UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

Plan de negocios presentado previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresa

Autores:

Cayambe Caicedo Jennifer Paola
Yaguachi Arboleda Karol Dayana

Tutor:

Mg. Martínez Freire Maira Natalia

LATACUNGA - ECUADOR

Octubre 2024 - Febrero 2025

DECLARACIÒN DE AUDITORIA

Cayambe Caicedo Jennifer Paola con cedula de ciudadanía No. 0550189245 y Yaguachi Arboleda Karol Dayana, con cedula de ciudadanía No. 1105750713 declaramos ser las autoras del presente **"PLAN DE NEGOCIOS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÒN DE UNA CAFETERIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA."** siendo la Ing. Maira Natalia Martínez Freire Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, febrero 18 del 2025

Jennifer Paola Cayambe Caicedo
C.C. 0550189245

Karol Dayana Yaguachi Arboleda
C.C. 1105750713

AVAL DEL TUTOR DEL PLAN DE NEGOCIOS

En calidad del Tutor del pan de negocios sobre el título:

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UHNA CAFETERIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA.", de Cayambe Caicedo Jennifer Paola y Yaguachi Arboleda Karol Dayana, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 18 de febrero del 2025

Mg. Maira Natalia Martínez Freire
C.C. 1712507761
TUTORA

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Plan de Negocios de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto, las postulantes: Cayambe Caicedo Jennifer Paola y Yaguachi Arboleda Karol Dayana, con el título del Proyecto de Plan de Negocios **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA"**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 18 de febrero del 2025

Para constancia firman:

Mg. Roberto Carlos Arias Figueroa
C.C. 0502123730
LECTOR 1 (PRESIDENTE)

Mg. Efren Gonzalo Montenegro Cueva
C.C. 0502209992
LECTOR 2 (MIEMBRO)

Mg. Wilson Fabian Trávez Moreno
C.C. 0501854855
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO *1*

En primer lugar, agradezco a Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza en cada momento de mi vida. Su amor y misericordia me han dado la fuerza para seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles, a la Universidad Técnica de Cotopaxi que han formado parte de mi carrera universitaria. A mis padres Edgar Cayambe & Carmen Caicedo quienes con su amor, sacrificio y dedicación me han enseñado el verdadero significado del esfuerzo y la perseverancia, gracias por ser mi refugio en los días de tormenta y mi impulso en cada desafío. A mis hermanos Bryan Cayambe & Ismael Cayambe por ser mi compañía y apoyo, por las risas y momentos compartidos y por siempre estar ahí. A mi bisabuelito Eduardo Pumashunta que, aunque ya no esté físicamente, sigue vivo en mi corazón. A mi familia por parte de mis padres, por su amor y apoyo incondicional, gracias por cada palabra de aliento y por estar presente en cada etapa de mi vida. A mi novio Cesar Acuña por ser mi compañero en este camino, gracias por tu amor, paciencia y motivarme a ser mejor cada día. Y a su familia, por recibirme con cariño y hacerme sentir parte de ellos. Agradecerle a mi tutora Ing. Maira Martínez por la paciencia, dedicación y apoyo para el cumplimiento de este proyecto.

Cayambe Caicedo Jennifer Paola

AGRADECIMIENTO 2

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la sabiduría y fuerza para realizar la tesis. A mi tutora de tesis, Mg. Maira Natalia Martínez Freire, a los ingenieros, Ing. Efrén Montenegro, Roberto Arias, Wilson Trávez, por su asesoramiento, apoyo y paciencia a lo largo de este proceso. Sus valiosos consejos y conocimientos han sido esenciales para la elaboración de este trabajo.

A mi familia, por ser mi mayor fuente de inspiración y fortaleza. Gracias por su amor incondicional, su comprensión en los momentos difíciles y su constante motivación para que siga adelante en este camino académico, pero sobre todo gracias a mi mama por ayudarme a salir adelante en todo momento y cuidar de mi hija y nuca dejarnos solas. Amigos y amigas, quienes con su compañía, consejos y aliento hicieron que este proceso fuera más llevadero. Su apoyo ha sido clave para alcanzar este logro.

A mi amigo Anthony Oña por su ayuda incondicional en todo momento por sus consejos que siempre serán bienvenidos simplemente gracias por siempre estar para mí en todo momento.

A mi amigo Ronald Román gracias por estar incondicionalmente a mi lado con palabras de aliento así sea desde lejos pero ahí has estado para mí.

A mi amiga Sofia Caicedo porque a pesar de estar lejos siempre estas para mi así sea con una llamada, pero siempre me animas a seguir adelante gracias por esa linda amistad.

Finalmente, quiero extender mi gratitud a la Universidad Técnica de Cotopaxi por haberme permitido formarme como profesional y prepararme para un mejor futuro con mi hija.

Yaguachi Arboleda Karol Dayana

DEDICATORIA *1*

Los resultados de este trabajo, merecen expresar mi agradecimiento a mis padres Edgar & Carmen por su amor incondicional y apoyo en cada paso de mi vida. A mis hermanos, por ser mi compañía y mi refugio en todo momento. A mi novio por apoyarme y acompañarme en todo momento. A mis profesores, por compartir su conocimiento y enseñarme a crecer con esfuerzo y dedicación. A la Ingeniera que fue mi tutora de tesis. A mi compañera y amiga Karol Yaguachi y a la nena Lia Yaguachi que siempre han estado apoyándome y brindándome su amistad y cariño. Gracias a cada uno de ustedes por ser parte de mi camino, por sus palabras de aliento y por inspirarme a seguir adelante.

Cayambe Caicedo Jennifer Paola

DEDICATORIA 2

Dedico este proyecto a mi querida hija Lía Yaguachi, Por ser mi fuerza, mi inspiración mis ganas de salir delante de ser alguien mejor por ti y para ti para darte un mejor futuro, eres lo más bonito que Dios me dio. Cada página de este trabajo representa mi deseo de ser un ejemplo para ti, de mostrarte que con esfuerzo y perseverancia podemos alcanzar nuestras metas. Espero que este logro te inspire a seguir tus propios sueños y a nunca rendirte, sin importar las dificultades que enfrentes. A mi mami Gisela Arboleda por estar siempre para mí y mi hija, eres la mejor madre que he podido tener por enseñarme que siempre hay que luchar sin importa lo difícil que sea la situación, pero siempre hay que darle con todo para ser una mejor persona. A mis Hermanos Santiago Barba y Diego Barba por ser fuente de mi inspiración en todo momento. A mi hermana Graciana Domínguez por sus sonrisas y palabras de amor que fueron de gran ayuda para nunca rendirme. A mi Tío Francis Elizalde por su ayuda y consejos que fueron parte fundamental para dar todo de mi en la trayectoria de mis estudios, y porque gracias a amor incondicional luche cada día por pasar los semestres. A mi Abuelita Enny Ambuludi por sus palabras de aliento en todo momento y ayudarme con sus recetas de cocina, fueron de gran ayuda. A mi Abuelito Luis Ambuludi que aun estando en el cielo, no deja de ser muy importante, mí viejito lindo te dedicó todo mi esfuerzo en este trabajo porque pues también eres parte fundamental de mi vida. A mi amigo Anthony Oña por su ayuda en todo momento, sus enseñanzas fueron imprescindibles para culminar con este trabajo. A mi amiga Daniela Cañizares por siempre estar para mí y para mi hija así sea con un consejo. A mi amiga Carolina Jiménez por con sus risas me hacía desestresar y seguir luchando por este trabajo. A mis viejitos Andrés Garces y Verónica Mena por su apoyo y cariño para conmigo y mi hija. Finalmente, dedico este logro a mi querida amiga Sofia Caicedo por sus palabras de aliento cuando ya quería dejar todo ahí, con sus llamadas y mensajes me dio fortaleza para seguir adelante.

Los amo con todo mi corazón. Muchas gracias

Yaguachi Arboleda Karol Dayana

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TITULO: ¨PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA¨

Autores:

Cayambe Caicedo Jennifer Paola

Yaguachi Arboleda Karol Dayana

RESUMEN

El café se ha constituido en una bebida especial en Ecuador, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de estadísticas y Censos el ecuatoriano consume en promedio un kilogramo de café por año, el latacungueño no puede ser la excepción más aún cuando el clima del cantón es frío. El objetivo del presente estudio fue elaborar un plan de negocios para la creación de una cafetería en la ciudad de Latacunga, mediante el presente estudio se planificó la estructura del estudio de mercado, del sistema financiero y administrativo lo cual engloba para el funcionamiento correcto del negocio, la localización del proyecto fue en la ciudad de Latacunga parroquia Eloy Alfaro, Barrio San Felipe, basado en las preferencias de consumo de café de las personas quienes fueron parte del levantamiento de información. La metodología utilizada en este trabajo fue de enfoque cuantitativo, de carácter descriptivo, para lo cual se utilizó la técnica de la encuesta, el muestreo determinó que fueran 361 personas encuestadas; se utilizó un cuestionario de 12 preguntas, para la recolección de la información se trabajó en la zona urbana del Barrio San Felipe. Los resultados obtenidos mostraron un valor actual neto (VAN) de USD $ 44 196,35 dólares, una tasa mínima aceptable de rendimiento del 6,12 %, una tasa interna de retorno del 84 %, un costo beneficio de USD $ 1.05 dólares y un periodo de recuperación de inversión de un año un mes y ocho días para recuperar toda la inversión, mediante el análisis se demostró la factibilidad y viabilidad del proyecto.

Palabras claves: Cafetería, Estudio financiero, Inversión, Plan de negocios, Tir, Van.

