardia, es el estilo en la simplicidad del diseño, sin recargos de cuadros ni adornos extras, una buena distribución física de la mueblería que brinde un ambiente de tranquilidad y acogedor, la cafeterías modernas resaltan por la sobriedad en el diseño un minimalismo que esta combinado con la actualidad del diseño en su interior (Tafur & Espinola, 2013 p.23)

1.2.3.1.2. Cafetería rústica

Este concepto de cafeterías es una combinación entre las cosas del campo, con la naturaleza para dar lugar a un espacio de tranquilidad mediante lo natural, es por ello que estas cafeterías están decoradas por lo general con diferentes adornos en maderas o materiales que hagan referencia al campo. (Tafur & Espinola, 2013 p.25)

1.2.3.1.3. Cafetería tradicional

Una cafetería tradicional tiene la intencionalidad de transportar al cliente a la antigüedad, sin identificar un año en específico la idea es brindar un ambiente pasado, es muy común que estén decoradas por cuadros de lugares históricos y su mueblería sea acorde a la época la intención es conservar cosas viejas y aceptar cosas modernas. (Tafur & Espinola, 2013 p.25).

1.3. Fundamentación del estado del arte

La planificación y análisis estratégico de un nuevo negocio del sector culinario es un tema de trascendental importancia al momento de instaurar un establecimiento de servicio de comida o bebidas con sostenibilidad económica plena, manera por la cual, se han realizado varios estudios correlacionados con el tema a desarrollar. Por esta razón, se tomó en cuenta investigaciones como la de (Saltos, 2010) planteó un proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería de bocaditos tradicionales ecuatorianos. Propuso como objetivo crear una cafetería especializada en bocaditos tradicionales con el fin de lograr aceptación de los clientes de acuerdo a sus gustos

y preferencias, tomando en cuenta calidad, decoración, excelente servicio con el fin de aumentar la variedad en el menú y distinguirse de su competencia.

Asimismo, el autor implementó la producción de bocaditos tradicionales y busca potenciar el mercado orientado a consumir bocaditos de origen casero y nutritivos para acompañar a las bebidas que contienen café, estos bocaditos no son elaborados con químicos y por lo tanto son de muy buena calidad. A la vez puede satisfacer las exigencias y las expectativas del cliente en cuanto a la calidad y sabor.

Por su parte, (Buenaño, 2012), mencionó que desde hace algunos años las cafeterías se han convertido en un negocio importante en el marco del sector servicios de alimentos a nivel global. La tradición del café como lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para consumir, es representativa de algunas ciudades del mundo. Esta tradición la practican en la cultura occidental ciudades como París, Viena, Londres, donde con la excusa del café se pasa el tiempo, mientras que en países consumidores de café como Italia o Estados Unidos, el tiempo destinado al sitio es mínimo.

Por otra parte, Buenaño caracterizó y ponderó a las cafeterías, siendo las tradicionales como aquellos lugares establecidos como pequeños y cálidos que transmiten un ambiente familiar, sus espacios son poco o nada elaborados de extrema sencillez aunque acogedores en gran parte. Este tipo de cafeterías son frecuentadas por personas maduras, que disfrutan de un buen aroma de café en las frías tardes de un día sombrío o lluvioso.

Asimismo, mencionó que las cafeterías que cuentan con decoraciones temáticas actuales y sofisticadas son preferidas por una clientela más sobria, amantes de la cultura y el esparcimiento que junto a los amigos discuten el desarrollo y devenires de la sociedad, la importancia de la política y las reflexiones profundas que se pierden en el tiempo. En la actualidad, este tipo de proyectos han transformado y han llamado la atención de las jóvenes generaciones que disuelven un buen tema de conversación en una taza de café.

Estas tesis pueden servir de base para elaborar el plan de desarrollo de una nueva cafetería con certificación en la ciudad de Ambato, en consecución y consciente de las exigencias del mercado y tomando en cuenta la actualidad y las preferencias de los consumidores.

Finalmente, (Antón, 2013) quien en su proyecto pretende crear la cafetería “Café Venecia”, la cual brindará a los clientes un ambiente italiano con el concepto de “café social” que se traducirá en una cafetería para reuniones sociales, de negocios y familiares, con precios más accesibles que los de la competencia y con un ambiente diferente. El autor plantea como objetivo principal lograr el funcionamiento del negocio captando una importante cuota de mercado y lograr la rentabilidad en el primer año de funcionamiento.

De igual manera el autor planteó que la tendencia de los últimos años es de un mercado creciente que consume el café en horarios distintos al desayuno y con otros objetivos, como las reuniones sociales, empresariales y familiares, es decir consumen un “café social”, para lo cual buscan cafeterías que les brinde un ambiente relajado y apropiado para este tipo de reuniones.

1.4. Conclusiones del capítulo I

El proyecto de factibilidad es un instrumento para evaluar completamente a un emprendimiento, ya que se evalúa distintos puntos con la finalidad de ver y brindar estrategias para la nueva idea de negocio, que le permitan desarrollarse de la mejor manera, así como tener estabilidad en el tiempo, se puede identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se encuentran en el entorno tanto interno y externo, también se establece la estrategia para ingresar al mercado.

En este análisis se puede distinguir el **estudio de mercado**, el cual corresponde a un proceso ordenado de recolección de datos, que permita conocer el comportamiento de los potenciales clientes sus gustos y preferencias, así como a sus competidores y tener una visión general del mercado en el que se va desarrollar el emprendimiento, sus tendencias en crecimiento, y productos nuevos.

Al momento de hablar del **estudio técnico**, se refiere a un estudio en el cual se analiza la capacidad de operación que va tener el negocio con la finalidad de optimizar los recursos, el espacio y los equipos, para lo cual se requiere una descripción detallada de la infraestructura y mobiliario con la finalidad de hacerlo funcional. Para el **estudio financiero**, se requiere la información que se obtendrá en los estudios anteriormente mencionados y el cual muestra la viabilidad del emprendimiento, detallando sus ingresos, costos y gastos. Con la finalidad de proyectar sus ventas y utilidades acompañado de una análisis económico con sus principales indicadores.

CAPÍTULO II. PROPUESTA

2.1. Título del Proyecto

Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria” en la ciudad de Ambato

2.2.Nombre de la Organización

Cafetería “Café Victoria”

2.3.Core Business

Cafetería Victoria será un establecimiento de servicio de comida con enfoque de una cafetería moderna, que pondrá a disposición del público su variado menú de alimentos y bebidas, por lo tanto, su principal actividad o giro de negocio: Es ofrecer productos alimentos en un ambiente armónico y acogedor con servicio de calidad para sus clientes, permitiendo así establecer un espacio social para disfrutar de excelentes alimentos con amigos o familia.



*Gráfico 2 Logo
Elaborado por: Riofrío S.*

Tabla 6 Matriz Canvas

<p>Aliados Clave</p> <p>Proveedores de café</p>  <p>Distribuidor mayorista</p>  <p>Proveedor de insumos y maquinarias</p>  <p>Colaboradores</p> 	<p>Actividades Clave Preparar alimentos</p>  <p>Funcionamiento interno del negocio</p>  <p>Recursos Clave Personal especializado</p>  <p>Máquinas adecuadas</p>  <p>Recursos financieros</p> 	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Café diferente dando un producto que se distinga en sabor y presentación</p>  <p>Una cafetería temática (tradicional)</p>  <p>Café con certificación internacional</p> 	<p>Relación con el Cliente La relación con el cliente es atención personalizada</p>  <p>Publicidad</p>  <p>Canales Establecimiento (cafetería)</p>  <p>Redes sociales</p>  <p>App distribución</p> 	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Personas hombres y mujeres, desde los 15 años.</p>  <p>Dirigido inicialmente a la ciudad de Ambato</p>  <p>Nivel socio económico medio / medio alto</p> 
<p>Estructura de Costes</p> <p>Costos Fijos</p>  <p>Costos variables</p> 		<p>Estructura de Ingresos</p> <p>Venta de alimentos de cafetería</p>  		

Elaborado por: Riofrío S.

2.5.2. Tamaño

La cafetería victoria en el ámbito empresarial estará considera como una microempresa de acuerdo a los parámetros establecidos por el servicio de rentas internas las ventas proyectadas se ubican en la primera categoría que es de \$0 a \$100.000 y el número de colaboradores está entre 1 a 9 personas.

El tamaño estimado para la cafetería pretende atender al 15% de la demanda, el mismo que consta de: 7 mesas cuádruples, zona de atención y barra para clientes, cocina, baños y bodega. Por otra parte, la distribución tiene una capacidad de atención de 32 a 38 personas en cada turno de atención.

2.6. Análisis del entorno

Al realizar un estudio de factibilidad se busca analizar la pertinencia y versatilidad de la idea de negocio, es por ello que se lo evalúa en distintos aspectos que son básicos como un análisis interno con las 5 fuerzas de Porter y un análisis externo mediante un PESTEL, estudio de mercado, técnico, evaluación financiera.

El análisis del entorno permite conocer el mercado en el que se desarrollara el negocio dando así las herramientas óptimas para tener estabilidad en el tiempo y buscar estrategias que lo hagan competitivo.

2.6.1. Macro entorno

Al analizar el macro entorno se debe considerar distintos factores como el **ámbito político** se puede mencionar que el gobierno está apoyando a la economía del sector privado, con la finalidad de reactivar la economía del país y buscar una salida a la crisis que está viviendo por la emergencia sanitaria.

En el **ámbito económico** el país ha sido muy afectado en el último año ya que la situación sanitaria afectada a la economía no solo local sino mundial pero se está en un punto de reactivación se estima que para este año la economía crezca un 3,1%.

Considerando el **ámbito social** las personas están buscando una reactivación de la vida cotidiana aun con la pandemia algunos buscan tener un espacio de relajación y por otro lado hay personas que prefieren seguir consumiendo productos con un servicio a domicilio con la finalidad de dar un cambio en la rutina que viven.

Al mencionar el **ámbito tecnológico** se lo puede considerar como una oportunidad, ya que, el desarrollo de la tecnología incide en todos los procesos de la empresa, además para promocionar a la cafetería, implementar estrategias de desarrollo como atención en línea y un servicio a domicilio, lo que permitiría llegar a más clientes y tener mayor eficiencia en los tiempos de uso del lugar.

Para reducir el impacto en el **medio ambiente** se usará envases que sean amigables con el medio ambiente ya sea en su tipo de elaboración o que sean reciclables, así como tener estrategias que ayuden a disminuir el nivel de desperdicio en la comida y para residuos buscar un aliado estratégico que se encargue del tratamiento de los desechos.

En el **ámbito legal** se ha realizado un análisis para determinar el tipo de permisos y certificaciones que necesita la cafetería victoria para entrar en funcionamiento también se debe mencionar que no existen impedimentos legales para su desarrollo, al ser un nuevo establecimiento se deben considerar los siguientes permisos:

Tabla 7 Ámbito legal

DESCRIPCIÓN PERMISOS				
ENTIDAD	NOMBRE	COSTO	Duración	
ARCSA	Permiso de funcionamiento	Sin Costo	Anual	
MINTUR	Categorización primera vez cafetería	Sin Costo	Permanente	
	Certificado de pago de 1.5 x 1000 de activos fijos		Permanente	
MUNICIPIO DE AMBATO	Registro de patentes personas jurídicas	\$	50,00	Anual
AMBATO	Certificado único de uso del suelo	\$	5,00	Permanente
	Permiso de higiene y control de calidad	\$	5,00	
Bomberos	Permiso de Bomberos	\$	5,00	Anual
Ministerio de Salud Pública	Certificado de salud ocupacional	Sin Costo	Anual	
TOTAL		\$	65,00	

Elaborado por: Riofrío S.

2.6.2. Micro entorno

Para el análisis del micro entorno se pretende observar cómo se desarrollara el negocio en el mercado, con una idea más clara de cuáles serán sus puntos débiles y fuertes. Para así diseñar las estrategias que le permitan tener permanencia a través del tiempo. El micro entorno fue analizado con las 5 fuerzas de Porter, con la finalidad de visualizar posibles estrategias para el negocio.

- **Clientes**

La oferta de productos de calidad y con un servicio son factores representativos para los clientes al momento de elegir una cafetería que sea buena, sin embargo el enfoque establecido para los clientes es diferente el objetivo es brindarle una experiencia que sea acogedora y con un café de alta calidad que cuenta con una certificación de inocuidad alimentaria lo que es un factor diferenciador del resto de los competidores que están en el mercado.

Al tener una oferta variada y amplia el poder de los clientes es alto, es decir pueden decidir que opción es la que más se ajusta a sus preferencias es por ellos que la cafetería debe mantener una imagen agradable y brindar a sus clientes productos de alta calidad diferenciadores del resto para generar confianza en los clientes.

- **Proveedores**

El poder de negociación con los proveedores es medio, por cuanto existen muchos en el mercado que abastecen a las cafeterías no solo en productos sino en insumos y complementos. Se establece que el proveedor para café debe ser específicamente el que cuente con la certificación de inocuidad alimentaria y para el resto del inventario si se cuenta con varios proveedores y el poder de negociación con ellos es bajo. Se puede mencionar que los proveedores cuanta una amplia oferta de productos.

- **Nuevos entrantes**

La apertura de nuevas cafeterías se puede considerar como una amenaza del alto impacto, ya que los procesos para su creación no son complejos es decir las barreras de entrada en el sector son mínimas, es por ello que se ha visto un incremento de cafeterías que brinden un servicio básico de atención y comercialización de

productos. Para la cafetería el tener un café con una certificación será una estrategia y una ventaja diferencial importante en el mercado.

- **Productos sustitutos**

La amenaza que se ve en los productos sustitutos es alta ya que existen varios productos que pueden remplazar el asistir a una cafetería en la ciudad. Se ha visto el crecimiento de gelaterías y pizzerías con tendencia a ser cafeterías para captar a más clientes es por ello que al momento de elegir los cliente tienen una gran variedad de opciones.

En la ciudad no se ha visualizado de manera especial alguna que ofrezca un café con una certificación ya que son de difícil acceso es por ello que se ha identificado a distintos productos sustitutos.

A continuación se detallan aquellos negocios que comercializan productos similares a los que se ofrece en cafetería Victoria.

Tabla 8 Productos sustitutos

Detalle de sustitutos		
N°	Nombre	Tipo de establecimiento
1	La Fornance	Gelateria
2	Tutto Fredo	Heladería
3	El sabor	Panadería Pastelería

Elaborado por: Riofrío S.

- **Rivalidad entre competidores**

El número de cafeterías en el Mercado es amplio, en los últimos años ha tenido un crecimiento importante este sector de la economía; sin considerar los casi dos años de la crisis económica que afectó en general al mercado, ahora se ha visto un proceso de reactivación por lo que los competidores buscarán tener participación en el mercado, y también se ha observado una diversificación en los servicios ofertados ya no es solo venta directa en el establecimiento, también se ha incrementado un servicio de atención a domicilio o desarrollado aplicaciones web para realizar las compras en línea, por lo que los clientes no necesariamente van al establecimiento.

Las cafeterías que aún están brindando su servicio al público son las que han tenido versatilidad para saber adaptarse a una nueva realidad, ofreciendo productos de calidad y es por ello que la rivalidad en el mercado es alta pues la estrategia ha sido brindar un producto con el que el cliente se sienta identificado con la marca. Es por ello que a continuación se detalla una lista con los principales competidores en el mercado.