Technical University of Cotopaxi

Faculty of Administrative and Economic Sciencie

Title: Business Plan for the Creation of a Coffee Shop in the City of Latacunga

Authors:

Cayambe Caicedo Jennifer Paola

Yaguachi Arboleda Karol Dayana

ABSTRACT

Coffee has become a special beverage in Ecuador. According data from National Institute of Statistics and Census, Ecuadorians consume an average of one kilogram of coffee per year, and Latacunga residents are no exception, especially considering canton cold weather. The objective of this study was to develop a business plan to establish a coffee shop in Latacunga city. The study included planning of market analysis, financial structure, and administrative framework, all essential for proper operation of the business. The project was located in Latacunga city, Eloy Alfaro parish, San Felipe neighborhood, based on coffee consumption preferences of surveyed individuals. The used methodology in this research was quantitative, descriptive approach. A survey technique was employed, and a sample size of 361 individuals was determined. An 11-question questionnaire was used to collect information, and data gathering took place in urban area of San Felipe neighborhood. The results showed a net present value (NPV) of USD $13.633,65, a minimum acceptable return rate of 6.12%, an internal return rate of 38%, a cost-benefit ratio of USD $1.05, and an investment recovery period of 1 year, 2 months, and 23 days. The analysis demonstrated feasibility and viability of the project.

Keywords: Coffee shop, Financial study, Investment, Business plan, IRR, NPV.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUDITORIA ..... **¡Error! Marcador no definido.**

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR..... **¡Error! Marcador no definido.**

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR..... **¡Error! Marcador no definido.**

AVAL DEL TUTOR DEL PLAN DE NEGOCIOS ..... **¡Error! Marcador no definido.**

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN **¡Error! Marcador no definido.**

AGRADECIMIENTO v

DEDICATORIA vii

RESUMEN ix

ABSTRACT x

ÍNDICE xi

ÍNDICE DE TABLAS xvi

ÍNDICE DE FIGURAS xviii

INFORMACIÓN GENERAL 1

CAPITULO I 2

INTRODUCCIÓN 2

Planteamiento del Problema/necesidad 3

Formulación de la necesidad 3

Objetivos del proyecto 3

Objetivo general 3

2.2 Objetivos Específicos 3

Beneficiarios del proyecto 4

Beneficiarios directos 4

Beneficiarios indirectos 4
Modelo de negocios 4
JUSTIFICACIÓN 4
CAPITULO II 6
FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TEÓRICA 6
Antecedentes 6
Fundamentación Epistemológica 8
Emprendimiento 8
Emprendedor 8
El mercado 8
Producción 9
Plan de negocios 9
Estudio de Mercado 9
Población 10
Muestra 10
Demanda 10
Oferta 10
Demanda Insatisfecha 11
Estudio Técnico 11
Financiamiento 11
Tamaño/ Capacidad de Producción 11
Localización 12
Técnicas de análisis del proceso de producción 12
Maquinaria y equipos 12
Distribución de la planta 12
Evaluación financiera 12

Presupuesto de Ingresos.....13
Estado de Situación Financiera.....13
Estado de pérdidas y ganancias.....13
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....13
Valor Actual Neto (VAN).....13
Tasa Interna de Retorno (TIR).....14
Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....14
CAPITULO III.....15
ESTUDIO DE MERCADO.....15
Propuesta metodológica.....15
MÉTODOS.....15
Deductivo.....15
Analítico.....16
Población.....16
Muestra.....16
Plan muestral.....18
Distribución de encuestas.....18
Tabulación de resultados.....18
CAPITULO IV.....35
ESTUDIO TÉCNICO.....35
Demanda Actual.....35
Demanda Potencial proyectada.....35
8.3 Demanda por producto.....36
En función de la materia prima.....36
En función de la tecnología.....37
Proveedores.....38

En función del financiamiento....39
Localización....39
Flujograma....41
8.10 Requerimientos del proyecto....42
Departamento Operativo....43
Equipos muebles y enseres....43
CAPITULO V....46
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO....46
Inversión Inicial....46
Componentes de la Inversión....46
Inversión Fija....46
Maquinaria y Equipo....46
Inversión Diferida....47
Capital de trabajo....47
Presupuesto de Costos....48
Costo Unitario de Producción....49
Presupuesto de Ingresos....50
Estados financieros....51
Estado de Pérdidas y Ganancias....51
Estado de situación financiera....52
Flujo de Efectivo....53
Evaluación financiera....54
Valor Actual Neto (VAN)....55
Tasa Interna de Retorno (TIR)....55
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)....55
Punto de Equilibrio....56

Relación Beneficio Costo 57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 58
Conclusiones 58
Recomendaciones 58
Bibliografía 59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación de mercado 16
Tabla 2 Plan muestral 18
Tabla 3 Distribución de encuestas 18
Tabla 4 Género 18
Tabla 5 Acostumbra ir a cafeterías 19
Tabla 6 Con qué frecuencia visita cafeterías 20
Tabla 7 Frecuencia de tomar café 21
Tabla 8 Café con consumo de mayor frecuencia 21
Tabla 9 Cuál es el motivo para visitar una cafetería 22
Tabla 10 Como prefiere usted consumir su café 23
Tabla 11 Café que le gustaría consumir 24
Tabla 12 Con que le gusta acompañar su café 24
Tabla 13 Café empacado (molido o en grano) 25
Tabla 14 Idea de cafetería en San Felipe 26
Tabla 15 Acceso a wifi 27
Tabla 16 Buen café y bebidas 28
Tabla 17 Buen Ambiente 29
Tabla 18 Estacionamientos 29
Tabla 19 Buena música 30
Tabla 20 Compras en línea 31
Tabla 21 Delibery 32
Tabla 22 Demanda Potencial 35

Tabla 23 Demanda Proyectada 35
Tabla 24 Demanda por producto 36
Tabla 25 Equipos 38
Tabla 26. Proveedores 39
Tabla 27 Departamento Administrativo 43
Tabla 28 Departamento operativo 43
Tabla 29 Maquinaria y equipos 43
Tabla 30 Muebles y enseres 44
Tabla 31 Suministros y Materiales de oficina 44
Tabla 32 Suministros y materiales de limpieza 44
Tabla 33 Menaje 44
Tabla 34 Materia prima indirecta 45
Tabla 35 Gastos de constitución 45
Tabla 36 Servicios Básicos 45
Tabla 37 Inversión inicial 48
Tabla 38 Costo de producción y ventas 49
Tabla 39 Costo unitario de producción 50
Tabla 40 Presupuesto de ingresos 50
Tabla 41 Estado de pérdidas y ganancias 51
Tabla 42 Estado de situación financiera 52
Tabla 43 Flujo de efectivo 53
Tabla 44 Punto de Equilibrio 56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género 19
Figura 2 Acostumbra ir a cafeterías 19
Figura 3 Frecuencia visita cafeterías 20
Figura 4 Frecuencia de tomar café 21
Figura 5 Café con consumo de mayor frecuencia 22
Figura 6 Cuál es el motivo para visitar una cafetería 23
Figura 7 Como prefiere usted consumir su café 23
Figura 8 Café que le gustaría consumir 24
Figura 9 Con que le gusta acompañar su café 25
Figura 10 Café empacado (molido o en grano) 25
Figura 11 Implementación de cafetería 27
Figura 12 Atributos 28
Figura 13 Atributos de una buena cafetería 28
Figura 14 Buen ambiente 29
Figura 15 Estacionamientos 30
Figura 16 Buena música 30
Figura 17 Compas en línea 31
Figura 18 Delivery 32
Figura 19 Precios 33
Figura 20 Organigrama 37
Figura 21 Macro localización 40
Figura 22 Micro localización 41
Figura 23 Flujograma 42

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Plan de negocios para la creación de una Cafetería en la ciudad de Latacunga.

Fecha de inicio:

24 de abril de 2024

Fecha de finalización:

7 de febrero del 2025

Lugar de ejecución:

El Ejido-Eloy Alfaro-Cantón Latacunga-Provincia de Cotopaxi

Facultad que auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia:

Administración de Empresas

Proyecto vinculado (si corresponde):

N/A

Equipo de Trabajo:

Lcda. Mg. Maira Martínez Freire C.I: 1712507761

Jennifer Paola Cayambe Caicedo C.I: 0550189245

Karol Dayana Yaguachi Arboleda C.I: 1105750713

Área de Conocimiento:

Emprendimiento y Plan de Negocios

Línea de investigación:

Administración y economía para el Desarrollo sostenible de organización

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Emprendimiento

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

El café se ha resaltado por su consumo elevado en todo el mundo y este se ha vuelto esencial en el día a día de muchas personas en el mundo, en el Ecuador, el café lojano se ha logrado destacar por sus características únicas de sabor y aroma, este es el resultado de las condiciones climáticas y geográficas de la región de Loja en la que se produce el café.

Por este motivo, nuestro emprendimiento se llama “LIAMONS”, esta cafetería busca priorizar el uso y promoción de café lojano el cual nos ayuda a tener una oportunidad para fomentar el consumo local y revalorizar las tradiciones cafeteras, este proyecto va más allá de presentar una taza de café de alta calidad, el cual se ve rodeado por la cultura del lugar, conectado a los consumidores con el origen de productos.

El café que se utilizara en nuestra cafetería es de la marca “ALAMOR” haciendo referencias al canto de donde proviene, es una marca que por falta de recurso tecnológicos no se ha logrado afianzar en el mercado, pero en los últimos años ha ido ganando imagen este café representa el fruto de esfuerzo de cada uno de sus agricultores a través del tiempo llevarlo más allá de las fronteras locales.

La cafetería no solo cuenta con café, si no también diferentes aperitivos tales como los tamales de chancho y pollo, empanadas de pollo y queso y diferentes productos que se irán implementando a futuro.

La motivación principal la cual nos lleva a realizar este proyecto es el crecimiento y potencial del grano de café lojano, a través de esto se generará fuentes de empleo en el sector en el que se ubicará el establecimiento, esto dará un impulso al sector.

Por tanto, esta propuesta incluye el desarrollo de un plan de negocios integral que contemple todas las disposiciones legales y reglamentarias necesarias para el adecuado funcionamiento del establecimiento. Este plan será la base para garantizar el éxito del proyecto y el cumplimiento de nuestra misión de ofrecer productos de alta calidad que reflejen la riqueza cultural y gastronómica de Loja.

Planteamiento del Problema/necesidad

En el Ecuador, y en la mayoría del mundo el consumo de café es un momento de tranquilidad ya que el consumo de esta bebida se lo da dentro de horarios laborales, cenas, conversaciones familiares, amigos, o pareja esto lo convierte al café no solo en una taza cualquiera,

En este momento en el cual están rodeados o acompañados de personas importantes, el consumo se transforma en una ocasión relevante para pasar tiempo, y compartir un momento agradable. Estas personas se encuentran en un momento de tranquilidad y paz, pasar tiempo de esta forma ha llevado lejos el ámbito de compartir un momento así, llevándolo inclusive a entreviste o reuniones de trabajo o de negocios esto depende de la situación el momento, y sobre todo el clima con el que se encuentren en el momento.

En la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga al ser un lugar muy amplio tiene como tales varios lugares donde vivir esa ocasión, sin embargo, en el sector de San Felipe no se encuentre un sitio de esta categoría por lo cual se está optando por realizar este estudio para encontrar preferencias y gustos del cliente, en esta ocasión todos los que viven en el sector establecido donde se realiza el presente estudio, esto para conocer cuál es el nivel de deseo de acudir a estos lugares.

Por lo cual, existe una necesidad en este sector, ya que el ambiente que se ofrece, los servicio y sobre todo la experiencia será única, esto a su vez brindar fuentes de trabajo y un ligar en el cual puedan acudir de manera recurrente para todo tipo de reuniones o simplemente un momento de tranquilidad y relajación.

Formulación de la necesidad

¿Cómo se puede desarrollar un plan de negocios eficaz para la creación de una cafetería en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, asegurando la variabilidad de mercado, técnica y financiera del proyecto?

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de una Cafetería en la ciudad de Latacunga.

2.2 Objetivos Específicos

Fundamentar teóricamente conceptos, definiciones e instrumentos del plan de negocios.

Elaborar un estudio de mercado y un estudio técnico para la cafetería ¨LIAMONS¨.

Determinar la viabilidad económica del proyecto a través de la evaluación financiera.

Beneficiarios del proyecto

Beneficiarios directos

1. Estudiantes
2. Negocios
3. Profesores

Beneficiarios indirectos

1. S.R.I (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)
2. GAD municipal de Latacunga

Modelo de negocios

Este modelo busca detallar en una serie de pasos la lógica de cómo una organización crea, entrega y captura valor. Con esta plantilla de administración estratégica intentaremos resumir el funcionamiento de nuestra cafetería. Los clientes pagaran por su producto un precio accesible que les permita degustar de unos sabrosos desayunos, pero sobre todo de un delicioso café lojano.

Además, se ofrecerá charlas para las personas que no conozca del café lojano y así puedan saber que producto es el que van adquirir y pagar un precio justo por lo que están comprando también se ofrece una buena atención al cliente para que regrese siempre a nuestra cafetería.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el sector alimenticio en el cantón Latacunga no se ha visto una oferta amplia sobre emprendimientos de café en el cual se observa una oportunidad en este caso en la parroquia Eloy Alfaro, Sector San Felipe, esto enfocándonos en el café lojano y una variedad de comida que acompañen este momento, con esto se busca promover el valor y la riqueza cultural.

Conscientes de la necesidad no solo se busca ofrecer un producto excelente, si no también buscamos crear experiencias únicas que conecten a los consumidores con la tradición del café lojano en la empresa denominada “LIAMONS”, esto como un lugar donde la gente pueda acercarse a pasar un momento con las personas que más conviven.

Este emprendimiento va más allá de solo un lugar donde la gente pueda compartir si no también busca un acercamiento a la cultura, con este emprendimiento también se busca generar más fuentes de trabajo y dar una mayor imagen al café que se va a ocupar para crear cada taza de café.

La creación de este nuevo emprendimiento surge de visualizar las necesidades y demandas que pueden ocurrir por los consumidores en el mercado alimenticio, se propone explotar las tendencias ofreciendo otro lugar diferente en el cual puedan realizar encuentros tranquilos y realizar reuniones de todo tipo.

CAPITULO II

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TEÓRICA

Antecedentes

El proyecto de tesis titulado “Plan de negocios para la creación de una cafetería dedicada a la producción y comercialización de elaboraciones tradicionales de Quito”, escrito por la autora Aguilar Tinitana Jenifer Alexandra, publicado en el año 2020. En este trabajo se utilizó una encuesta, a fin de conocer el comportamiento de la población, en este caso, de los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Quito. Por ser los mayores consumidores de comidas típicas, la población del proyecto incluye a todos los visitantes, tanto nacionales como extranjeros, del año 2018 y que visitaban el centro Quito. En consecuencia, se puede considerar un mercado objetivo de viajeros que se encuentran entre los 30 y 60 años de edad, tienen una actividad económica, sus edades oscilan entre 30 y 60 años, de los cuales 80 000 son visitantes extranjeros y 6561 son visitantes nacionales en base a esa población se calculó la muestra, el estudio concluye que es factible la creación de la cafetería.

La siguiente investigación de tesis titulado “Plan de negocios para la cafetería Mopa dulce paladar”, cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, Periodo 2022-2026”, realizado por la autora Castro Galarza Samario Brigitte, publicado 2023.

El objetivo del plan de negocios de la cafetería «MOPA DULCE PALADAR» del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, para los años 2022-2026 fue crear técnicas efectivas de mercadeo con el fin de incrementar la participación en el mercado. Para el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos, técnicas e instrumentos, como es: un análisis FODA, una entrevista al gerente y una encuesta a la población El resultado del trabajo fue la detección de canales de distribución ineficaces, cartera de clientes reducida, servicio al cliente ineficaz, retrasos en la entrega de pedidos, gestión administrativa ineficaz, recursos infrautilizados y ausencia de estrategias comerciales. Para lo cual se estableció un plan de negocio para enfrentar el problema y, como parte de ese plan, se sugirió una estrategia de marketing utilizando tácticas creativas basadas en la línea de la empresa, lo que permitió establecer actividades de manera eficiente, con el objetivo de aumentar la participación en el mercado y el conocimiento de la marca. Dado que las previsiones de los estados financieros arrojan unos ingresos favorables con una tasa de descuento (TMAR) del 9,37%, un valor actual neto (VAN) positivo de USD $ 35.116,79 dólares y una tasa interna de rentabilidad (TIR) del 26,61%, fue posible confirmar la viabilidad y factibilidad de la investigación en el plan de gestión financiera.

En el siguiente plan de negocios presentado por Carlos Arias, Josafat Jabbour, en su tesis titulada "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTAR UN MÓDULO DE CAFETERÍA EN SAN ISIDRO" elaborado en el año 2015. Para conocer la demanda y determinar el mercado objetivo, se realizó un análisis de mercado, luego se realizaron entrevistas con una serie de expertos en la materia. Se aplicó encuestas realizadas en la zona de influencia de San Isidro para medir cuantitativamente las características. El análisis reveló la existencia de una demanda insatisfecha en la región y que el público necesita ciertos componentes esenciales de la oferta. En base a los resultados se desarrolló una estrategia de diferenciación, que sirvió de base para crear los planes operativos de finanzas, marketing, ventas, y recursos humanos que permitieron a la empresa funcionar con eficacia. Se prevé un crecimiento a largo plazo superior al 15% anual para alcanzar una cuota de mercado del 2%. La inversión inicial requerida fue de USD S/. 183,556 dólares, de los cuales los socios aportan el 73% y un préstamo bancario cubre el 27% restante. Se supone un incremento de 12% en las ventas y una utilidad neta de USD $ S/. 82.136 dólares en el quinto año de operación. El proyecto arroja una TIR de 29,54 % y un VAN de USD S/. 80 078 dólares

En el siguiente Proyecto para la obtención de la maestría en administración de empresas, "Plan de negocios para la creación de una cafetería biblioteca en la ciudad de lima1 2020" realizado por los autores Enrique pedreros, Jesús Zarate, Max Zuñe publicado en 2022. El fin del plan de negocio fue el abastecer al mercado de hombres y mujeres a partir de los veinte años que disfrutan leyendo y tomando café. El mercado principal de la empresa fue Lima; asimismo, se ha acordado contratar a baristas sordomudos, cuya principal responsabilidad será preparar comidas y bebidas, en un esfuerzo por fomentar la inclusión social. El 60% de la inversión de USD S/ 314.236 dólares provienen del patrimonio de los accionistas. El VAN fue de USD S/ 290.078 dólares y la TIR es de 41.5 % el plazo de recuperación económica establecido es de dos años y once meses.