Tabla 9 Competencia directa

Detalle competidores	
Nº	Nombre
1	Juan Valdez
2	El Español
3	La Choco
4	El Espigal
5	Marcelo's La K-feteria
6	Nocciola chocolatería
7	C-Bastian
8	Creme Brulee

Elaborado por: Riofrío S.

2.6.3. Análisis estratégico

En la siguiente tabla se detalla la matriz FODA analizando tanto el ambiente interno como externo, detallando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con la finalidad de conocer el mercado y así desarrollar estrategias que permitan cumplir con los objetivos para el negocio.

Tabla 10 Matriz FODA

Análisis interno	Fortalezas	Debilidades
	Productos de calidad	No tener local propio
	Certificación de café en referencia a su calidad	Poca experiencia en la preparación
	Ambiente acogedor	No tener una marca ya conocida
	Oportunidades	Amenazas
Análisis externo	Demanda creciente	Existen limitados proveedores de café certificado
	Publicidad en línea	Alto número de competidores
	Desarrollo de servicio a domicilio	Situación económica del país
	Amplia gama de proveedores	
	Localización con afluencia de potenciales clientes	

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 11 Matriz Cruzada

	Fortalezas	Debilidades
	Productos de calidad	No tener local propio
	Certificación de café en referencia a su calidad	Poca experiencia en la preparación
	Ambiente acogedor	No tener una marca ya conocida
	Conocimiento del mercado	
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
Demanda creciente	Ofrecer productos de calidad para captar nuevos clientes (1-1)	Promociones para dar a conocer la marca y atender la demanda de clientes (3-1)
Publicidad en línea	Establecer publicidad resaltando la certificación de café (2-2)	Estrategias de publicidad para dar a conocer la marca (3-2)
Desarrollo de servicio a domicilio	Mantener la calidad en el servicio a domicilio (1-3)	Alianza estratégica con los proveedores para obtener materia prima de calidad y elaborar platos de calidad (2-4)
Amplia gama de proveedores	Realizar alianza estratégica con el proveedor de café certificado (2-4)	
Localización con afluencia de potenciales clientes	Aprovechar el ambiente acogedor para captar clientes (3-5)	
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
Alto número de competidores	La certificación de café permite diferenciarse de la competencia (2-1)	Impulsar la nueva marca que diferencie y compita con la oferta existente (2-1)
Situación económica del país	La calidad en la cadena de servicio permite activar la economía (1-2)	Investigar la experiencia de los competidores para establecer estrategias de beneficio (1-1)
Existen limitados proveedores de café certificado en el país		

Elaborado por: Riofrío S.

2.7.ESTUDIO DE MERCADO

2.7.1. Caracterización del mercado

Es un mercado de alta competencia, cuenta con un gran potencial de clientes al estar ubicado en una zona comercial, con gran una cantidad de empresa públicas y privadas lo que le hace atractivo al segmento de mercado seleccionado. Dentro de las características principales se puede mencionar personas comprendidas dentro de la población económicamente activa, otra de las características es la situación económica de todo el entorno que rodea a la cafetería, también se puede mencionar que este grupo de personas visita muchas cafeterías con fines sociales, comerciales y de negocios.

2.7.2. Estudio de la demanda

El presente estudio tiene como finalidad establecer la demanda potencial para la cafetería con la que se justifique la creación del negocio, se ha considerado la estimación de la población detallada para el año 2021 de acuerdo con los grupos de edad y el sector en el que se va ubicar la cafetería.

Tabla 12 Población Demanda

Población Tungurahua 2020	% Ambato Proyectado	Población
435.946	41,9%	182.661

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 13 División sectorial por parroquias urbanas

Parroquias urbanas	% poblacional	Población	Muestra
Atocha-Ficoa	8%	14269	30
Celiano Monge	19%	34794	73
Huachi Chico	11%	20098	42
Huachi Loreto	23%	41285	87
La Merced	9%	16737	35
La Península	5%	8935	19
Matriz	15%	26969	57
Pishilata	6%	10675	22
San Francisco	5%	8899	19
TOTAL	100%	182661	384

Elaborado por: Riofrío S.

La encuesta fue aplicada en la ciudad de Ambato en el Cantón la Matriz, con la proyección de la población establecida de acuerdo al INEC en su último censo, y con la población por grupo de edades en Tungurahua. El dato poblacional detallado en el cálculo de la muestra, estimó la población para el 2021, con un índice de crecimiento anual del 1,7% el cual asciende a 182,661 habitantes que están en Ambato contemplados desde los 15 años de edad en adelante.

Tabla 14 Pregunta 1

Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1. ¿Asiste usted a una cafetería?	Si	300	78%
	No	84	22%
TOTAL		384	100%

Elaborado por: Riofrío S.

De acuerdo con la encuesta aplicada se observó que el 78% de la población afirma asistir a cafeterías en la ciudad de Ambato, este dato se ha tomado como base para calcular la demanda existente, específicamente en el centro de la ciudad, ya que se considera el dato de la parroquia Ambato que es de que es de 41,9% del total de la población en Tungurahua que es de 435.946 habitantes.

Tabla 15 Demanda Estimada

Población Estimada	% Asistencia	Demanda estimada
182.661	78%	142475

Elaborado por: Riofrío S.

La demanda estimada para la muestra es de 142.475 habitantes, en el centro de Ambato con el datos calculado de la demanda se provee atender al 15% que corresponde 21.371 personas anualmente de acuerdo con la capacidad instalada en la cafetería se establece atender 2 turnos vespertina y nocturna con la capacidad de atención a 30 clientes en cada turno.

Tabla 16 Demanda

DEMANDA	
Población Estimada (muestra)	182.661
% Asistencia Preg.1	78%
Demanda Estimada	142476
% de mercado a ser atendido	15%
Demanda potencial	21371

Elaborado por: Riofrío S.

2.7.3. Análisis de la competencia

Para tener un análisis de la competencia se tomó como base la pregunta 2, con la finalidad de definir los competidores principales en el mercado, se procedió a determinar la porción de participación en el mercado que tiene cada una de las cafeterías reconociendo así las representativas para la ciudad de Ambato.

Tabla 17 Pregunta 2

Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
2. ¿A qué lugar preferiría asistir?	Nocciola Chocolatería	15	4%
	El Espigal	38	10%
	C-Bastian	0	0%
	El Español	100	26%
	Juan Valdez	207	54%
	Creme Brulee	23	6%
TOTAL		384	100%

Elaborado por: Riofrío S.

Como se puede ver el lugar de mayor afluencia de clientes es la cafetería Juan Valdez con una participación del 54% del total del mercado tomando en consideración que esta cafetería está ubicada en un centro comercial lo que se convierte en un sitio estratégico ya que tiene una alta afluencia de potenciales clientes que no solo están considerados en población del centro de la ciudad.

Se debe tomar en consideración que estos negocios no son los únicos competidores que se encuentran en el mercado, ya que también existen competidores indirectos como gelaterías, pastelerías y heladerías lo que indica que el mercado es muy competitivo.

2.7.4. Conclusiones del estudio de mercado

Existe un 78% de la población que estaría dispuesta asistir a la cafetería, mediante la encuesta aplicada se pudo determinar que los encuestados asisten en compañía de 1 hasta 3 personas a una cafetería en mayoría.

También se puede mencionar que lo que más evalúan los encuestados al momento de visitar una cafetería es el servicio y los productos que les ofrecen, solo el 10% de ellos evalúa el precio y el 1% evalúa la ubicación al momento de evaluar una cafetería.

Además se puede observar que el 94% de la población encuestada estaría dispuesta asistir a una cafetería que tenga un café con una certificación internacional, además que el 28% considera como principal producto a ingerir el café y el 21% considera un postre para ser consumido en una cafetería.

En cuanto a la competencia se establece que las dos cafeterías con mayor frecuencia de clientes son Juan Valdez y El Español dentro de la ciudad tomando en cuenta que existe una oferta variada no solo en cafeterías sino en lugares que puedan remplazar el asistir a una cafetería.

2.7.5. Sistema de distribución

El sistema de distribución que establecerá la cafetería será un canal directo, ya que los productos que se elaboren serán entregados al consumidor final, y no tendrá la participación de intermediarios directos, pero si se considera una participación indirecta por parte de las ventas en línea o aplicaciones móviles. Esta distribución se realiza en el establecimiento ya que existe la posibilidad de consumirlos en el lugar de venta o entregarlos en la dirección requerida por el cliente.



Gráfico 4 Distribución directa

Elaborado por: Riofrío S.



*Gráfico 5 Distribución en línea
Elaborado por: Riofrío S.*

2.7.6. Estrategia de precios

Los precios se fijaron de acuerdo a un análisis de costos individual en el cual se consideró la materia prima, costos fijos, costos variable unitarios y con lo cual se ha fijado un precio promedio por grupo de comida ofrecido en la cafetería. Ver anexo 3. Costos

Tabla 18 Precios Promedio aumentar una columna de costo

MENÚ ESTANDAR	PRECIO	COSTO
Bebidas calientes	\$ 2,20	\$ 0,74
Postres	\$ 1,95	\$ 0,63
Platos fuertes	\$ 6,00	\$ 3,20
Bebidas frías	\$ 1,48	\$ 0,55
Ensaladas	\$ 2,90	\$ 1,04
Sándwich	\$ 2,60	\$ 0,72
TOTAL	\$ 2,85	\$ 1,15

Elaborado por: Riofrío S.

Además del análisis de los precios con respecto a los costos, se tomó en consideración la encuesta aplicada pregunta 11, en la cual los encuestados

seleccionaron el gasto promedio por persona cada vez que asisten a una cafetería y su gasto promedio es de \$6 a \$12 con un 50% y de \$1 a \$6 con un porcentaje de 38%

2.7.7. Estrategia de ingreso al mercado

La estrategia de ingreso al mercado para la cafetería victoria estará basada en 4 pasos, con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de consumidores dentro del mercado, generando competitividad, con una imagen de servicio de excelencia y productos de calidad a continuación se detalla las estrategias establecidas para ingresar al mercado.

- a. Realizar campañas publicitarias para generar expectativa al momento del lanzamiento y mantener la imagen generada, se lo puede realizar a través de algunos medios de comunicación locales, y en medios publicitarios dentro de la ciudad.
- b. Tener presencia en las app con la finalidad de darla a conocer y generar branding de la marca, generar tráfico a la página para obtener engagement con los usuarios afines y que interactúen y la den a conocer con su entorno.
- c. Aplicar publicidad en redes sociales para tener reconocimiento de la marca, son una buena oportunidad para mostrar la cultura organizacional y generar expectativa en los clientes, a través de las opciones de segmentación avanzada y el seguimiento del rendimiento de los anuncios se puede obtener el mejor desempeño posible, llegar al público objetivo y tener un espacio en la mente de los clientes.
- d. Merchandising en el punto de venta con la finalidad de incentivar las compras, incrementar el número de visitas, incrementar el tiempo promedio

de visita ofreciendo un ambiente propicio para estas actividades; Así como un descuento por un número determinado de compras, código de descuento para compras en línea.

2.7.8. Pronóstico de ventas

El pronóstico de las ventas se ha realizado para los próximos 5 años tomando en cuenta el crecimiento de la demanda con un precio promedio de 2,85, atendiendo en promedio 21 mil artículos anualmente un aproximado de 60 artículos diarios.

Tabla 19 Ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Vendidas	21371	22034	22717	23421	24147
PRECIO PROMEDIO	\$ 2,85	\$ 2,85	\$ 2,85	\$ 2,86	\$ 2,86
TOTAL VENTAS	60.908,31	62.846,71	64.846,79	66.910,53	69.039,94

Elaborado por: Riofrío S.

2.8. Estudio técnico

2.8.1. Especificaciones y características de producto/servicio

Al ser una cafetería se presta dos tipos de servicios: intangible y tangible, el producto intangible es el servicio del personal a los consumidores, en general la atención prestada, para que el cliente sienta un ambiente de calidez durante el tiempo de su estancia. Y el producto tangible el servicio gastronómico y su decoración, por la variedad de platos con los que cuentan, que pueden ser observados, degustados.

Todos los productos serán manejados con normas de salubridad de acuerdo a procesos previamente establecidos, con estándares de calidad para minimizar los errores, y optimizar los tiempos de atención por parte de los colaboradores hacia el cliente, el inicio del proceso es desde la compra de mercadería, manejo correcto de stock, preparación, y presentación idónea de los alimentos.

Para los procesos de preparación de los alimentos se han trazado procesos estándar, los cuales serán útiles para el personal de cocina, y para disminuir el desperdicio de materia prima, considerando cada uno de los 6 grupos de alimentos que son presentados en el menú, los que abarcan a 35 ofertas de platos; a continuación se presenta el menú diseñado para la cafetería Victoria.



CAFETERÍA VICTORIA

M e n ú

BEBIDAS CALIENTES		BEBIDAS FRÍAS	
TINTO	\$1,50	ICED SHAKE LEMON TEA	\$2,00
ESPRESSO AMERICANO	\$1,75	FRAPPUCCINO	\$2,50
CAPUCHINO	\$2,99	MILKSHAKE	\$3,00
CHOCOLATE CALIENTE	\$2,00	NEVADOS	\$2,25
CAFÉ LATTE	\$2,65	JUGOS	\$1,25
LATTE VAINILLA	\$2,70	GASEOSAS	\$1,00
CAFÉ MOCCA	\$2,50	AGUA MINERAL	\$0,75
CAFÉ MOCCA BLANCO	\$2,75	AGUA SIN GAS	\$0,50
INFUSIONES	\$1,25		
POSTRES		SANDWICH	
	PORCIÓN ENTERO	SANDWICH TRADICIONAL	\$2,00
FRUTOS ROJOS	\$2,00 \$24,99	SANDWICH AMERICANO	\$2,25
MIL HOJAS	\$1,75 \$17,00	SANDWICH PERNIL	\$2,75
TRES LECHE	\$2,00 \$18,00	SANDWICH CAMPESTRE	\$2,50
TORTA DE CHOCOLATE	\$1,99 \$24,99	SANDWICH DE LA CASA	\$3,00
CHEESE CAKE	\$2,50 \$24,99	SANDWICH DE PAVO	\$3,50
ENSALADAS		PLATOS FUERTES	
ENSALADA CÉSAR CON POLLO	\$3,00	FILETE DE POLLO A LAS FINAS	\$6,50
ENSALADA DE LA CASA	\$3,25	HIERBAS	
ENSALADA RUSA	\$2,50	FILET MIGNON	\$7,50
		ALITAS BBQ	\$4,50
		COSTILLAS BBQ	\$6,50

Gráfico 6 Menú Cafetería

Elaborado por: Riofrío S.