En el siguiente tema de tesis "Plan de negocios para la creación una cafetería ecológica en la ciudad de Riobamba", escrito por Brethnny Nicole Sierra Rojas, publicado en el año 2016, el proyecto tiene un horizonte de evaluación de cinco años. Tras el estudio financiero y el análisis de los indicadores de rentabilidad del proyecto la VAN fue de USD S/ 290.078 dólares y una TIR de 41.5 %; lo que demuestra que el plan de negocios es viable.

Fundamentación Epistemológica

Emprendimiento

Mencionan los autores (Guzmán y Trujillo, 2008), el emprendimiento es un campo vasto que involucra deferentes tópicos como financiación del emprendimiento, características del emprendedor social, entre otros, este ha cobrado interés para las escuelas o negocios desde la década de los ochenta debido a la creación y dirección de empresas entre varias razones adicionales.

Según el autor (Tito Duarte, 2009) menciona que forma en el emprendimiento es significativo para el desarrollo local, el cual está planteado como un beneficio que la sociedad recibe al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas con una inmediata respuesta a las demandas de la comunidad, lo que favorece al emprendedor como figura importante en el progreso permanente de una localidad a nivel municipal y/o regional.

Emprendedor

El autor (Muranda et al. 2019) El concepto de emprendedor abarca un significado amplio, ya que se refiere a aquel individuo que tome iniciativa de desarrollar algún proyecto empresarial, ya que sea de manera independiente o en colaboración con otros, asumiendo los riesgos financieros que eso implica.

Así mismo menciona el autor (Tito Duarte, 2009) que, En el mismo sentido el emprendedor debe contar con unas características peculiares como: necesidad de logro, disciplina, alta autoestima, trabaja por resultados y construye ambientes positivos frente a la iniciativa de un proyecto; también los investigadores detallan el espíritu emprendedor con: dinamismo, creatividad, innovación, flexibilidad, crecimiento y riesgo.

Mediante esta definición se logra mencionar que se encarga de la gestión y dirección del negocio, poniendo en práctica las habilidades para identificar y resolver problemas, así como para aprovechar oportunidades, de igual manera se logre optimizar recursos disponibles y la combinación estratégica para obtener los mejores resultados posibles.

El mercado

La toma de decisiones en el departamento de marketing y en otros departamentos de la empresa debe tener como objetivo satisfacer al cliente; para ello, es esencial tener los conocimientos necesarios para comprender sus deseos y cómo satisfacerlos. La investigación de mercado se

utiliza como una herramienta importante para obtener esta información y también porque proporciona información sobre el cálculo del tamaño del mercado. El objetivo del plan de negocios es explorar, de forma objetiva y basándose en fuentes de información fiables, cuántos clientes potenciales puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingresos mensuales, que ayudan a identificar en que sector del mercado puede operar la empresa.

Producción

Se destacan dos tipos de bienes: los bienes industriales, que son los productos utilizados para producir otros bienes, tales como materias primas, productos semiacabados o componentes; y los bienes de consumo, que son los productos que los consumidores finales utilizan para satisfacer sus necesidades personales, ordenados en bienes duraderos o perecederos. La innovación de insumos de recursos humanos, físicos y técnicos es la producción de productos que los consumidores requieren; éstos son típicamente productos o servicios, donde el concepto es el resultado final de un proceso de producción establecido como el producto, que muestra la satisfacción para el consumidor.

Plan de negocios

Según los autores (Gaytán J et, al. 2020 El plan de negocios es una herramienta clave dentro de la planificación estratégica, ya que permite a una organización proyectar el futuro, enfocándose en las mejores oportunidades comerciales, estableciendo sus alcances y determinando en que sectores incursionar, además eso facilitara la visualización de la actividad empresarial a desarrollar y la comparación entre los resultados esperados y los obtenidos, esto durante la elaboración, es esencial definir con claridad los objetivos que se buscan alcanzar y responder las preguntas fundamentales que permitirá evaluar la viabilidad del negocios y establecer las directrices necesarias a su implementación. El plan de negocios es una guía que muestra desde los objetivos que se desean alcanzar hasta las actividades más rutinarias

Estudio de Mercado

Para (Selley Pursell, 2023) El estudio de mercado es un procesa de investigación orientado a identificar las preferencias dentro de un sector comercial especifico, así como a evaluar las necesidades y comportamientos del público objetivo, eso implica la recolección y el análisis de información relacionada con clientes proveedores y competidores, con el propósito de determinar la viabilidad del emprendimiento y, en consecuencia, desarrollar un plan de negocios adecuado.

Según los autores (Gonzales y otros, 2011) mencionan que, el objetivo de realizar este estudio es identificar de forma directa al cliente, especialmente en los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre precio, producto a comprar, servicio que necesita), para lo cual se recomienda apoyarse con esta investigación; por ello, al crear una empresa, el plan debe dejar claro qué producto o servicio se ofrecerá y a qué mercado se dirigirá.

Población

"Grupo de elementos, como individuos, animales, objetos, eventos, entre otros, que forme parte de la investigación. Es importante señalar que la población o universo de estudio puede incluir desde personas y registro medios" (Pantoja, M; et, al. 2022).

"Una población de estudio se refiere a un grupo especifico y delimitado de casos que sirven como base para la selección de muestras, cumpliendo con ciertos criterios establecidos previamente" (Arias et al., 2016, p. 3).

Este término población hace referencia al grupo completo de elementos que serán objeto de análisis, es importante destacar que no se limita únicamente a personas, sino que también puede abarcar una serie de grupos dependiendo del caso de estudio lo cual en base a esto se seleccionará el enfoque de estudio.

Muestra

"Es un subconjunto representativo de la población, lo que implica que la muestra debe tener las mismas características que tiene la población" (Pantoja, et, al. 2022). Esto quiere decir que la muestra es tomar una pequeña porción de manera más específica que identifique la información necesaria para desarrollar de manera efectiva la investigación

Demanda

"Es la cantidad de producto que se venderá en el mercado a varios precios durante un período específico. La cantidad de producto que la gente compra depende de su precio" (García, 2021, pág. 20). En este aspecto lo que el proyecto busca es enfocarse en la demanda que existe en 11 el mercado con el fin de desarrollar el producto o servicio adecuado con las especificaciones que los consumidores esperan recibir y así satisfacer sus necesidades.

Oferta

"Es la cantidad de un producto que uno o varios proveedores están dispuestos a ofrecer al mercado a diversos precios durante un período específico" (García, 2021, pág. 5). En este punto lo que podemos hacer es identificar la probabilidad de viabilidad que tendría el producto o

servicio que queremos lanzar al mercado con la finalidad de apuntar al mercado meta, tomando en consideración variables como precios y promociones.

Así también para el autor la oferta es "Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado" (Pitizaca, 2024, pp. 3463-3466). En otras palabras, hace referencia al volumen completo de productos y servicios que están disponibles para ser comercializados en un mercado en un punto temporal definido y a un precio específico.

Demanda Insatisfecha

"Existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta" (Vásquez, 2016). Dicho de otro modo, esta insatisfacción sucede cuando la gente no ha logrado obtener algún bien y si accedió al mismo quizá no esté contento con él.

Para el autor la demanda insatisfecha es "es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta" (Andia, 2021). Es entonces una porción de la demanda global que permanece sin atender a causa de la escasez de oferta disponible para su satisfacción.

Estudio Técnico

"Éste tiene como objetivo determinar la función de producción óptima que alcance la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios" (SCHILIRO, 2021). De este modo, la organización puede conocer mejor los recursos materiales, laborales y financieros necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Financiamiento

De acuerdo con el autor el financiamiento "está financiado cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas; si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión" (Baca, 2013, p.186). Por ello implica la adquisición de fondos o activos para respaldar la ejecución de un proyecto, empresa o actividad económica, típicamente mediante la obtención de préstamos, la participación de inversionistas o la utilización de recursos propios.

Tamaño/ Capacidad de Producción

"La capacidad de producción mide cuánto puede producir una empresa con los recursos que tiene disponibles en un tiempo específico" (Morales, 2020). Considerando lo mencionado

anteriormente se puede identificar correctamente la capacidad de producción que la empresa tendrá y podrá cubrir en determinado tiempo.

Localización

"La localización es la determinación de la ubicación más adecuada que posibilite maximizar el logro del objetivo del proyecto de inversión" (Urtecho, 2021). Para las empresas en fundamental tener en consideración la distribución geográfica del mercado pues es importante ya sea por proximidad de materia prima básica, mercados, canales de distribución, transporte etc. Esto ayudaría a reducir costos, además de ayudar a que los clientes lleguen al negocio y adquieran los productos.

Técnicas de análisis del proceso de producción

Es importante mencionar varios métodos para optimizar las operaciones que se implemente en la planta de producción, el cual se representar mediante un diagrama de flujo.

Maquinaria y equipos

"Los recursos materiales son todos los suministros, materias primas, herramientas, máquinas, aparatos y todo elemento físico que se necesita para llevar a cabo el proceso de producción de una empresa" (Quiroa, 2020). Toda organización o emprendedor debe reconocer la relevancia de abastecer constantemente todos los insumos y materiales requeridos para el proceso de producción, de manera que las actividades de productividad sean eficientes.

Distribución de la planta

"Toda distribución se basa en la disposición de los recursos para que la organización pueda alcanzar sus objetivos ejecutando sus funciones. Es por ello que los recursos suelen estar organizados de acuerdo la función que desempeñan." (García, 2020).

La oportuna asignación del espacio de tiempo de una organización permite a mantener cada una de las actividades en un área correspondiente con las adaptaciones necesarias para la ejecución de las actividades destinadas de este método se hace más efectivo el control de los procesos de producción sea más eficiente.

Evaluación financiera

Se tiene en cuenta que cualquier persona que invierta en un negocio quiera una rentabilidad, que pueda cambiar el riesgo de la empresa y a sus propias expectativas, como hay mucho menos

peligro al poner dinero en un banco, se prevé un rendimiento mayor que el tipo de interés que ofrecen los bancos.

Presupuesto de Ingresos

Los ingresos considerados en este proyecto están relacionados con la producción y demanda de servicios de cafetería para los siguientes años de operación de la empresa, los precios propuestos para los productos han sido determinados anteriormente en el análisis del mercado, analizando la competencia y los costos requeridos para la producción.

Estado de Situación Financiera

(Rodrígues, 2017) Menciona sobre los estados financieros que tienen como principal objetivo suministrar información sobre el estado de la empresa, desempeño y cambios en la posición económica, que esa información sea comparable, transparente y de alta calidad, para los usuarios al momento de tomar decisiones económicas.

El balance general es el que nos permite comprender claramente las actividades económicas de la empresa, dado que muestra cada cuenta con su valor correspondiente, que se ha estimado a lo largo de la investigación.

Estado de pérdidas y ganancias

Para (Sevilla, et, al 2024) "el estado de resultados es un informe financiero esencial que detalla de qué manera cómo una empresa ha obtenido sus ingresos y en qué ha incurrido en gastos durante un período especifico."

Su objetivo es determinar el beneficio del proyecto, o los flujos de caja netos, que se obtienen deduciendo de los ingresos todos los costes relacionados con la producción, incluidos los gastos de venta, administración, depreciación y amortización en que incurre la empresa.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Representa la tasa mínima de ganancia sobre la inversión que esperan los inversores, esta ayudará a determinar el rendimiento generado por la compañía, considerando el grado de riesgo, estableciendo así la viabilidad del proyecto.

TMAR = al promedio de la Tasa Activa y Pasiva + el Porcentaje de Riesgo

Valor Actual Neto (VAN)

Para (Bravo, 2024) "El valor presente neto facilita evaluar el análisis de las inversiones actuales o potenciales, dado que proporciona una estimación del valor adicional que una inversión puede

generar cuando una empresa realiza una inversión, es importante que tenga claro el valor agregado que generará".

Dado que puede haber un resultado negativo en beneficio de los propietarios o inversores de la empresa, este resultado permitirá a los gestores del proyecto tomar una decisión que redunde en su beneficio y decidir si el patrimonio neto de la futura empresa aumentará o se mantendrá igual.

$$VAN1 = -Inversion\ inicial + \mathbf{FNE1\ (1 + i)\ 1 + FNE2\ (1 + i)\ 2 + FNE3\ (1 + i)\ 3 + FNE4\ (1 + i)\ 4 + FNE5\ (1 + i)\ 5}$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

"La TIR también se conoce como tasa de descuento interna. La TIR es una herramienta útil para determinar si una inversión debe ser aceptada o rechazada. Los inversionistas aceptarán una inversión si su TIR es mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento requerida (TMAR). Si la TIR es menor que la TMAR, la inversión se rechazará."

Para (Contreras, R, 2020), "permite conocer cuáles serán los beneficios que se obtendrán en el transcurso de vida útil del proyecto, midiendo la rentabilidad del mismo en términos de porcentaje".

La fórmula es la siguiente:

$$T.R.I = r\ 2 + (r\ 2 - r\ 1)\ \text{VAN1 VAN1} - \text{VAN2}$$

Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

"El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador financiero que mide el número de años que se necesitan para recuperar el capital invertido en un proyecto. Esta herramienta se utiliza para determinar si una inversión es rentable" (Contreras, 2020), se calcula para ver si los ingresos superan a los pagos durante la vida útil del proyecto. Es la suma de los valores actuales de cada periodo hasta alcanzar la inversión realizada para poner en marcha la nueva empresa.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Propuesta metodológica

Enfoque

La investigación cuantitativa es común en diversas áreas, incluyendo ciencias naturales y sociales, psicología, economía, sociología y marketing, de los cuales se obtienen datos utilizando métodos analíticos estructurados y herramientas de investigación, los resultados se enfocan en tamaños de muestra mayores que son representativos de la población.

El estudio puede llevarse a cabo a su gran grado de fiabilidad. El método utilizado ya que el desarrollo de esta investigación es un enfoque cuantitativo ya que nos permite definirlo Tendencia, pronóstico, verificación de relaciones y obtención de resultados generales grandes poblaciones.

El método cuantitativo nos ofrece dentro de esta investigación utilizar datos numéricos y herramientas de análisis matemático y estadístico para describir, esclarecer y promover eventos, dentro del plan de negocio de la cafetería “LIAMONS” debido a que es objetivo, preciso y se basa en la recopilación y análisis de datos cuantificables. El propósito de llevar a cabo esta investigación de este tipo es evaluar la demanda y la aceptación potencial entre los clientes.

Investigación de encuestas.

En este tipo de estudio, se obtienen datos que se recopilan de una muestra representativa. Mediante un cuestionario diseñado y estandarizado el objetivo es recolectar información cuantitativa sobre el tema opiniones, actitudes y comportamientos de una muestra representativa de la población, y sobre todo la atención se centra en la recopilación sistemática de datos cuantitativos.

MÉTODOS

Deductivo

Este enfoque se aplica para obtener conclusiones concretas a partir de diseñar métodos de investigación y estrategias de recopilación de datos esto puede implicar la implementación de encuestas u otros métodos cuantitativos. En cuanto al contexto de establecer la creación de una cafetería de café lojano, esto nos asegura que las decisiones tomadas en cada paso estén

lógicamente fundamentadas por la información previa, mejorando la coherencia y la eficacia del proceso de creación, evaluar la viabilidad comercial.

Analítico

El método analítico es una metodología que se centra a un enfoque de investigación que requiere el análisis detallado y sistemático de datos numéricos para identificar patrones, relaciones y tendencias, se recopilan datos numéricos relevantes para el estudio mediante métodos como encuestas, u otras técnicas cuantitativas.

Por otra parte, este enfoque de la investigación nos ayuda a entender más el problema planteado en la cual se puede explicar varios beneficios, factores que influye el producto sobre la demanda, oferta y precio así comprender mejor su comportamiento en el mercado y explorar a nuevos procesos para la creación de la cafetería de café lojano. Así mismo se analiza su entorno para conocer el estudio de mercado de la localidad, aspectos técnicos para desarrollar el producto y, por último, al aspecto financiero para desarrollar el emprendimiento propuesto.

Población

En la presente investigación puede referirse tanto a la población total de interés que podría estar sujetos a estudio. Para la presente investigación se encuesto a los habitantes de la parroquia Eloy Alfaro barrio San Felipe se tomó en cuenta las variables tales como población que utiliza internet, estructura de la población por sexo y edad como jóvenes, y adultos; según el (Censo 2022) mediante su estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos la población universa con la que va a trabajar es de un total de 5848 personas.

Segmentación del mercado

Tabla 1 *Segmentación de mercado*

Área	No. Encuesta	Porcentaje
Eloy Alfaro (San Felipe)	361	100%
total	361	100%

Nota: Se presenta la población. Fuente: (Yaguachi & Cayambe, 2025)

Muestra

La muestra de la población es parte representativa del fenómeno en estudio, la cual se ha seleccionada para la investigación, donde los elementos comparten características comunes o

similares. Se ha utilizado un muestreo aleatorio simple, ya que en este caso se toma como referencia a la población de mayor consumo, en el rango de 15 a 64 años, en el cantón Latacunga, enfocándose únicamente en la parroquia Eloy Alfaro (San Felipe). De este modo, se obtendría un número reducido de encuestas. Para ello, aplicamos la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= Valor buscado

N= Tamaño de la población universal

z= Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza 1,96 (95%)

e= Error de estimación máximo aceptado (0,05%)

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (0,5%)

q= Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (1-p) = q (0,5%)

$$n = \frac{1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5 * 5848}{0{,}05^2 * (5848 - 1) + 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = \frac{5616}{15{,}5779}$$

$$n = 361$$

Como resultado de nuestra muestra tenemos 361 personas que se encuentren dentro del rango de 15 años a 64 años esta participación nos ayudara para garantizar que los datos obtenidos sean representativos para el estudio que se está realizando.

Plan muestral

Tabla 2 *Plan muestral*

Área	Población	Muestra	Porcentaje
Urbana	5848	361	100%
total	5848	361	100%

Nota: S presenta el plan muestral Fuente: (Yaguachi & Cayambe, 2025)

En el presente estudio el plan muestral no es muy amplio esto debido a su especificación en donde se va a realizar las encuestas, por ende, solo será la zona urbana, esta zona solo cuenta con 5848 lo cual se la relaciono con el sector Eloy Alfaro (San Felipe) lo cual una de las zonas urbanas que cuentan el cantón Latacunga y solo te trabajara con ese sector.

Distribución de encuestas

Tabla 3 *Distribución de encuestas*

Área	No. Encuesta	Porcentaje
Eloy Alfaro (San Felipe)	361	100%
total	361	100%

Nota: Se presenta la distribución de encuestas. Fuente: (Yaguachi & Cayambe, 2025)

Tabulación de resultados

Mediante la encuesta realizada a cada persona que estuvo dentro del grupo de muestreo nos permitió recopilar la siguiente información esto para garantizar que el estudio que se va a realizar esta o no dentro de la prioridad del sector donde se va a ubicar el negocio, tras la recolección total de los encuestados se procede a tabular y analizar cada una de las preguntas realizadas.