2.8.2. Organigrama

A continuación se presenta el organigrama establecido para la cafetería que cuenta 4 puestos de trabajo 3 puestos fijos y 1 a nivel asesoría externa, también se indica las actividades de cada uno de los trabajadores

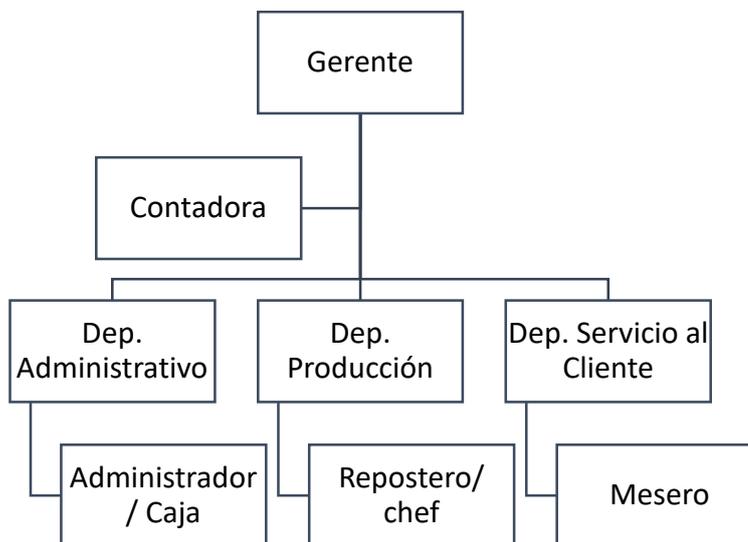


Gráfico 7 Organigrama
Elaborado por: Riofrío S.

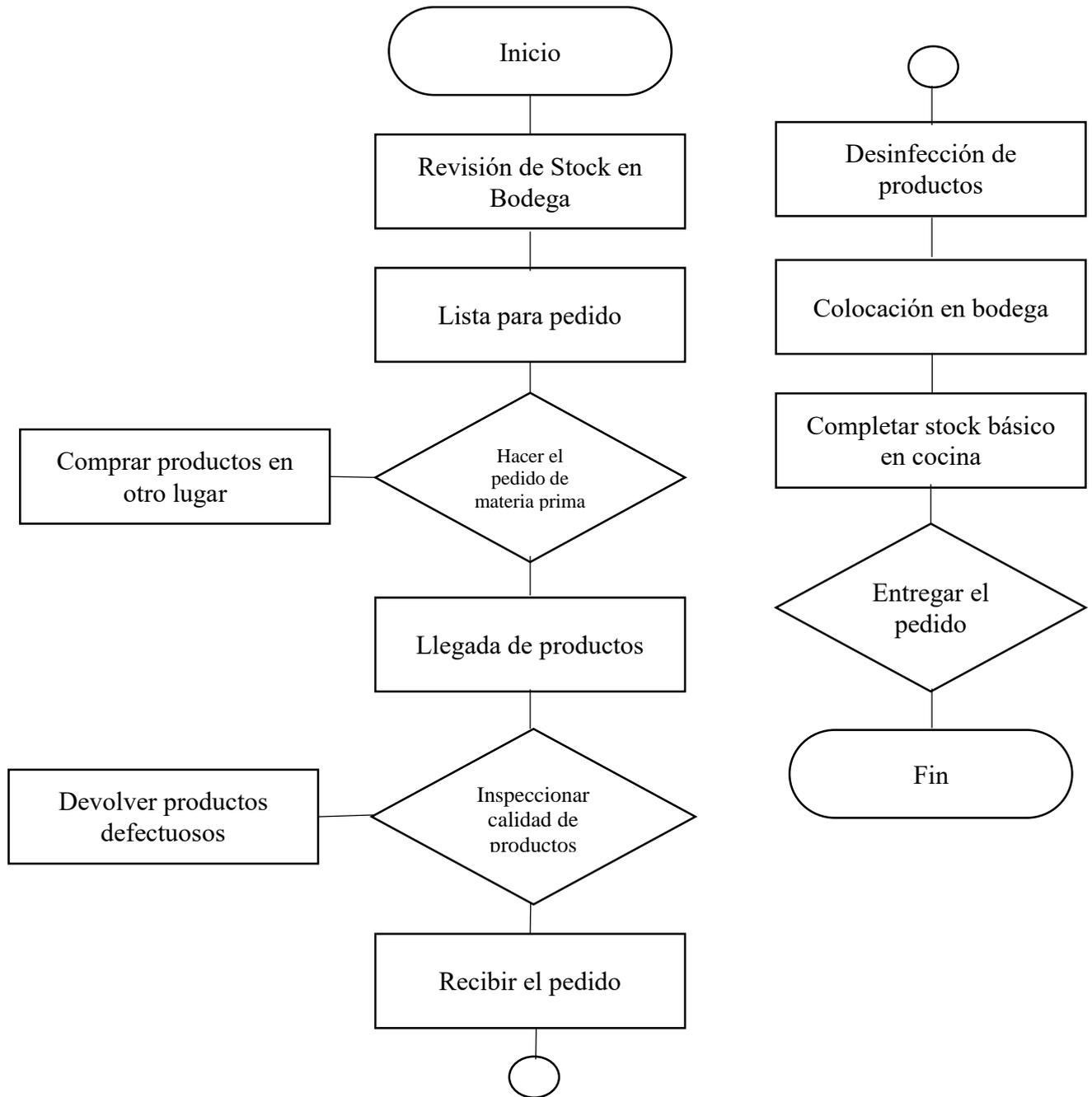
Tabla 20 Descripción de actividades

Cargo	Actividades	Monto
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordinación con proveedores ▪ Supervisión de compras ▪ Gestión de Personal ▪ Cierre de Caja ▪ Facturación ▪ Supervisión y control de procesos ▪ Manejo de Redes/Publicidad en general 	\$ 407,52
Contadora	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Declaraciones Mensuales ▪ SRI ▪ Roles de pago ▪ Organización Información contable 	\$ 100,00
Chef / Repostero	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrega de lo solicitado en la barra ▪ Preparación de los productos ofertados por la cafetería ▪ Preparación de bebidas ▪ Lista de compras 	\$ 405,92
Mesero	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recoger bandejas y vajilla de mesas ▪ Atención en mesas ▪ Limpieza general del lugar ▪ Ordenar y guardar la materia prima 	\$ 404,92
TOTAL		\$1.318,36

Elaborado por: Riofrío S.

2.8.3. Diagramas de proceso

La cafetería ofrecerá principalmente café y otros productos como bebidas frías y calientes, postres, ensaladas y platos fuertes, para tener un adecuado manejo de los procesos internos de la cafetería se detalla a continuación el proceso de compras de la materia prima.



*Gráfico 8 Proceso de Materia Prima
Elaborado por: Riofrío S.*

A continuación se detalla los procesos de la cafetería están comprendidos en el proceso de atención al cliente, con la finalidad brindar un servicio de calidad optimizando el tiempo y recursos empleados.

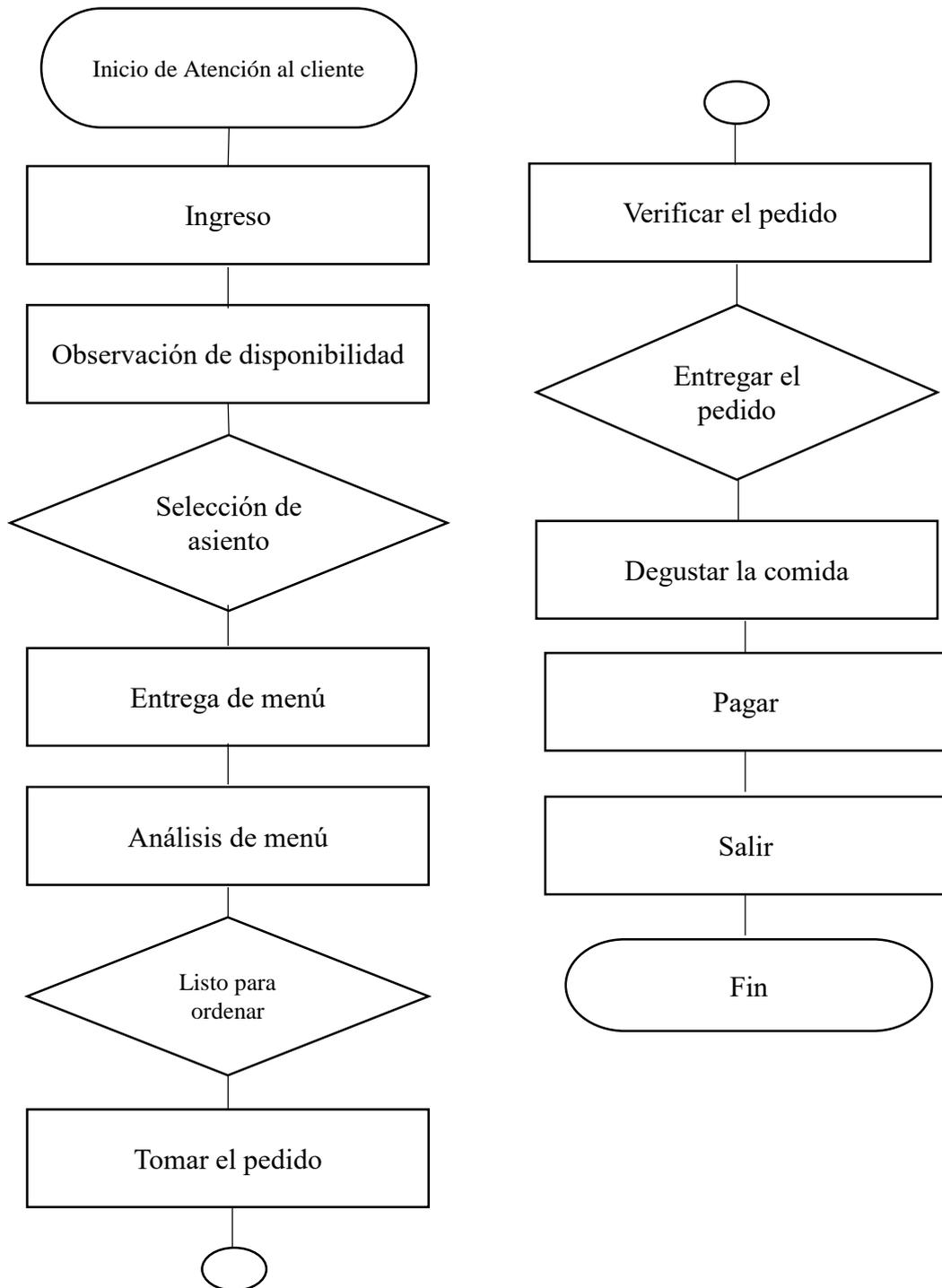


Gráfico 9 Atención al cliente
Elaborado por: Riofrío S.

También se establece el proceso de preparación de alimentos con la finalidad de establecer un proceso estándar que sea una guía para la preparación de los alimentos y disminuir los tiempos de entrega al cliente.

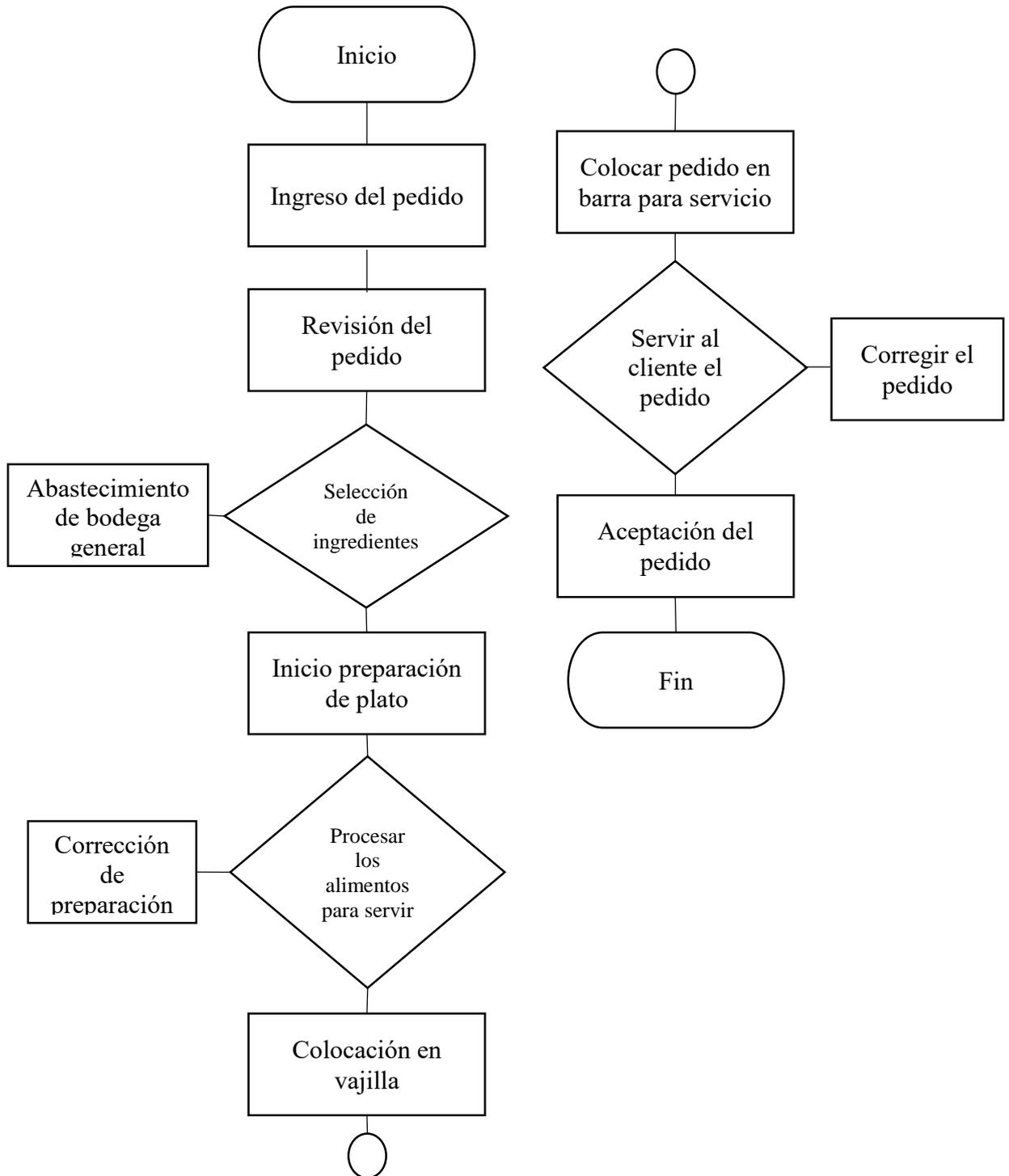


Gráfico 10 Preparación de alimentos

Elaborado por: Riofrío S.