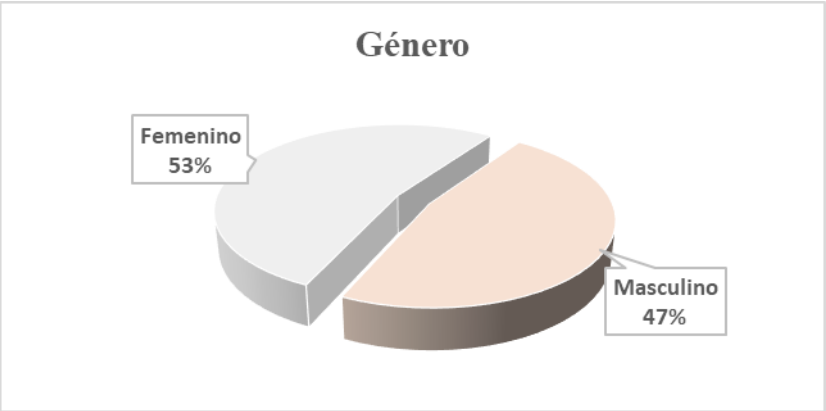
¿Qué género pertenece?

Tabla 4 *Género*

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	170	47%
Femenino	191	53%
total	361	100%

Nota: Se presenta la frecuencia de género. Fuente: Investigación de campo

Figura 1 *Género*



Nota: Se presenta la frecuencia de género. Fuente: Investigación de campo

Mediante esta pregunta se buscó conocer que tanto se consume café por parte de los hombre y mujeres, en este caso el género femenino es quien más consume con un porcentaje del 47%, en referente al género masculino que tienen un 53%.

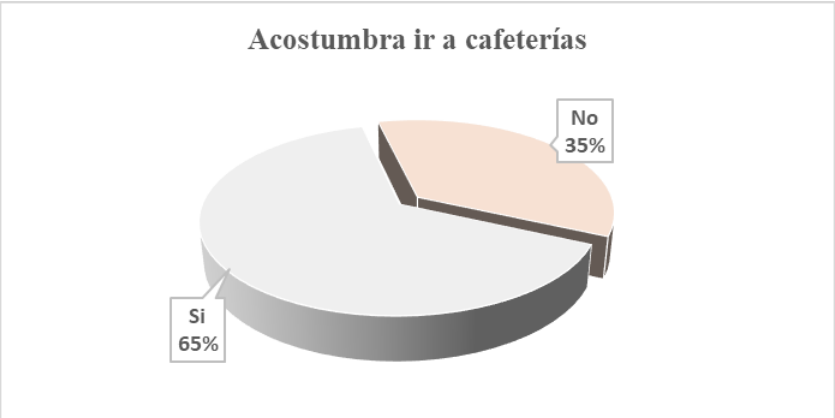
1.- ¿Acostumbra a ir a cafeterías?

Tabla 5 *Acostumbra ir a cafeterías*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
Si	233	65%
No	128	35%
total	361	100%

Nota: Se presenta la frecuencia de visitar una cafetería. Fuente: Investigación de campo

Figura 2 *Acostumbra ir a cafeterías*



Nota: Se presenta la frecuencia de visitar una cafetería. Fuente: Investigación de campo

Mediante esta pregunta nos ayuda para conocer más de cerca a nuestros futuros clientes, en este caso analizar que tanto ingresan a un local de cafetería, mediante las respuestas conocemos que un 65% de nuestra población acude a este lugar, y con un 35% quienes no acuden a este lugar, con el porcentaje alto de personas que visitan cafeterías nos da a entender que

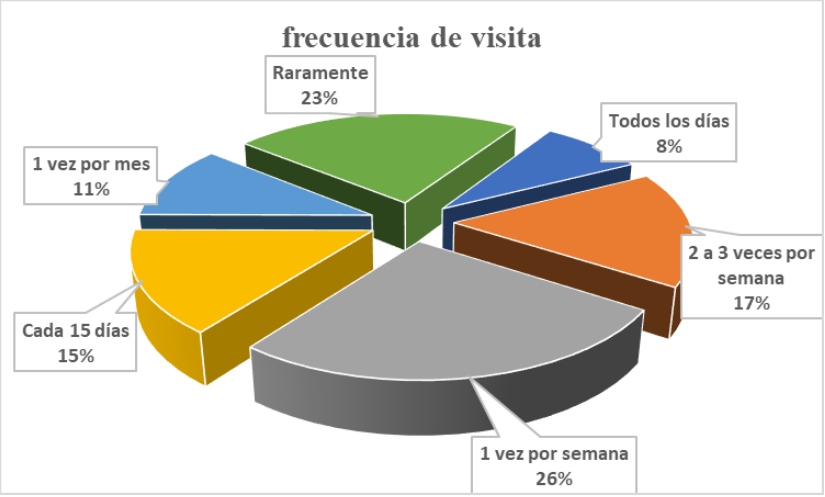
2.- ¿Con que frecuencia visita cafeterías?

Tabla 6 *Con qué frecuencia visita cafeterías*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	30	8%
2 a 3 veces por semana	60	17%
1 vez por semana	95	26%
Cada 15 días	53	15%
1 vez por mes	39	11%
Raramente	84	23%
total	361	100%

Nota: Se presenta la frecuencia de visitar una cafetería. Fuente: Investigación de campo

Figura 3 *Frecuencia visita cafeterías*



Nota: Se presenta la frecuencia de visitar una cafetería. Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta nos demuestra con qué frecuencia visitan una cafetería con los siguientes resultados que con el 8% de los encuestados van todos los días, mientras que con el 11% van una vez por mes, con el 15% visitan cada 15 días, con el 17% visitan 2 a 3 veces por semana, con el 23% visitan raramente y con el 26% de los encuestado van 1 vez por semana a la cafetería.

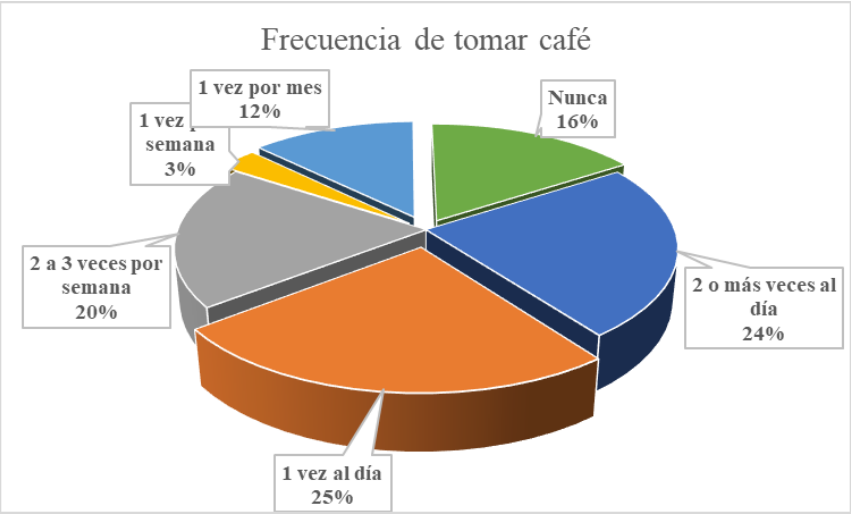
3.-¿Con que frecuencia toma café?

Tabla 7 *Frecuencia de tomar café*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
2 o más veces al día	86	24%
1 vez al día	90	25%
2 a 3 veces por semana	71	20%
1 vez por semana	11	3%
1 vez por mes	45	12%
Nunca	58	16%
total	361	100%

Nota: Se presenta la frecuencia de tomar café. Fuente: Investigación de campo

Figura 4 *Frecuencia de tomar café*



Nota: Se presenta la frecuencia de tomar café. Fuente: Investigación de campo

Esta pregunta nos ayuda a conocer el consumo de las personas, esto para hacer una análisis más a profundidad de las preferencias de los potenciales clientes, con el porcentaje más alto de 25% las personas toman una taza al día de café, con el 24% 2 o más veces al día, con un 20% de 2 a 3 veces por semana, con un 16% la gente no consume café, el 12% 1 ves por mes, con el 3% 1 vez por semana, estos datos nos ayudan a conocer la realidad y con qué frecuencia ingresarían a nuestro establecimiento.

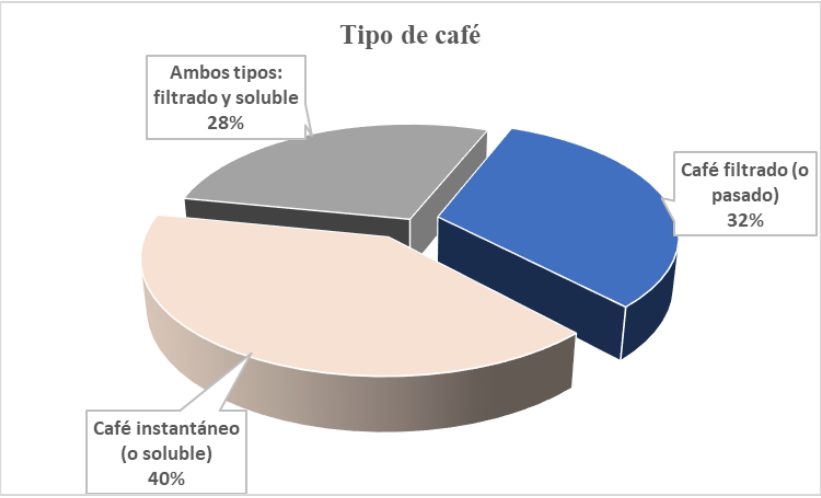
4.- ¿Qué tipo de café consume con mayor frecuencia?