A continuación se detalla la descripción de los procesos con cada actividad y el tiempo establecido para cada una, existen 6 procesos en la preparación de alimentos y un proceso de descripción general de la atención

Tabla 21 Descripción atención al cliente

Proceso de Atención al cliente			
#	Actividad	Descripción	Tiempo
1	Bienvenida al cliente	El cliente el ingresa al establecimiento elige un lugar, se da la bienvenida y entrega el menú.	2 min
2	Recepción de la orden	Tomar la orden la orden cuando el cliente lo indique o esperar un tiempo prudencial	2 min
3	Ingreso de la orden a la cocina	Ingresar la orden para su preparación y despacho	10 min
4	Servicio a la mesa	Servicio de la comida a la mesa para que el cliente consuma la orden	15 min
5	Pago	El cliente se acerca a cancelar la cuenta y se retira del establecimiento	5 min

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 22 Descripción preparación de bebidas

Proceso para preparación de Bebidas			
#	Actividad	Descripción	Tiempo
1	Ingresar la orden	Ingresada la orden determinar el tipo de preparación de la bebida	1 min
2	Seleccionar productos	Tomar los ingrediente para la elaboración de la bebida	1 min
3	Elaboración	Procesar los ingredientes para la obtención de la bebida sea fríos o calientes	3 - 6 min
4	Llenado y Decorado	Llenar el recipiente con la bebida preparada y decorar si fuera el caso	1 -3 min
5	Despacho	Colocar el pedido en la barra para su servicio a la mesa	1 min

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 23 Descripción preparación sándwich

Proceso para preparación de Sándwich			
#	Actividad	Descripción	Tiempo
1	Ingresar la orden	Ingresada la orden determinar el tipo de preparación del sándwich	1 min
2	Seleccionar productos	Tomar los ingrediente para la elaboración del sándwich	1 min
3	Elaboración	Ordenar las porciones de los ingredientes y colocar los aderezos de acuerdo al sándwich pedido	4 min
4	Emplatado	Emplatar el sándwich en la vajilla correspondiente	2 min
5	Despacho	Colocar el pedido en la barra para su servicio a la mesa	1 min

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 24 Descripción preparación platos fuertes

Proceso para preparación de Platos Fuertes			
#	Actividad	Descripción	Tiempo
1	Ingresar la orden	Ingresada la orden determinar el tipo de preparación del plato fuerte	1 min
2	Seleccionar productos	Tomar los ingrediente para la elaboración del plato	1 min
3	Elaboración	Aplicar el método de cocción de acuerdo al menú seleccionado	10 - 15 min
4	Emplatado	Distribuir los alimentos de forma armónica y proporcional	3 - 5 min
5	Despacho	Colocar el pedido en la barra para su servicio a la mesa	1 min

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 25 Descripción Preparación de ensaladas

Proceso para preparación de Ensaladas			
#	Actividad	Descripción	Tiempo
1	Ingresar la orden	Ingresada la orden determinar el tipo de preparación de la ensalada	1 min
2	Seleccionar productos	Tomar los ingrediente para la elaboración de la ensalada	1 min
3	Elaboración	Aplicar el método de cocción de acuerdo al menú seleccionado	10 min
4	Emplatado	Distribuir los alimentos de forma armónica y proporcional	3 min
5	Despacho	Colocar el pedido en la barra para su servicio a la mesa	1 min

Elaborado por: Riofrío S.

2.8.4. Infraestructura técnica, equipos e instalaciones

La Cafetería Victoria con la infraestructura planificada planea brindar a sus clientes un ambiente acogedor por lo que el requerimiento de equipos e instalaciones esta realizados en 4 grupos; en el equipo de trabajo se detalla los insumos necesarios para el área de cocina y preparación de alimentos, el equipo de oficina son los artículos que ayudaran en su funcionamiento, el menaje son los artículos que serán usados en la preparación y servicio de alimentos, en los muebles y enseres es el mobiliario que será usado en la decoración general del lugar.

Tabla 26 Equipo de cocina

EQUIPO DE TRABAJO				
Artículo	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL	
Cafetera	1	\$ 1.500,00	\$	1.500,00
Cocina Industrial	1	\$ 400,00	\$	400,00
Horno	1	\$ 300,00	\$	300,00
Cilindro de gas	3	\$ 60,00	\$	180,00
Congelador	1	\$ 300,00	\$	300,00
Refrigerador	1	\$ 600,00	\$	600,00
Licuadaora	1	\$ 85,00	\$	85,00
Batidora	1	\$ 600,00	\$	600,00
Máquina de Hielos	1	\$ 150,00	\$	150,00
TOTAL			\$	4.115,00

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 27 Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA				
Artículo	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL	
Computadora	1	\$ 850,00	\$	850,00
Registradora	1	\$ 250,00	\$	250,00
Teléfono	1	\$ 50,00	\$	50,00
Sistema de sonido	1	\$ 800,00	\$	800,00
Barra de bar	1	\$ 500,00	\$	500,00
Decoración general	1	\$ 500,00	\$	500,00
TOTAL			\$	2.950,00

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 28 Menaje

MENAJE				
Artículo	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL	
Juego de ollas	2	\$ 200,00	\$	400,00
Juego de cuchillos	2	\$ 50,00	\$	100,00
Cernidores	3	\$ 20,00	\$	60,00
Tablas de picar	2	\$ 25,00	\$	50,00
Moldes Repostería	5	\$ 15,00	\$	75,00

Platos base	50	\$	5,00	\$	250,00
Platos postre	50	\$	3,50	\$	175,00
Platos hondos	50	\$	4,50	\$	225,00
Platos de Café	50	\$	2,00	\$	100,00
Fuente o Ensaladera	7	\$	7,00	\$	49,00
Tazas	50	\$	2,50	\$	125,00
Copas	50	\$	3,00	\$	150,00
Vasos	50	\$	2,00	\$	100,00
Manteles	14	\$	7,00	\$	98,00
Juego de Cubiertos	50	\$	2,00	\$	100,00
Bandejas	5	\$	7,00	\$	35,00
TOTAL				\$	2.092,00

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 29 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES					
Artículo	CANTIDAD		P.UNITARIO		TOTAL
Mesas de Madera	7	\$	40,00	\$	280,00
Sillas	25	\$	30,00	\$	750,00
Sillones	2	\$	75,00	\$	150,00
Taburetes	6	\$	25,00	\$	150,00
Equipo de limpieza	2	\$	25,00	\$	50,00
TOTAL				\$	1.380,00

Elaborado por: Riofrío S.

2.8.5. Distribución de planta

La cafetería será de un piso con una distribución general de zona de ingreso, mesas cuádruplex, 2 mesas sillones, zona de atención en barra, cocina, 2 baños y 1 bodega, en el diseño de ubicación del lugar estará primero la mesas seguido de la barra en un espacio más privado se encuentran las mesas con sillones y en el fondo los baños en el costado izquierdo una bodega.



Gráfico 11 Distribución cafetería

Elaborado por: Riofrío S.

2.8.6. Materia prima

Los proveedores fueron seleccionados de acuerdo a su capacidad de entrega y la calidad de los productos se trabajara principalmente con 10 proveedores a continuación se detalla un listado general de los proveedores.

Tabla 30 Detalle proveedores

	<i>Proveedor</i>	<i>Descripción</i>
1	Arca Continental	Bebidas refrescos, colas y Agua
2	Supermaxi	Proveedor de insumos
3	Mi comisariato	Proveedor de insumos
4	Mercado Mayorista	vegetales y verduras
5	Needed	Servicio de encomiendas
6	Distribuidora Ambato	Proveedor de alimentos
7	Café Victoria	Proveedor de café
8	Importadora Monzart	Proveedor productos de repostería
9	Artestudio	Proveedor de decoración impresa
10	Juanita Proveedores	Proveedor frutas y verduras

Elaborado por: Riofrío S.

2.8.7. Manejo de inventarios

El proceso de control de inventario es un punto muy importante para el funcionamiento correcto de la cafetería ya que se desprende información contable, procesos de compras, tiempos de pago y manejo del efectivo, método de control de inventario será el método FIFO ya que al tratarse de un inventario de perecibles lo que se busca es evitar el desperdicio y servir alimentos en buen estado y también se manejará el inventario en dos fases el inventario de bodega y el inventario de distribución.

El inventario de bodega es el abasto general para la cafetería, en el cual se lo manejará con revisiones quincenales de recompra, para su control se implantará un control de ingresos y de salidas, con un detalle de compra y fecha de caducidad del producto. El inventario de suministros es el que se ubicará en la cocina, será de consumo inmediato de rápida rotación, por lo que se lo controlará semanalmente y se reabastecerá del inventario de bodega.

2.9. Estudio financiero

El estudio financiero está compuesto por la descripción de costos y gastos así como el detalle de la inversión y el análisis de la evaluación económica, evaluación de sensibilidad y de riesgos así como la presentación de estados financieros.

2.9.1 Estados financieros

2.9.1.1 Inversión

La inversión inicial que será necesaria está comprendida en 3 grupos; activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo a continuación se detalla los grupos de inversión establecidos.

- **Activo fijo**

En el activo fijo están los insumos que serán necesarios para la implementación de la cafetería, el monto invertido será de \$10.537,00.

Tabla 31 Activo fijo

ACTIVO FIJO			
DETALLE	CANTIDAD	MONTO	
Equipo de trabajo	11	\$	4.115,00
Equipo de oficina	6	\$	2.950,00
Menaje	440	\$	2.092,00
Muebles y enseres	42	\$	1.380,00
TOTAL	499	\$	10.537,00

Elaborado por: Riofrío S.

- **Activo diferido**

Los activos diferidos están constituidos por los gastos en los que se incurrirá para la creación legal de la cafetería como permisos, certificados y demás; el rubro de esta partida es de \$150.

Tabla 32 Activo diferido

ACTIVO DIFERIDO			
DETALLE	CANTIDAD	MONTO	
Gastos de constitución	1	\$	150,00

Elaborado por: Riofrío S.

- **Capital de trabajo**

Para el cálculo del capital de trabajo se aplicó el método de desfase el que establece que el capital intangible debe cubrir los egresos que se darán desde que se inicia con los gastos hasta que se recibe el ingreso por la actividad realizada. El capital de trabajo será de \$2.015,09.

Tabla 33 Detalle Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Cuentas	Rubros
Costo de venta	\$ 17.190,00
Arriendo	\$ 800,00
Servicios básicos	\$ 320,00
Servicio internet	\$ 180,00
Marketing/publicidad	\$ 400,00
Manejo de redes	\$ 400,00
Imagen corporativa	\$ 1.200,00
Sueldos y salarios	\$ 3.207,10
Gasto financiamiento	\$ 819,87
Total	\$ 24.516,97

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 34 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	MONTO
Costos anuales	\$ 24.516,97
N° de días	365
Días de desfase	30
Capital de trabajo	\$ 2.015,09

Elaborado por: Riofrío S.

La inversión inicial está constituida con la sumatoria del activo fijo, activo diferido y el cálculo del capital de trabajo.

Tabla 35 Inversión

INVERSIÓN	
Activo fijo	\$ 10.537,00
Activo diferido	\$ 150,00
Capital de trabajo	\$ 2.015,09
TOTAL INVERSIÓN	\$ 12.702,09

Elaborado por: Riofrío S.

2.9.2 Estados financieros

Los estados financieros están establecidos de acuerdo con los datos económicos de inflación anual y mensual, riesgo país, prima de riesgo país, tasa de crecimiento del mercado, tasa de crecimiento poblacional. Ver anexo 4

Los resultados de los costos y gastos, detallando la composición de general del negocio comprendido en dos estados financieros estado de resultados y estado de situación financiera, presentados en las siguientes tablas.

Tabla 36 Balance General

CAFETERÍA VICTORIA BALANCE GENERAL		
ACTIVO		
ACTIVO CIRCULANTE		
Capital de trabajo	\$ 2.015,09	
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 2.015,09	
ACTIVO NO CIRCULANTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de trabajo	\$ 4.115,00	
Equipo de oficina	\$ 2.950,00	
Menaje	\$ 2.092,00	
Muebles y enseres	\$ 1.380,00	
ACTIVO DIFERIDO		
Gastos de Constitución	\$ 150,00	
TOTAL ACTIVO NO CIRCULANTE	\$ 10.687,00	
TOTAL ACTIVO		\$ 12.702,09
PASIVO		
PASIVO NO CIRCULANTE		
Préstamo bancario	\$ 8.891,47	
TOTAL PASIVO	\$ 8.891,47	
PATRIMONIO		
Capital social	\$ 3.810,63	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 3.810,63	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 12.702,09

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 37 Estado de Resultados

CAFETERÍA VICTORIA					
ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 60.908,31	\$ 62.846,71	\$ 64.846,79	\$ 66.910,53	\$ 69.039,94
COSTO DE VENTAS	\$ 24.516,97	\$ 25.666,01	\$ 26.868,90	\$ 28.128,17	\$ 29.446,45
UTILIDAD BRUTA	\$ 36.391,34	\$ 37.180,70	\$ 37.977,89	\$ 38.782,36	\$ 39.593,49
GASTO ARRIENDO	\$ 2.400,00	\$ 2.399,28	\$ 2.398,56	\$ 2.397,84	\$ 2.397,12
GASTO SERVICIOS BÁSICOS	\$ 960,00	\$ 959,71	\$ 959,42	\$ 959,14	\$ 958,85
GASTO INTERNET	\$ 360,00	\$ 359,89	\$ 359,78	\$ 359,68	\$ 359,57
GASTO PUBLICIDAD	\$ 1.200,00	\$ 1.199,64	\$ 1.199,28	\$ 1.198,92	\$ 1.198,56
GASTO MANEJO DE REDES	\$ 1.200,00	\$ 1.199,64	\$ 1.199,28	\$ 1.198,92	\$ 1.198,56
GASTO IMAGEN CORPORATIVA	\$ 3.600,00	\$ 3.598,92	\$ 3.597,84	\$ 3.596,76	\$ 3.595,68
GASTO SUELDOS Y SALARIOS	\$ 19.242,61	\$ 19.236,84	\$ 19.231,06	\$ 19.225,30	\$ 19.219,53
GASTO FINANCIAMIENTO	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34
GASTO DEPRECIACIÓN	\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 620,70	\$ 620,70
TOTAL GASTOS	\$ 33.824,98	\$ 33.816,29	\$ 33.807,61	\$ 32.355,59	\$ 32.346,91
UTILIDAD ANTES DE PART. Y RESERVAS	\$ 2.566,36	\$ 3.364,41	\$ 4.170,28	\$ 6.426,77	\$ 7.246,58
15% TRABAJADORES	\$ 384,95	\$ 504,66	\$ 625,54	\$ 964,02	\$ 1.086,99
22% IMPUESTOS	\$ 479,91	\$ 629,14	\$ 779,84	\$ 1.021,81	\$ 1.355,11
10% RESERVAS	\$ 170,15	\$ 223,06	\$ 276,49	\$ 426,09	\$ 480,45
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1.531,35	\$ 2.007,54	\$ 2.488,41	\$ 3.834,85	\$ 4.324,03

Elaborado por: Riofrío S.

2.9.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio ha sido calculado en base al número de unidades producidas, lo que indica el número mínimo de unidades producidas para que la empresa no pierda, es decir que sus ventas sean las que cubran los costos y gastos. Con el cálculo presentado se observa que se debe producir 18690 unidades para cubrir los costos y gastos. A continuación se detalla los datos para el cálculo del punto de equilibrio y su cálculo.

Tabla 38 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costo fijo anual	\$ 31.825,95
Costo variable unitario	\$ 1,15
PVP	\$ 2,85

Elaborado por: Riofrío S.

$$\text{Ingresos} = \text{costo total}$$

$$\text{Precio} * \text{Cantidad} = \text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables}$$

$$\text{Precio} * \text{Cantidad} = \text{Costo variable unitario} * \text{Cantidad} + \text{Costo Fijo}$$

$$\text{Cantidad} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\$31.825,95}{2,85 - 1,15}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 18690 \text{ unidades producidas}$$

2.9.4 Flujo de egresos

El flujo de egresos se presenta a continuación está considerando los rubros fijos y variables calculado anualmente para los próximos 5 años los que comprenden gastos de venta, administrativos. Con la finalidad de identificar los gastos que se efectuaran y proyectar el manejo financiero del negocio.

Tabla 39 Flujo de egresos

CAFETERÍA VICTORIA					
FLUJO DE EGRESOS					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTO VARIABLE					
Gastos Variables	\$ 24.516,97	\$ 25.276,99	\$ 26.060,58	\$ 26.868,46	\$ 27.701,38
TOTAL GASTO VARIABLE	\$ 24.516,97	\$ 25.276,99	\$ 26.060,58	\$ 26.868,46	\$ 27.701,38
GASTO FIJO					
Arriendo	\$ 2.400,00	\$ 2.399,28	\$ 2.398,56	\$ 2.397,84	\$ 2.397,12
Servicios básicos	\$ 960,00	\$ 959,71	\$ 959,42	\$ 959,14	\$ 958,85
Servicio internet	\$ 360,00	\$ 359,89	\$ 359,78	\$ 359,68	\$ 359,57
Marketing/publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.199,64	\$ 1.199,28	\$ 1.198,92	\$ 1.198,56
Manejo de redes	\$ 1.200,00	\$ 1.199,64	\$ 1.199,28	\$ 1.198,92	\$ 1.198,56
Imagen corporativa	\$ 3.600,00	\$ 3.598,92	\$ 3.597,84	\$ 3.596,76	\$ 3.595,68
Sueldos y salarios	\$ 19.242,61	\$ 19.236,84	\$ 19.231,06	\$ 19.225,30	\$ 19.219,53
Gasto financiamiento	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34
Gasto depreciación	\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 620,70	\$ 620,70
TOTAL GASTO FIJO	\$ 33.824,98	\$ 33.816,29	\$ 33.807,61	\$ 32.355,59	\$ 32.346,91
TOTAL GASTOS	\$ 58.341,95	\$ 59.093,29	\$ 59.868,19	\$ 59.224,05	\$ 60.048,29

Elaborado por: Riofrío S.

2.9.5 Depreciaciones

A continuación se presenta la depreciación de los activos usando el método de línea recta calculado para los 5 años que se ha presentado todo el análisis, el que ha sido elaborado de acuerdo a los porcentajes establecidos con la ley orgánica de régimen tributario interno Art. 10 al 15 y del reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno.

Tabla 40 Depreciación

METODO DE LINEA RECTA								
BIEN	VALOR	% DEP.		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPO DE TRABAJO	4115,00	10%	1 0	\$411,50	\$411,50	\$411,50	\$411,50	\$411,50
EQUIPO DE OFICINA	2950,00	33%	3	\$983,33	\$983,33	\$983,33		
MENAJE	2092,00	10%	1 0	\$209,20	\$209,20	\$209,20	\$209,20	\$209,20
MUEBLES Y ENSERES	1380,00	33%	3	\$460,00	\$460,00	\$460,00		
	0,00		0					
TOTAL	10537,00			\$2.064,03	\$2.064,03	\$2.064,0	\$620,70	\$620,70

Elaborado por: Riofrío S.

2.9.6 Financiamiento

Para la distribución de financiamiento se estableció la tasa activa referencial, de acuerdo al boletín emitido por el Banco Central. El monto a ser financiado es de \$7.375,90 que corresponde al 70% de la inversión a ser realizada el cual será cancelado en 5 años.

La tasa de interés fue tomada del boletín de Marzo 2021 emitido por el Banco Central del Ecuador, las tasas establecidas para los sectores económicos son aplicables para todo el sector financiero a nivel nacional. Tasas Máximas – Consumo Ordinario 17,30%.

Tabla 41 Datos préstamo

Monto:	\$ 8.891,47
Tasa de interés anual	17,30%
Tasa de interés mensual	1,44%
Número de periodos:	5
Cuota Anual	\$2.798,34

Elaborado por: Riofrío S.

Tabla 42 Tabla de amortización

PERIODOS	INICIAL	INTERÉS	AMORT	CUOTA	FINAL
0					\$ 8.891,47
1	\$ 8.891,47	\$ 1.538,22	\$ 1.260,12	\$ 2.798,34	\$ 7.631,35
2	\$ 7.631,35	\$ 1.320,22	\$ 1.478,11	\$ 2.798,34	\$ 6.153,24
3	\$ 6.153,24	\$ 1.064,51	\$ 1.733,83	\$ 2.798,34	\$ 4.419,41
4	\$ 4.419,41	\$ 764,56	\$ 2.033,78	\$ 2.798,34	\$ 2.385,63
5	\$ 2.385,63	\$ 412,71	\$ 2.385,63	\$ 2.798,34	\$ -

Elaborado por: Riofrío S.

2.9.7 Flujo de Efectivo

Tabla 43 Flujo proyectado

	FLUJO DE EFECTIVO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		\$ 60.908,31	\$ 62.846,71	\$ 64.846,79	\$ 66.910,53	\$ 69.039,94
Costo de ventas		\$ 24.516,97	\$ 25.666,01	\$ 26.868,90	\$ 28.128,17	\$ 29.446,45
UTILIDAD BRUTA		\$ 36.391,34	\$ 37.180,70	\$ 37.977,89	\$ 38.782,36	\$ 39.593,49
Gasto arriendo		\$ 2.400,00	\$ 2.399,28	\$ 2.398,56	\$ 2.397,84	\$ 2.397,12
Gasto servicios básicos		\$ 960,00	\$ 959,71	\$ 959,42	\$ 959,14	\$ 958,85
Gasto internet		\$ 360,00	\$ 359,89	\$ 359,78	\$ 359,68	\$ 359,57
Gasto publicidad		\$ 1.200,00	\$ 1.199,64	\$ 1.199,28	\$ 1.198,92	\$ 1.198,56
Gasto manejo de redes		\$ 1.200,00	\$ 1.199,64	\$ 1.199,28	\$ 1.198,92	\$ 1.198,56
Gasto imagen corporativa		\$ 3.600,00	\$ 3.598,92	\$ 3.597,84	\$ 3.596,76	\$ 3.595,68
Gasto sueldos y salarios		\$ 19.242,61	\$ 19.236,84	\$ 19.231,06	\$ 19.225,30	\$ 19.219,53
Gasto financiamiento		\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34	\$ 2.798,34
Gasto depreciación		\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 620,70	\$ 620,70
TOTAL GASTOS		\$ 33.824,98	\$ 33.816,29	\$ 33.807,61	\$ 32.355,59	\$ 32.346,91
Utilidad antes de part. y reservas		\$ 2.566,36	\$ 3.364,41	\$ 4.170,28	\$ 6.426,77	\$ 7.246,58
15% trabajadores		\$ 384,95	\$ 504,66	\$ 625,54	\$ 964,02	\$ 1.086,99
22% impuestos		\$ 479,91	\$ 629,14	\$ 779,84	\$ 1.021,81	\$ 1.355,11
10% reservas		\$ 170,15	\$ 223,06	\$ 276,49	\$ 426,09	\$ 480,45
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 1.531,35	\$ 2.007,54	\$ 2.488,41	\$ 3.834,85	\$ 4.324,03
Reserva legal		\$ 170,15	\$ 223,06	\$ 276,49	\$ 426,09	\$ 480,45
Depreciaciones		\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 2.064,03	\$ 620,70	\$ 620,70
Inversión	\$ -12.702,09					
FLUJO DE EFECTIVO		\$ 3.765,53	\$ 4.294,63	\$ 4.828,93	\$ 4.881,31	\$ 5.425,18
RENTABILIDAD NETA		3%	3%	4%	6%	6%
EBITDA		\$ 6.864,58	\$ 7.715,53	\$ 8.574,84	\$ 8.094,27	\$ 8.968,43
MARGEN EBITDA		11%	12%	13%	12%	13%

Elaborado por: Riofrío S.

2.9.8 Evaluación económica

Al realizar la evaluación económica se mide los resultados que tiene el negocio evaluando la situación financiera y mediante estos poder determinar si es factible o no la inversión, así como poder establecer el manejo del negocio en distintos escenarios se puede evaluar mediante indicadores económicos Valor actual neto, Tasa interna de retorno, relación costo beneficio y tiempo de recuperación de la inversión.

2.9.8.1. Calculo del costo de capital

El costo promedio ponderado del capital es una tasa de descuento que se usa para descontar flujos futuros y traerlos a valor presente, cuando se hace referencia a proyectos de inversión se puede decir que esta tasa sustituiría a una TMAR es decir será la tasa mínima de aceptación en el rendimiento de la evaluación financiera aplicada al proyecto.

Es el costo de los recursos usados al operar, para la empresa será un costo a cubrir y para los inversionistas será sus rendimientos por el monto invertido, se calcula mediante la siguiente formula.

$$WACC = ke \left(\frac{E}{E + D} \right) + Kd \left(\frac{D}{E + D} \right) * (1 - Tc)$$

Ke = Costo de recurso propio

Kd = Costo de la deuda

E = Patrimonio

D = Deuda

Tc = Tasa impositiva

Tabla 44 Estructura de deuda

			ESTRUCTURA DE DEUDA	COSTO DE CAPITAL
ACTIVO	PASIVO	\$ 8.891,47	70%	17,3%
	PATRIMONIO	\$ 3.810,63	30%	13,5%
PROMEDIO DEUDA				15%

Elaborado por: Riofrío S.

$$WACC = 13,50\% \left(\frac{3.810,63}{3.810,63 + 8.891,47} \right) + 17,30\% \left(\frac{8.891,47}{3.810,63 + 8.891,47} \right) * (1 - 40\%)$$

$$WACC = 13,5\%(30\%) + 17,3\%(70\%) * (1 - 25\%)$$

$$WACC = 13,14\%$$

2.9.8.2.VAN

Al calcular el VAN se trae a valor presente los flujos estimados para el futuro a continuación se puede observar el flujo neto del efectivo y el flujo neto descontado mediante el porcentaje del costo promedio ponderado del capital o WACC calculado de 13,14%.

Tabla 45 Flujos descontados

PERIODO	Flujo Neto de Efectivo	Flujo Neto de Efectivo Descontado
Inversión Inicial		\$ - 12.702,09
Año 1	\$ 3.765,53	\$3.328,16
Año 2	\$ 4.294,63	\$3.354,92
Año 3	\$ 4.828,93	\$3.334,15
Año 4	\$ 4.881,65	\$2.979,06
Año 5	\$ 5.425,18	\$2.926,20
VALOR ACTUAL NETO		\$3.220,40

Elaborado por: Riofrío S.

El resultado del valor actual neto es mayor a cero, al momento de traer a valor presente el negocio asciende a \$ 3.220,40; al ser positivo se acepta la inversión.

2.9.7.1.TIR

La tasa interna de retorno se calcula para obtener el porcentaje de rendimiento que va tener el negocio en los 5 años de la evaluación económica aplicada, la TIR debe ser mayor que al WACC que es de 13,14%, el cálculo de la tasa fue realizado mediante la función de Excel, con los flujos proyectados.

Tabla 46 TIR

TIR	22%
------------	-----

Elaborado por: Riofrío S

La tasa interna de retorno supero a la TMAR con 8,86%, por lo que se considera que el proyecto es factible en este indicador.

2.9.7.2.RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Al analizar el costo beneficio de un proyecto de inversión nos estamos refiriendo al beneficio que se obtendrá por cada dólar de inversión en el proyecto, a continuación se presenta el cálculo.

Tabla 47 Sumatoria Flujos

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJOS DESCONTADOS	INVERSIÓN
			\$ -12.702,09
Año 1	\$ 3.765,53	\$ 3.328,16	
Año 2	\$ 4.294,63	\$ 3.354,92	
Año 3	\$ 4.828,93	\$ 3.334,15	
Año 4	\$ 4.881,65	\$ 2.979,06	
Año 5	\$ 5.425,18	\$ 2.926,20	
	Sumatoria Flujos	\$ 15.922,50	

Elaborado por: Riofrío S.

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\sum FNE \text{ descontado}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{15.922,50}{12.702,09} = 1,25$$

El costo beneficio calculado es de \$ 1,25 es decir que por cada dólar de inversión retornaran \$ 0,16 centavos de acuerdo con el cálculo establecido.

2.9.7.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión es necesario conocer los flujos, y realizar el cálculo a continuación detallado, el que mostrara con exactitud el tiempo que se tardará en recuperar la inversión inicial.

$$8.060,17 = \Sigma \mathbf{2 \text{ AÑOS}}$$

$$12.702,09 - 8.060,17 = 4.641,92$$

$$4828,93 / 12 = 402,41$$

$$4.641,92 / 402,41 = 11,54 \text{ (11 meses)}$$

$$0,54 * 30 = \mathbf{16 \text{ Días}}$$

La inversión se recuperará en 2 años, 11 meses y 16 días

2.9.9 Análisis de sensibilidad

Tabla 48 Análisis De Sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD dos variables		PRECIO						
\$3.220,40		\$ 2,85	\$ 2,80	\$ 2,75	\$ 2,70	\$ 2,65	\$ 2,60	\$ 2,55
Unidades producidas	\$ 25.000,00	8674,5	8015,3	7356,1	6696,8	6037,6	5378,3	4719,1
	\$ 24.000,00	7171,5	6538,6	5905,7	5272,9	4640,0	4007,1	3374,2
	\$ 23.000,00	5668,4	5061,9	4455,4	3848,9	3242,4	2635,9	2029,4
	\$ 22.000,00	4165,3	3585,2	3005,1	2424,9	1844,8	1264,7	684,5
	\$ 21.000,00	2662,3	2108,5	1554,7	1001,0	447,2	-106,6	-660,3
	\$ 20.000,00	1159,2	631,8	104,4	-423,0	-950,4	-1477,8	-2005,2

Elaborado por: Riofrío S

En el análisis de sensibilidad se puede observar hasta qué punto el precio es flexible, de acuerdo al número de unidades producidas el precio mínimo puede llegar a \$ 2,55 en promedio con 22.000 artículos vendidos anualmente; Y que el mínimo de unidades puede llegar hasta 20.000 unidades a un precio promedio de \$ 2,75.

2.10 Conclusiones capítulo II

- El desarrollo de este capítulo permitió establecer el estudio de administrativo, técnico y manejo financiero en el cual ha mostrado el comportamiento de los involucrados, lo que permitió desarrollar las estrategias para ingresar al mercado.
- El proyecto de factibilidad requerirá un monto de inversión de \$ 12.702,09, el que está comprendido en los activos fijos y diferidos, y el capital de trabajo. Del monto invertido el 30% será capital propio, y el 70% será mediante financiamiento calculado para los 5 años del estudio financiero.
- En cada uno de los ítems de la evaluación financiera se determinó que el proyecto era factible ya que se obtuvo un VAN de \$ 3.220,40, y una TIR de 22% superior a la TMAR, teóricamente el VAN debe ser superior o igual a cero y la TIR debe ser superior a la TMAR, estos dos enunciados se cumplen por lo que se puede decir que el proyecto es factible.
- La inversión será recuperada en 2 años 11 meses y 16 días, por lo que se recuperará en un periodo inferior a los 5 años; la relación costo beneficio es de \$ 1,25, es decir que por cada dólar de inversión se tiene \$ 0,25 de ganancia.

CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA

Propuesta de solución al problema

Nombre de la Propuesta.- Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria” en la ciudad de Ambato

Objetivos: para desarrollar el proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería en la ciudad de Ambato se procedió a:

- Analizar el entorno en que se desarrollan las cafeterías y la disposición del mercado para una nueva cafetería.
- Realizar un estudio de mercado con la finalidad de determinar la demanda y oferta existentes.
- Especificar la estructura organizacional, identificar los procesos y establecer los lineamientos generales para la atención al público mediante un estudio técnico
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto mediante una evaluación económica.

Propuesta

El proyecto parte de la definición del negocio con la finalidad de establecer los aliados clave las actividades, los recursos para el funcionamiento el segmento de clientes al que se enfoca es de para dar la propuesta de valor que es brindar un café diferente que se distinga en sabor y presentación.