Tabla 8 *Café con consumo de mayor frecuencia*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
Café filtrado (o pasado)	115	32%
Café instantáneo (o soluble)	145	40%
Ambos tipos: filtrado y soluble	101	28%
Total	361	100%

Nota: Se presenta el tipo de café. Fuente: Investigación de campo

Figura 5 *Café con consumo de mayor frecuencia*



Nota: Se presenta el tipo de café. Fuente: Investigación de campo

Mediante esta pregunta no centramos en el producto que más consume nuestros potenciales clientes en este caso con un 40% está el café instantáneo este nos ayuda a conocer que tanto tiempo de espera tienen los clientes, con una 32% está el café filtrado, y con el 28% nos da a conocer que la gente prefiere los dos tipos.

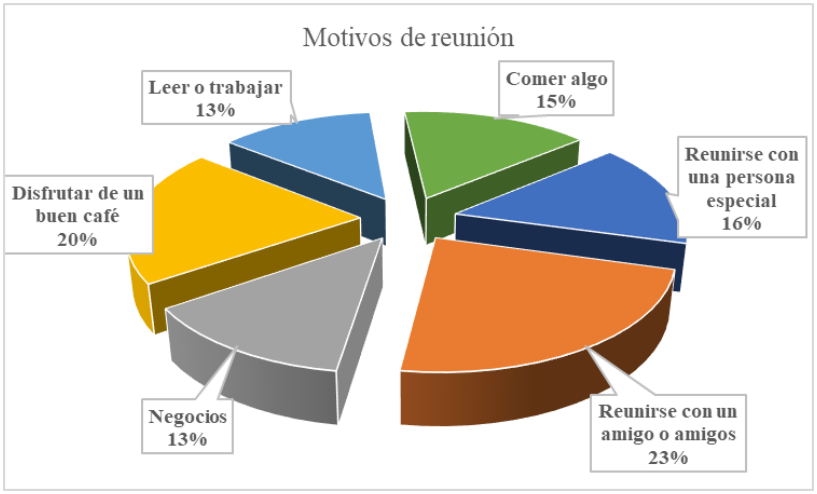
5.- ¿Cuál es el motivo para visitar una cafetería?

Tabla 9 *Cuál es el motivo para visitar una cafetería*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
Reunirse con una persona especial	95	15%
Reunirse con un amigo o amigos	141	23%
Negocios	80	13%
Disfrutar de un buen café	125	20%
Leer o trabajar	78	13%
Comer algo	95	15%
Total	614	100%

Nota: Se presenta los motivos de reunión. Fuente: Investigación de campo

Figura 6 *Cuál es el motivo para visitar una cafetería*



Nota: Se presenta los motivos de reunión. Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta nos demuestra cual es el motivo de una visita a la cafetería con los siguientes resultados con 13% van por motivo de negocios y por leer o trabajar, con el 15% van por comer algo, mientras que con 16% van por motivo de reunirse con una persona especial, con 20% van por disfrutar un buen café y con el 23% va por reunirse con un amigo o amigos.

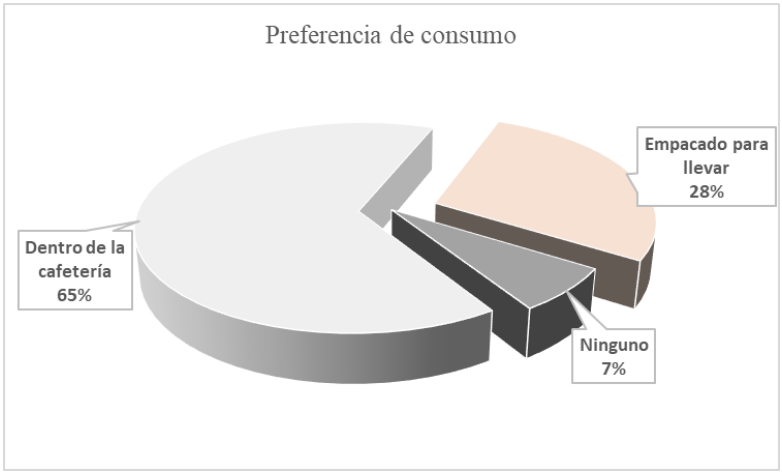
6.- ¿Cómo prefiere usted consumir su café?

Tabla 10 *Como prefiere usted consumir su café*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
Dentro de la cafetería	235	65%
Empacado para llevar	101	28%
Ninguno	25	7%
Total	361	100%

Nota: Se presenta la preferencia de consumo. Fuente: Investigación de campo

Figura 7 *Como prefiere usted consumir su café*



Nota: Se presenta la preferencia de consumo. Fuente: Investigación de campo

Esta pregunta hace mención a la preferencia de la degustación del café en este caso con el porcentaje más alto que representa el 65% prefiere servirse dentro del local, con un 28% prefiere llevarlo para servirse en otro lugar, y con el 7% las personas no tienen ninguna preferencia.

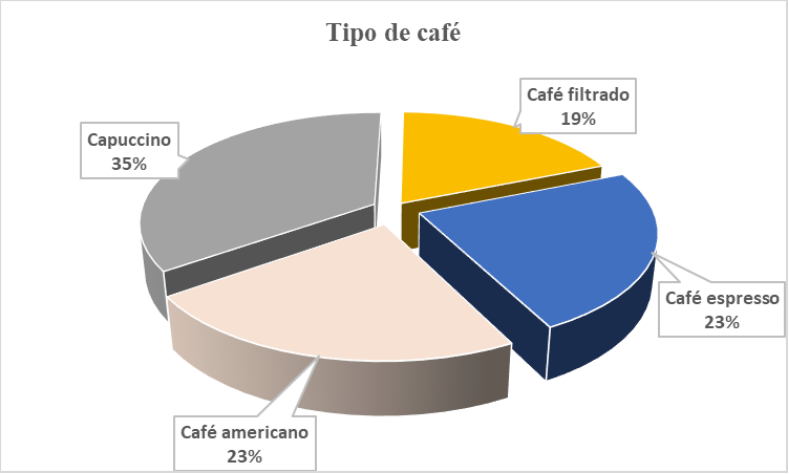
7.- ¿Qué tipo de café le gustaría consumir?

Tabla 11 *Café que le gustaría consumir*

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Café expreso	133	24%
Café americano	129	23%
Capuccino	198	35%
Café filtrado	105	19%
Total	565	100%

Nota: Se presenta la preferencia del tipo de café. Fuente: Investigación de campo

Figura 8 *Café que le gustaría consumir*



Nota: Se presenta la preferencia del tipo de café. Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta nos demuestra que tipo de café le gustaría le gustaría consumir con los siguientes resultados con el 19% les gustaría consumir café filtrado, con 23% les gustaría consumir café stress y café americano, mientras con el mayor porcentaje de 35% les gustaría consumir Cappuccino.

8.- ¿Con que le gusta acompañar su café?

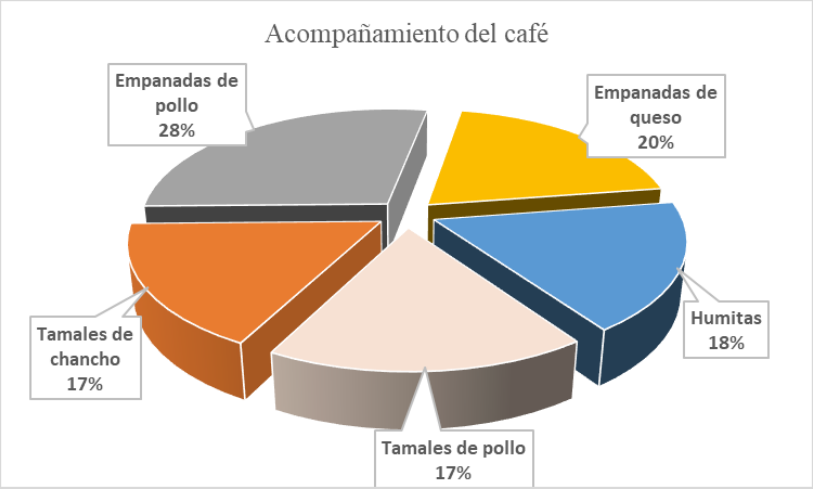
Tabla 12 *Con que le gusta acompañar su café*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
Tamales de pollo	110	17%
Tamales de chancho	108	17%
Empanadas de pollo	178	28%
Empanadas de queso	125	20%

Humitas	112	18%
Total	633	100%

Nota: Se presenta la preferencia de comprar el café. Fuente: Investigación de campo

Figura 9 *Con que le gusta acompañar su café*



Nota: Se presenta la preferencia de comprar el café. Fuente: Investigación de campo

Esta pregunta nos ayuda a conocer cuáles serían las preferencias de acompañamiento del café al presentar 5 opciones la cual nos ayuda a detallar mejor la demanda de producto, con una 28% las personas prefieren consumir con una empanada de pollo, con una 20% prefieren la empanada de queso, ambas preferencias tanto tamales de pollo como de chancho están con un 17%, siendo de esta forma la empanada de pollo la más preferida por las personas.