Con la finalidad de conocer el mercado se estableció el análisis del entorno, en el macro entorno se realizó el análisis PESTEL, y para el micro entorno se aplicó un análisis con las 5 fuerzas de Porter. Con la determinación del mercado se realizó el análisis estratégico que cuenta con la matriz FODA, y la matriz cruzada del FODA para establecer las estrategias que permitirán reforzar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, atenuar las debilidades y minimizar las amenazas.

En el estudio de mercado se describió la caracterización del mercado, se determinó la demanda y se estableció la competencia por lo que se puede mencionar que el mercado es de alta competencia y cuenta con un potencial de clientes el 78% de la población está dispuesta asistir a una cafetería; en el análisis de la competencia se determinó que las cafeterías con mayor afluencia son Juan Valdez y el Español.

También se estableció dos canales de distribución, el primero es de manera directa con el cliente cuando se acerca a realizar su compra en el establecimiento, y la segunda es una distribución en línea a través de un servicio de delivery con ventas en línea; el precio promedio para los artículos de la cafetería es de \$2,85. La estrategia de ingreso al mercado que se desarrolló en 4 etapas.

En el estudio técnico se detalló que existirán 4 puestos de trabajo que serán administrador, chef, mesero, y una contadora, que cumplirán con las actividades descritas y con los procesos detallados. La cafetería estará ubicada en Ambato en la Avenida Manuela Sáenz y Antonio Clavijo al estar considerado un sector con alta afluencia de personas y una zona de desarrollo.

Para el análisis financiero se determinó una inversión de \$12.702,09 con lo que se estableció un VAN positivo y una TIR superior al WACC establecido, la inversión será recuperada en 2 años y 11 meses; el análisis de sensibilidad mostro que el precio mínimo para mantener un Van positivo puede ser \$ 2,55 produciendo 21.000 productos anualmente.

4.1. Evaluación de expertos.

Para la evaluación de expertos se tomó en cuenta a profesionales que tengan experticia en el tema con la finalidad de dar el aval al proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato”

Para realizar la evaluación de expertos se realizó el siguiente procedimiento

1. Se seleccionó a los profesionales idóneos para dar la evaluación al trabajo presentado.
2. Se presentó el trabajo al evaluador para su revisión, y validación del contenido y métodos aplicados.
3. Recepción del formato de evaluación

La evaluación del trabajo ha sido sometida al juicio de cada experto, fue diseñada una matriz de evaluación con la finalidad de conocer el criterio objetivo en cada una de las dimensiones planteadas, con la finalidad de revisar cada ítem e identificar los puntos débiles y fuertes de la investigación.

Tabla 49 Formato de evaluación

Suficiencia	La información presentada es suficiente para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.
	La información presentada es incompleta para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.
	La información presentada no es suficiente para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.
Claridad	El proyecto considera elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad
	El proyecto considera pocos elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad, por lo que , es necesario aclaraciones adicionales
	El proyecto no considera elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad
Coherencia	La investigación realiza análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad
	La investigación cumple algunos análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad
	La investigación no realiza análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad
Relevancia	Todos los análisis presentados son relevantes en la etapa de toma de decisiones
	Algunos de los análisis presentados son relevantes en la etapa de toma de decisiones
	Los análisis presentados no son relevantes en la etapa de toma de decisiones

Elaborado por: Riofrío S

De acuerdo con las evaluaciones emitidas por los expertos se puede establecer que: el proyecto cuenta con la información suficiente para efectuar el análisis de mercado, técnico administrativo y financiero. En cuando a la claridad la investigación fue desarrollada de acuerdo a los conceptos establecidos para llevar a cabo el estudio de factibilidad. También se establece que la investigación tiene coherencia con los lineamientos establecidos para el desarrollo de proyectos de factibilidad, y que los análisis presentados son de relevancia en la toma de decisiones.

A continuación se presenta la información de cada uno de los evaluadores:

Tabla 50 Datos de los expertos

Información sobre el Experto 1	
Nombres	Edwin Joselito Vázquez Erazo
Nivel de estudios	PhD, Doctor en Gestión de Empresas
Cargo	Docente
Años de experiencia laboral	20 años
Información sobre el Experto 2	
Nombres	Victoria Alejandra Rivera Orbea
Nivel de estudios	Magister en Gestión de Proyectos
Cargo	Libre Ejercicio
Años de experiencia laboral	8 años

Elaborado por: Riofrío S

Ver anexo 5

3.2.Conclusiones del III capítulo

De acuerdo con la información presentada en la propuesta se puede corroborar que el proyecto es factible. Entre los principales datos que permiten aseverar que el proyecto se puede ejecutar tenemos: el precio promedio determinado de \$ 2,85, el punto de equilibrio de 18690 artículos, de la población encuestada el 78% está dispuesta asistir a una nueva cafetería, el VAN es positivo y la TIR es superior a tasa mínima de aceptación.

La evaluación realizada por los expertos fue favorable al considerar la investigación como pertinente, clara, coherente y relevante con la propuesta establecida, por lo que se puede llegar a la conclusión que el proyecto es viable.

Conclusiones generales

- El análisis del entorno permitió darle la definición al negocio, un establecimiento de comida con la venta de una café con certificación, el 32% de la población encuestada les gusta asistir a cafeterías modernas por lo que el establecimiento tendrá esta temática. En el análisis del macro y micro entorno se pudo establecer que el mercado es alta competencia; el 54% de la población asiste a cafeterías con la finalidad de compartir con amigos, el 38% para relajarse y el 36% para degustar café.
- Dentro del estudio de mercado se definió la demanda potencial para el proyecto que será 21.371 es decir 58 personas por día, se estableció 6 competidores directos ya que son cafeterías que han estado en el mercado algún tiempo, se puede mencionar que lo que más evalúan los encuestados al momento de visitar una cafetería es el servicio y los productos que les ofrecen, solo el 10% de ellos evalúa el precio y el 1% evalúa la ubicación.
- El estudio técnico permitió establecer que el precio promedio de los artículos es de \$2,85, y esto contrasta con la encuesta el 38% de la población tiene un gasto promedio en cafeterías de \$1 a \$6. En el menú cuenta con 6 secciones de alimentos que contemplan 35 ofertas alimentarias para los clientes entre ellas podemos destacar las bebidas calientes y postres, de acuerdo a los encuestados el 76% y 58% prefiere consumir café y postres respectivamente.
- El análisis administrativo definió que existirán 3 puestos de trabajo fijo y 1 puesto como consultoría externa, los que cumplirán con los requisitos establecidos en sus funciones, y para los que se diseñó 6 procesos generales con la finalidad de dar una atención de calidad a los clientes.
- El punto de equilibrio determinó que se debe producir 18.690 unidades en el año es decir que se debe vender 52 artículos de comida al día, el 50% de la población gasta en promedio entre \$6 y \$12 en cada visita a una cafetería se puede observar que una persona consume en promedio 2 artículos al momento de asistir a una cafetería.
- La inversión requerida para el proyecto está compuesta por los activos fijos que son \$ 10.537,00, activos diferidos \$ 150,00, y el capital de trabajo \$ 2.015,09; por lo que el monto de la inversión inicial es de \$ 12.702,09.

- La evaluación de manejo financiero permitió establecer que la inversión inicial será de \$ 12.702,09, el valor actual neto es de \$3.220,40 la tasa interna de retorno será de 22%, la relación costo beneficio es de \$1,25 y la inversión se recuperara en 2 años y 11 meses.

Recomendaciones

- Aplicar las estrategias establecidas en la matriz FODA, con la finalidad de potencializar los puntos fuertes y atenuar el impacto de las debilidades, para darle competitividad en el mercado y estabilidad en el tiempo.
- Tener innovación y un análisis de la demanda de manera regular, con la finalidad de identificar los cambios en la selección de productos, y ofrecerlos dentro del menú.
- Establecer una buena selección de proveedores para asegurar la calidad de productos y negociar con ellos los tiempos de entrega y pagos con la finalidad de tener la logística y abastecimiento adecuados.
- Impulsar el reconocimiento de la marca para darla a conocer en la ciudad y tener un posicionamiento en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Alajo, G. D. P., & Jiménez, W. (2015). *Tesis presentada previa a la obtención del título de Ingenieros Agroindustriales Autores* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI]. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2629/1/T-UTC-00166.pdf>
- Alean, A., Del Río, J., Simancas, R., & Rodriguez, C. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 107–123.
<http://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/1470/1079>
- Almodóvar, G. M. (2018). Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 225–244.
http://dehesa.unex.es/flexpaper/template.html?path=/bitstream/10662/9758/1/CRLA_60695.pdf#page=1
- Antón, É. N. (2013). *PLAN DE NEGOCIOS DE LA CAFETERÍA “CAFÉ VENEZIA” EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL* [Universidad de Especialidades Espíritu Santo]. <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/196/1/proyecto-cafeteria-1.4.pdf>
- Baca, U. G. (2010). evaluación de proyectos 6ta edición 2010. In E. S. . D. C. INTERAMERICANA (Ed.), *Evaluación de Proyectos* (McGRAW-HILL, p. 333).
https://issuu.com/jazmindelacruz/docs/gabriel_baca_urbina-evaluacion_de_p
- Buenaño, L. C. G. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de la cafetería “COFFEE VIP” en el sector norte del distrito metropolitano de Quito* [Escuela Politécnica del Ejército]. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5742/1/T-ESPE-034239.pdf>
- Burneo, S., Delgado, R., & Vérez, M. A. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 305–312.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362016000300009&script=sci_arttext&tlng=pt
- Capelo, H. C. K. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE CAFETERÍAS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, ZONAL ESPECIAL TURÍSTICA “LA MARISCAL*.
<http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/1703>

- Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación - PDF Free Download*. <https://docplayer.es/13058388-Definicion-de-las-variables-enfoque-y-tipo-de-investigacion.html>
- Cevallos, A. (2014). *PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE AMBATO*.
http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/13182/55638_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gaibor, I. I. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA QUE OFRECE SERVICIOS TECNOLÓGICOS DEDICADA A LA FORMACION DE EDUCANDOS EN EL AREA DE INFORMATICA EN VALDEMORO [ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO]*.
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5667/1/T-ESPE-033904.pdf>
- Girón, M. E. H. (2012). “*LA TASA INTERNA DE RETORNO Y EL VALOR ACTUAL NETO COMO HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA, EN PROYECTOS PARA PLANTACIONES DE MADERA TECA*” [UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA].
http://www.biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_4056.pdf
- Hérvás, A. (2011). “*Plan de negocios para la creación de una comercializadora de puertas de Seguridad*”, en la ciudad de Quito. [Universidad Técnica Particular de Loja]. <https://1library.co/document/9ynnplyv-plan-negocios-creacion-comercializadora-puertas-seguridad-ciudad-quito.html>
- Hidalgo, J. (2014, March 29). Don Eloy ecuatoriano de corazón | Revista Líderes. *Revista Lideres*, 1. <https://www.revistalideres.ec/lideres/don-elyo-ecuatoriano-corazon.html>
- Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. *Fides et Ratio - Revista de Difusión Cultural y Científica de La Universidad La Salle En Bolivia*, 7(7), 67–85.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006
- Respaldiza, J., Ruiz, D., & Joaquín, D. (2014). *Plan de Negocios Cafetería Guillo* [Universidad de Chile].
[http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129882/Plan de negocios Cafetería Guillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129882/Plan%20de%20negocios%20Cafeteria%20Guillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Ruí-z, C. del R. E. (2017). Metodologí-a para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4(13 (3)), 172–188.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836>
- Saltos, D. M. (2010). “*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA DE BOCADITOS TRADICIONALES ECUATORIANOS EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.*”
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2002/1/40970_1.pdf
- Samagaio, A., & Rodrigues, R. (2016). Human capital and performance in young audit firms. *Journal of Business Research*, 69(11), 5354–5359.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.137>
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión - Alejandro Schnarch* (Ecoe. Ediciones (ed.); Primera).
https://books.google.com.ec/books?id=X8O4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Tafur, R., & Espinola, L. (2013). *NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LOS SERVICIOS DEL RESTAURANTE, BAR, SNACK CABAÑA Y CAFETERÍA DEL GOLF Y COUNTRY CLUB DE TRUJILLO* [UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO].
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/211/1/TAFUR_ROSA_NIVEL_SATISFACCION_RESTAURANTE.pdf
- Torres, J., & Paredes, J. (2017). *ANÁLISIS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LOS NUEVOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS REGULADOS POR EL MINISTERIO DE TURISMO EN EL AÑO 2015 PARA DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO EN PUERTO AYORA – GALÁPAGOS* [UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR SEDE GALÁPAGOS].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10484/1/T-UCE-0004-TE004-2017.pdf>
- Valle, E. (2011). *PLAN DE NEGOCIOS DE UNA PEQUEÑA EMPRESA CAFETERÍA BOUTIQUE EN PACHUCA* [UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO]. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/40435/CAP_01_AL_03.pdf?sequence=1
- Vélez, X. R., & Ortiz, R. S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica Entrepreneurship and innovation: a theoretical approach
 Empreendedorismo e inovação: uma abordagem teórica. *Dominio de Las Ciencias*,

ISSN-e 2477-8818, Vol. 2, N^o. 4, 2016, Págs. 346-369, 2(4), 346–369.

<http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Maestría en Administración de Empresas

Esta encuesta es aplicada por un estudiante de maestría en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; se tiene como objetivo: desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería mediante el uso de café con certificación Kosher en la ciudad de Ambato.

Instrucciones

Lea detenidamente cada pregunta y seleccione una respuesta según su criterio

1. Datos generales

Género Femenino Edad
 Masculino

2. ¿Asiste usted alguna cafetería?

Si
 No

3. ¿A qué lugar preferiría asistir?

Nocciola chocolatería
 El Espigal
 C-Bastian
 El Español
 Juan Valdez
 Creme Brulee
 Otra

4. ¿Indique la calidad de servicio?

Malo
 Regular
 Bueno
 Excelente

5. ¿Generalmente con cuantas personas asiste usted a una cafetería?

1 a 3 personas
 3 a 5 personas
 5 a 7 personas
 Más de 7 personas

6. ¿Que es lo que más evalúa cuando asiste a una cafetería?

- Precio
- Ambiente
- Ubicación
- Servicio
- Productos
- Otros

7. ¿A qué tipo de cafetería le gustaría asistir?

- Tradicional
- Temática
- Moderna
- Vintage

8. ¿Asistiría usted a una cafetería que ofrezca un café con certificación internacional?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

9. ¿Que le gusta consumir en una cafetería?

- Café
- Chocolate
- Postres
- Sándwich
- Bebidas Frías
- Ensaladas
- Platos fuertes

10. ¿Indique la frecuencia de asistencia a una cafetería?

- 1 vez
- 3 veces
- Más de 3 veces

11. ¿Cuál es el motivo de visitar una cafetería?

- Degustar café
- Degustar Bebidas

- Degustar Comida
- Compartir con amigos
- Relajarse
- Con pareja

12. ¿Seleccione el promedio de gasto por persona?

- \$ 1 a \$ 6
- \$ 6 a \$ 12
- \$ 12 a \$ 18
- \$ 18 en adelante

13. ¿Cuáles son los días y horas de su preferencia para asistir a una cafetería?

- Lunes
- Martes
- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

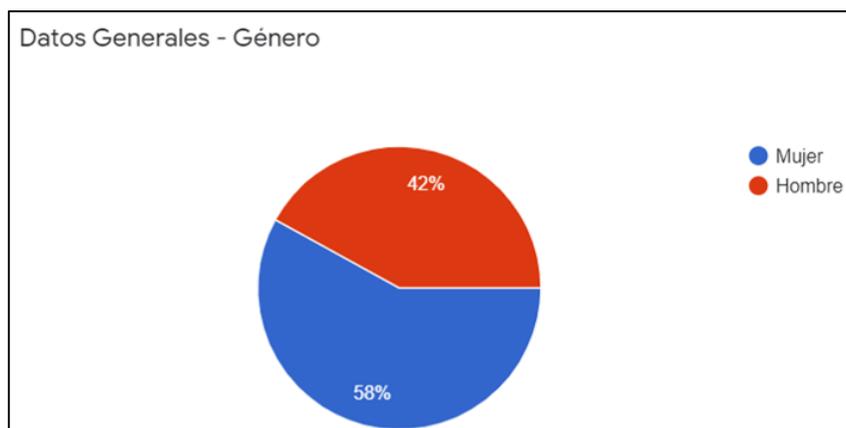
14. ¿Cuál es el momento preferido del día para asistir a una cafetería?

- Mañana
- Tarde
- Noche

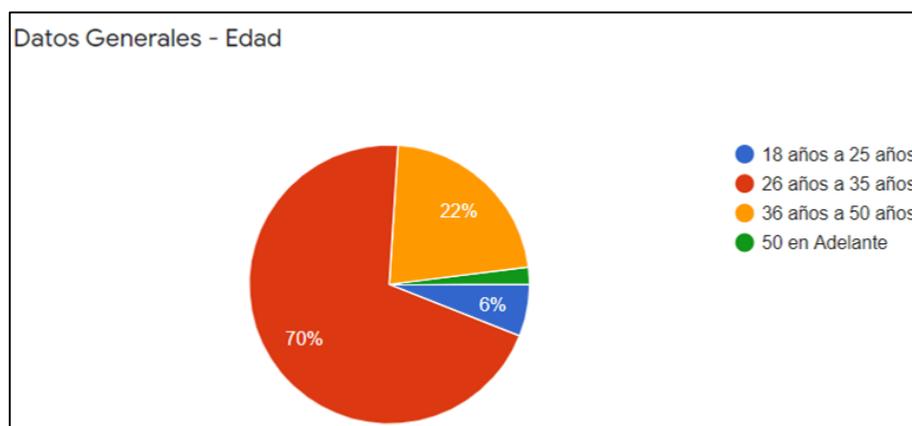
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Resultados de la encuesta

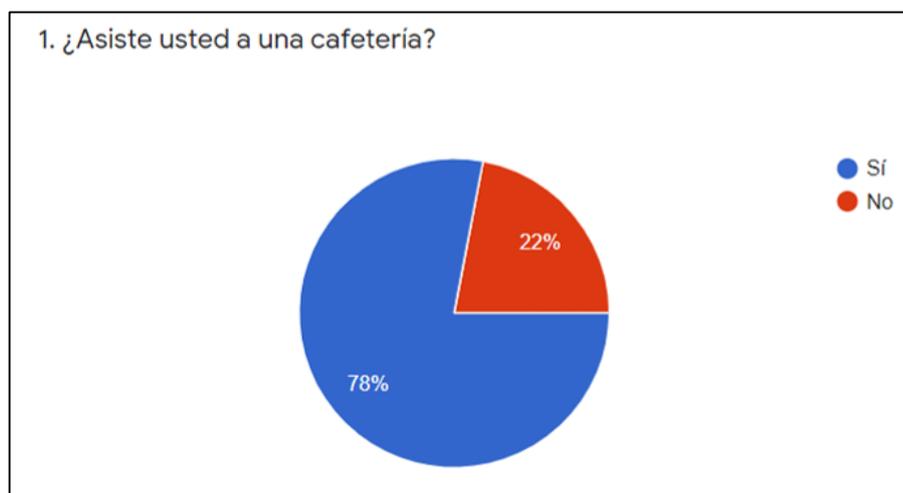
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Datos generales - Género	Mujer	223	58%
	Hombre	161	42%
TOTAL		384	100%



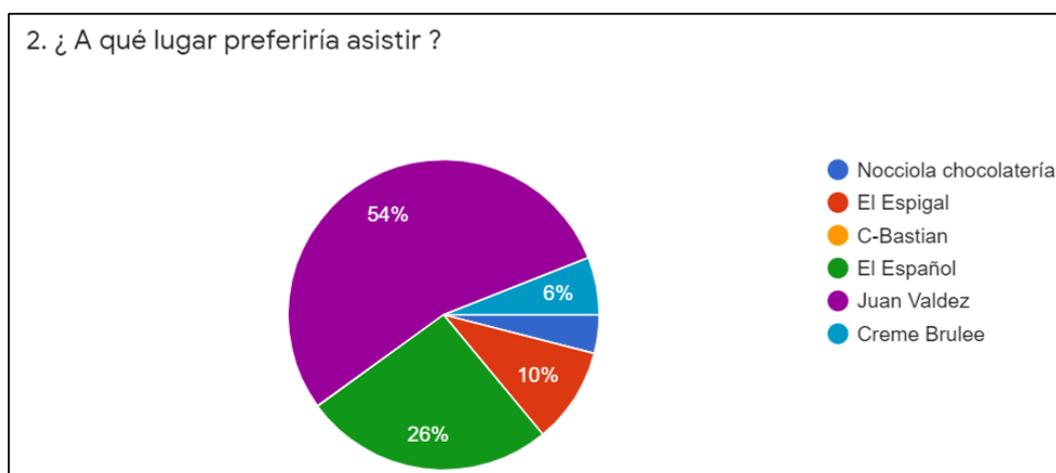
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Datos generales - Edad	18 años a 25 años	23	6%
	26 años a 35 años	269	70%
	36 años a 50 años	84	22%
	50 en Adelante	8	2%
TOTAL		384	100%



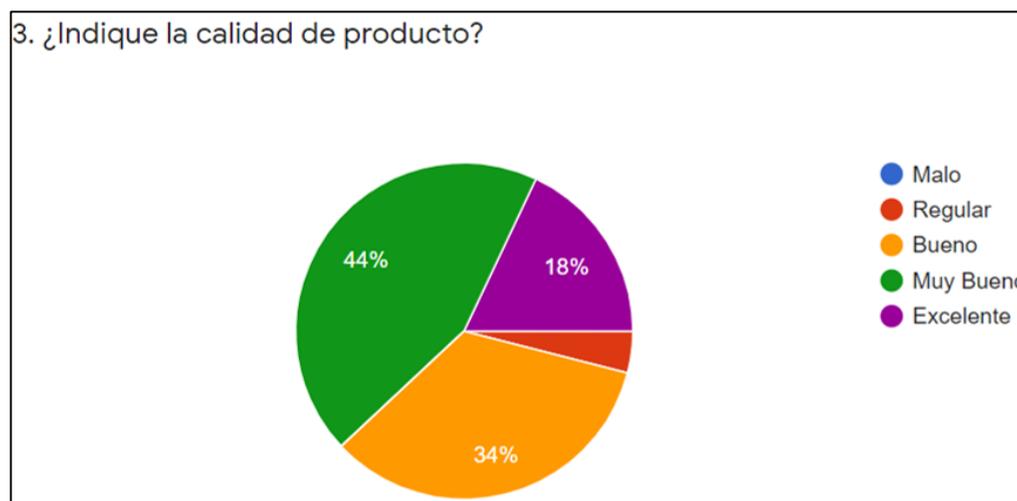
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1. ¿Asiste usted a una cafetería?	Si	300	78%
	No	84	22%
TOTAL		384	100%



Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
2. ¿ A qué lugar preferiría asistir ?	Nocciola Chocolatería	15	4%
	El Espigal	38	10%
	C-Bastian	0	0%
	El Español	100	26%
	Juan Valdez	207	54%
	Creme Brulee	23	6%
TOTAL		384	100%



Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
3. ¿Indique la calidad de producto?	Malo	0	0%
	Regular	15	4%
	Bueno	131	34%
	Muy Bueno	169	44%
	Excelente	69	18%
TOTAL		384	100%



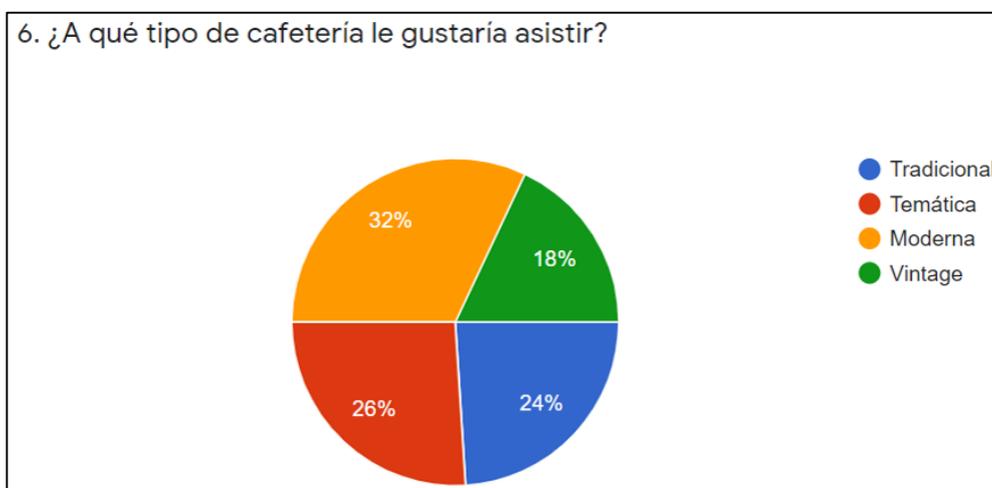
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
4. ¿Generalmente con cuantas personas asiste usted a una cafetería?	1 a 3 personas	307	80%
	3 a 5 personas	61	16%
	5 a 7 personas	15	4%
	Más de 7 personas	0	0%
TOTAL		384	100%



Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
5. ¿Qué es lo que más evalúa cuando asiste a una cafetería?	Precio	38	10%
	Ambiente	61	16%
	Ubicación	8	2%
	Servicio	131	34%
	Productos	146	38%
TOTAL		384	100%



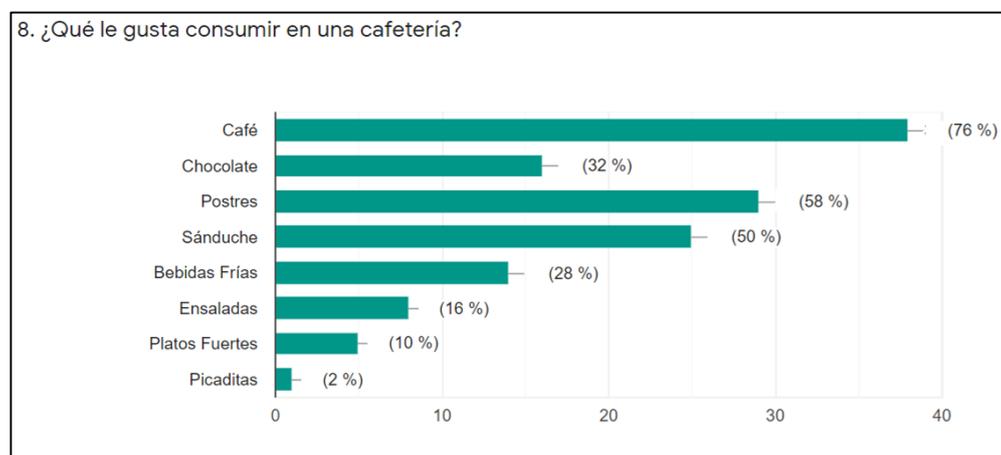
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
6. ¿A qué tipo de cafetería le gustaría asistir?	Tradicional	92	24%
	Temática	100	26%
	Moderna	123	32%
	Vintage	69	18%
TOTAL		384	100%



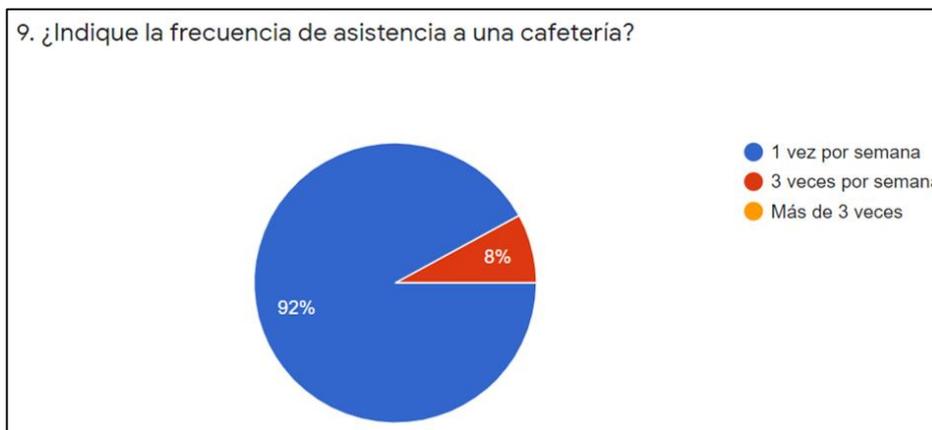
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
7. ¿Asistiría usted a una cafetería que ofrezca un café con certificación internacional?	Nunca	8	2%
	Casi nunca	15	4%
	A veces	169	44%
	Casi Siempre	108	28%
	Siempre	84	22%
TOTAL		384	100%



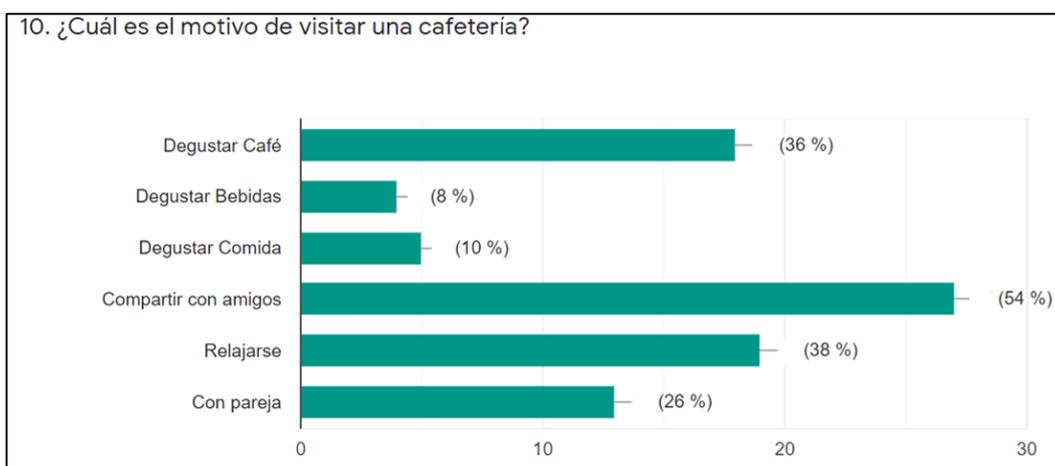
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
8. ¿Qué le gusta consumir en una cafetería?	Café	292	76%
	Chocolate	123	32%
	Postres	223	58%
	Sánduches	192	50%
	Bebidas Frías	108	28%
	Ensaladas	61	16%
	Platos Fuertes	38	10%
	Picaditas	8	2%
	TOTAL		1044,48



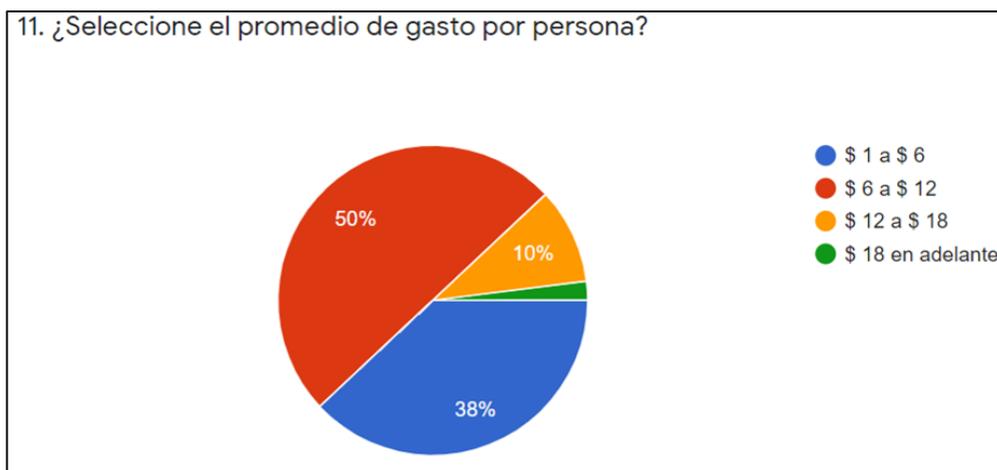
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
9. ¿Indique la frecuencia de asistencia a una cafetería?	1 vez por semana	353	92%
	3 veces por semana	31	8%
	Más de 3 veces	0	0%
TOTAL		384	100%



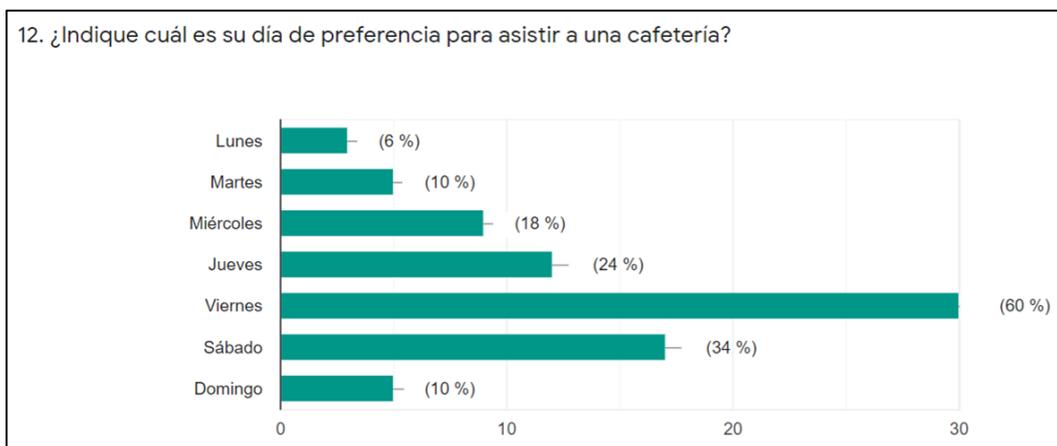
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
10. ¿Cuál es el motivo de visitar una cafetería?	Degustar Café	138	36%
	Degustar Bebidas	31	8%
	Degustar Comida	38	10%
	Compartir con amigos	207	54%
	Relajarse	146	38%
	Con pareja	100	26%
TOTAL		660	172%



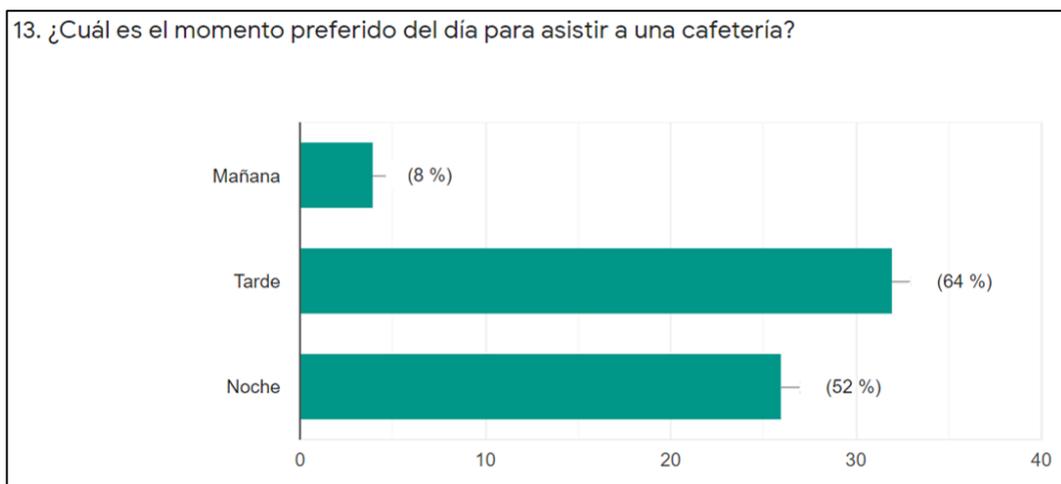
Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
11. ¿Seleccione el promedio de gasto por persona?	\$1 a \$6	146	38%
	\$6 a \$12	192	50%
	\$12 a \$18	38	10%
	\$18 en adelante	8	2%
TOTAL		384	1



Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
12. ¿Indique cuál es su día de preferencia para asistir a una cafetería?	Lunes	23	6%
	Martes	38	10%
	Miércoles	69	18%
	Jueves	92	24%
	Viernes	230	60%
	Sábado	131	34%
	Domingo	38	10%
TOTAL		622	162%



Pregunta	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
13. ¿Cuál es el momento preferido del día para asistir a una cafetería?	Mañana	31	8%
	Tarde	246	64%
	Noche	200	52%
TOTAL		476	124%



Anexo 3. Costos de producción

HOJA DE COSTOS PLATOS FUERTES					
Valor referencial (Mercado Mayorista / Supermercado)					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	VALOR COMPRA	CANTIDAD COMPRADA	VALOR UNITARIO
300	gr	Lomo fino	2,25	454	1,49
15	gr	Sal	0,49	1000	0,01
2	gr	Pimienta	1,25	100	0,03
5	gr	Hierbas	0,25	100	0,01
5	gr	Ajo	1	150	0,03
10	gr	Mantequilla	5,99	3000	0,02
20	gr	Cebolla	1	454	0,04
50	gr	Champiñones	2,49	400	0,31
50	c.c	Crema de leche	1,69	500	0,17
20	gr	Tocino	3,5	500	0,14
10	c.c	Vino Blanco	3,49	750	0,05
250	gr	Papas	14	10000	0,35
25	c.c	Aceite	2,15	1000	0,05
60	gr	Lechuga crespa	0,75	454	0,10
25	gr	Tomate Cherry	2	454	0,11
20	gr	Cebolla	0,5	454	0,02
20	gr	Pan	0,18	20	0,18
20	c.c	Aceite Girasol	2,15	1000	0,04
5	gr	Mostaza	2,29	550	0,02
15	c.c	Vinagre	0,89	500	0,03
Costo Variable Unitario Platos Fuertes					3,20

Costo Fijo 1,12

Servicio 0,48

Uti.estimada 1,28

PVP 6,08

HOJA DE COSTOS PLATOS ENSALADAS (Ensalada Cesar)					
Valor referencial (Mercado Mayorista / Supermercado)					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	VALOR COMPRA	CANTIDAD COMPRADA	VALOR UNITARIO
60	gr	Lechuga crespas	0,75	454	0,10
25	gr	Tomate Cherry	2	454	0,11
20	gr	Cebolla	0,55	454	0,02
20	gr	Pan	0,28	20	0,28
20	c.c	Aceite Girasol	2,25	1000	0,05
5	gr	Mostaza	2,29	550	0,02
15	c.c	Vinagre	0,89	500	0,03
2	gr	Sal	0,49	1000	0,001
10	gr	Queso	3,99	120	0,33
80	gr	Pollo	1,4	500	0,22
Costo Variable Unitario Ensaladas					1,16
Costo Fijo					0,58
Servicio					0,17
Uti.estimada					0,97
PVP					2,89

HOJA DE COSTOS PLATOS SANDWICH (TRADICIONAL)					
Valor referencial (Mercado Mayorista / Supermercado)					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	VALOR COMPRA	CANTIDAD COMPRADA	VALOR UNITARIO
25	gr	Pan	2,19	560	0,10
15	gr	Lechuga	0,75	454	0,02
20	gr	Tomate	0,5	454	0,02
15	gr	Mayonesa	2,59	400	0,10
10	c.c	Hierbas	0,25	100	0,03
15	gr	Queso Mozzarella	3,99	500	0,12
15	c.c	Jamón Americano	1,98	290	0,10
10	gr	Salami	2,31	100	0,231
Costo Variable Unitario Sándwich					0,72
Costo Fijo					0,60
Servicio					0,35
Uti.estimada					0,75
PVP					2,42

HOJA DE COSTOS PLATOS BEBIDAS CALIENTES (CAPUCHINO)					
Valor referencial (Mercado Mayorista / Supermercado)					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	VALOR COMPRA	CANTIDAD COMPRADA	VALOR UNITARIO
10	gr	Café	9,5	500	0,19
150	c.c	Leche	0,75	1000	0,11
10	gr	Cocoa en Polvo	2,69	440	0,06
3	gr	Canela en Polvo	0,99	50	0,06
15	gr	Crema Chantillí	1,49	100	0,22
2	gr	Clavo de Olor	2,19	50	0,09
25	c.c	Agua	1,5	6000	0,01
Costo Variable Unitario Bebidas Calientes					0,74
Costo Fijo					0,55
Servicio					0,25
Uti.estimada					0,65
PVP					2,19

HOJA DE COSTOS PLATOS BEBIDAS FRIAS (MILKSHAKE)					
Valor referencial (Mercado Mayorista / Supermercado)					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	VALOR COMPRA	CANTIDAD COMPRADA	VALOR UNITARIO
125	c.c	Leche	0,75	1000	0,09
20	ml	Helado	3,6	900	0,08
15	gr	Crema chantillí	1,49	100	0,22
2	c.c	Esencia de vainilla	0,99	120	0,02
4,5	gr	Piazza	0,38	44	0,04
5	gr	Jarabe Caramelo	4,19	680	0,03
5	gr	Chocolate Rallado	1,39	100	0,07
Costo Variable Unitario Bebidas Frías					0,55
Costo Fijo					0,35
Servicio					0,12
Uti.estim.					0,46
PVP					1,48

HOJA DE COSTOS POSTRES (TORTA CHOCOLATE)					
Valor referencial (Mercado Mayorista / Supermercado)					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	VALOR COMPRA	CANTIDAD COMPRADA	VALOR UNITARIO
200	gr	Cocoa en Polvo	2,69	440	1,22
240	gr	Mantequilla	1,09	250	1,05
600	gr	Azúcar	0,99	1000	0,59
420	gr	Harina	0,99	120	3,47
400	ml	Sirope de Chocolate	4,19	680	2,46
5		Huevos	0,1	1	0,50
15	gr	Royal	1,39	100	0,21
Costo Variable Unitario (ENTERO)					9,50
Costo Variable Unitario (PORCIONES)				15	0,63
Costo Fijo					7,50
Servicio					3,50
Uti.estim.					8,00
PVP Entero					28,50
Porciones				15,00	1,90

Anexo 4. Datos Económicos

Datos Económicos del Ecuador MARZO 2021			
Tasa Pasiva Referencial	5,53%	Tasa Legal	8,12%
Tasa Activa Referencial	11,83 %	Tasa Máxima Convencional	9,33%
Inflación Anual (dic/20)	-0,03%		
Inflación Mensual (May-2021)	0,08%		
Riesgo País (JUN -2021)	800		8,00%
Prima de Riesgo de los Estados Unidos	201		2,01%
Tasa de crecimiento mercado	3,10%		
Tasa de crecimiento poblacional	1,54%		
Crecimiento del PIB Ecuador 2020	- 8,90%	Crecimiento del PIB mundial 2020	2,60%
Crecimiento del PIB mundial 2019	3,70%	Variación PIB mundial 2019 - 2020	- 1,10 %

Porcentajes de Depreciación según Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno Art. 28.- Gastos generales deducibles	%	Años
(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares.	5%	20
(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles.	10%	10
(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil.	20%	10
(IV) Equipos de cómputo y software.	33%	3

Referencias

Tasas de Interés	https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes032021.htm
Inflación anual	https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202012.pdf
Inflación Mensual	https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Mayo-2021/Boletin_tecnico_05-2021-IPC.pdf
Riesgo País	https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/dipticos/Diptico_N58.pdf
Tasa de crecimiento mercado	https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1394-la-economia-ecuatoriana-se-recuperara-3-1-en-2021
Tasa de crecimiento poblacional	https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.pop.grow?locations=EC

Anexo 5. Evaluación veedores



Formato de evaluación

Por medio de la presente solito de la manera más comedida la respuesta a la revisión del trabajo de investigación presentado por Johanna Stefany Riofrío Pacheco con el tema “Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería “Café Victoria en la ciudad de Ambato”

Suficiencia	La información presentada es suficiente para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.	100%
	La información presentada es incompleta para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.	
	La información presentada no es suficiente para el análisis administrativo, estudio de mercado , estudio técnico y financiero.	
Claridad	El proyecto considera elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad	100%
	El proyecto considera pocos elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad, por lo que , es necesario aclaraciones adicionales	
	El proyecto no considera elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad	
Coherencia	La investigación realiza análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad	100%
	La investigación cumple algunos análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad	
	La investigación no realiza análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad	
Relevancia	Todos los análisis presentados son relevantes en la etapa de toma de decisiones	100%
	Algunos de los análisis presentados son relevantes en la etapa de toma de decisiones	
	Los análisis presentados no son relevantes en la etapa de toma de decisiones	

FIRMA DEL EVALUADOR
Dr. Edwin Vásquez Erazo PhD.
Ci: 1001303997



Formato de evaluación

Por medio de la presente solito de la manera más comedida la respuesta a la revisión del trabajo de investigación presentado por Johanna Stefany Riofrío Pacheco con el tema "Proyecto de Factibilidad para la creación de una cafetería "Café Victoria en la ciudad de Ambato"

Suficiencia	La información presentada es suficiente para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.	X
	La información presentada es incompleta para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.	
	La información presentada no es suficiente para el análisis administrativo, estudio de mercado, estudio técnico y financiero.	
Claridad	El proyecto considera elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad	X
	El proyecto considera pocos elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad, por lo que , es necesario aclaraciones adicionales	
	El proyecto no considera elementos claros y concisos para el análisis de factibilidad	
Coherencia	La investigación realiza análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad	X
	La investigación cumple algunos análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad	
	La investigación no realiza análisis acorde a los lineamientos establecidos para proyectos de factibilidad	
Relevancia	Todos los análisis presentados son relevantes en la etapa de toma de decisiones	X
	Algunos de los análisis presentados son relevantes en la etapa de toma de decisiones	
	Los análisis presentados no son relevantes en la etapa de toma de decisiones	


 FIRMA DEL EVALUADOR
 Mgr. Victoria Alejandra Rivera Orbea
 Ci: 0503160541