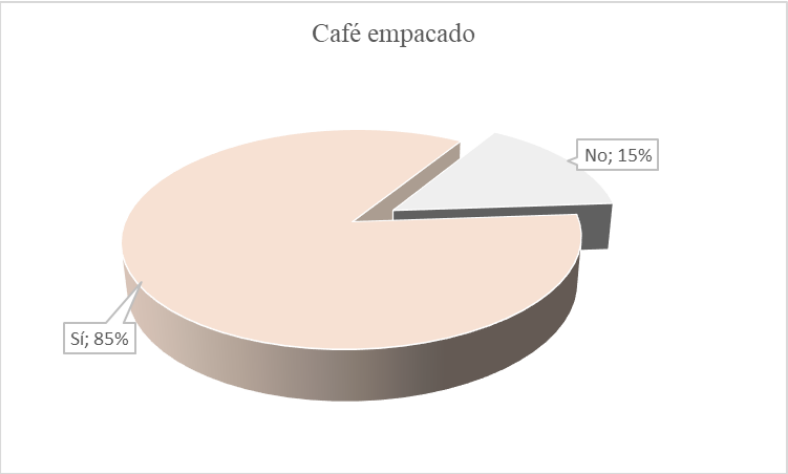
9.- Cuándo usted prueba un café y le gustó. ¿Acostumbra a comprar un café empacado (molido o en grano) para preparar en su casa?

Tabla 13 *Café empacado (molido o en grano)*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
Sí	306	85%
No	55	15%
total	361	100%

Nota: Se presenta la preferencia de compra. Fuente: Investigación de campo

Figura 10 *Café empacado (molido o en grano)*



Nota: Se presenta la preferencia de compra. Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta hace mención sobre el gusto del café y cuál sería su presentación para preparar en su casa con los siguientes resultados donde mención los encuestados con un 15% No compraran el café de su preferencia para prepararlo en su casa, mientras 85% dicen que lo compran y lo prepararían en casa

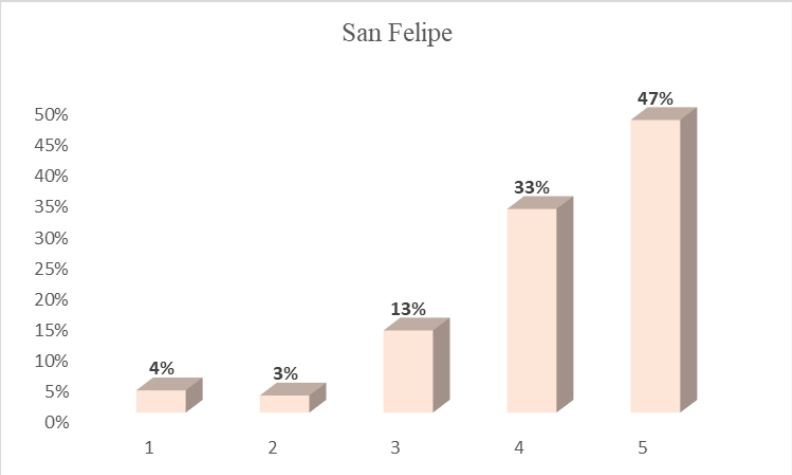
10.- En una escala del 1 a 5, donde 1 significa que no le agrado nada y 5 que le agrado totalmente. ¿Qué tanto le agradaría la idea de implementar una cafetería en el sector de san Felipe?

Tabla 14 *Idea de cafetería en San Felipe*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	13	4%
2	10	3%
3	48	13%
4	119	33%
5	171	47%
Total	361	100%

Nota: Se presenta la idea de cafetería. Fuente: Investigación de campo

Figura 11 *Implementación de cafetería*



Nota: Se presenta la idea de cafetería. Fuente: Investigación de campo

La escala de Likert nos ayuda a ver el gusto de las personas, así como la desaprobación de la misma como tenemos a continuación, mediante esta pregunta se busca conocer que tanto la gente desea la implementación de un nuevo local, en este caso tenemos un 47% de aprobación que les encanto el servicio, con un 33% tenemos una aprobación buena, con un 13% tenemos una aceptación neutra, con un 3% que no prefieren, y con un 4% desaprueban la idea.

11. En una escala del 1 al 5, siendo 1 poco preferido y 5 muy preferido, ¿Cuál de estos atributos prefieres que contenga una cafetería?

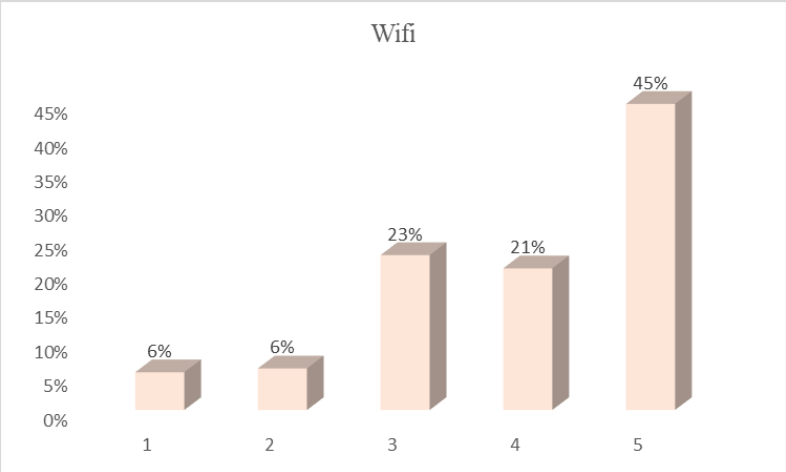
ACCESO A WIFI

Tabla 15 *Acceso a wifi*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	20	6%
2	22	6%
3	82	23%
4	75	21%
5	162	45%
Total	361	100%

Nota: Se presenta la preferencia de wifi. Fuente: Investigación de campo

Figura 12 *Atributos*



Nota: Se presenta la preferencia de wifi. Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta nos demuestra cuál de estos servicios que contenga la cafetería con el acceso a wifi con los siguientes resultados 6% nada preferido, mientras con el 6% muy poco preferido, con el 23% neutral, 21% prefieren y con el 45% muy preferido que contenga acceso a wifi.

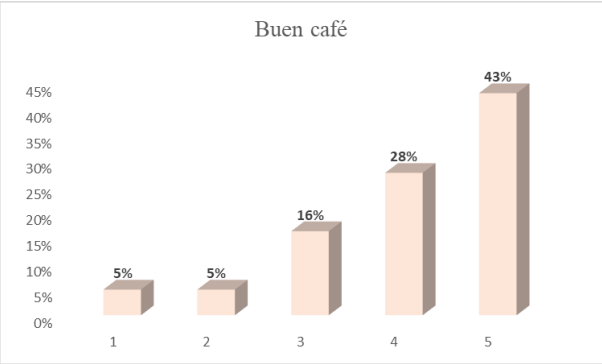
BUEN CAFÉ Y BEBIDAS

Tabla 16 *Buen café y bebidas*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	18	5%
2	18	5%
3	59	16%
4	100	28%
5	156	43%
Total	351	97%

Nota: Se presenta la preferencia de buena cafetería. Fuente: Investigación de campo

Figura 13 *Atributos de una buena cafetería*



Nota: Se presenta la preferencia de buena cafetería. Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta nos demuestra que los encuestados prefieren un buen café y bebidas con los siguientes resultados con el 5% nada preferido, mientras con el 5% muy poco preferido, con el 16% neutral, 28% prefieren y con el 43% muy preferido prefieren un buen café y bebidas.

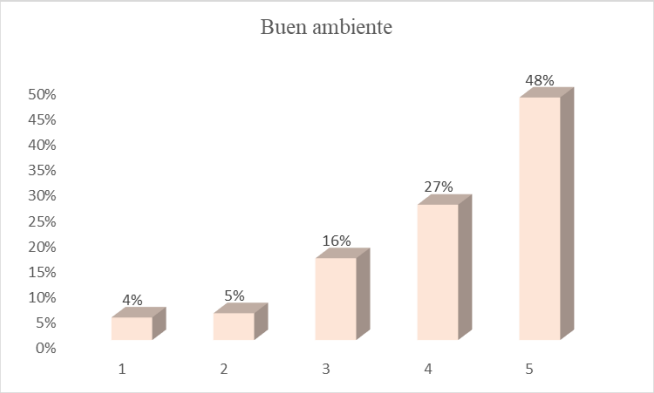
Buen ambiente

Tabla 17 *Buen Ambiente*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	16	4%
2	19	5%
3	58	16%
4	96	27%
5	172	48%
Total	361	100%

Nota: Se presenta la preferencia de buen ambiente. Fuente: Investigación de campo

Figura 14 *Buen ambiente*



Nota: Se presenta la preferencia de buen ambiente. Fuente: Investigación de campo

En esta pregunta nos demuestra que los encuestados prefieren un buen ambiente con los siguientes resultados con el 4% nada preferido, mientras con el 5% muy poco preferido, con el 16% neutral, 27% prefieren y con el 48% muy preferido prefieren un buen ambiente.

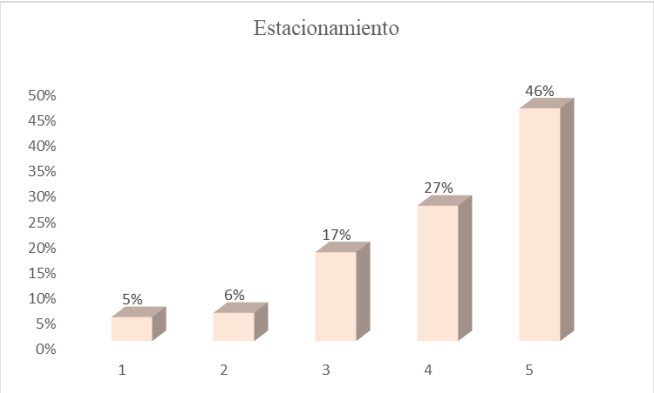
ESTACIONAMIENTOS

Tabla 18 *Estacionamientos*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	17	5%
2	20	6%
3	63	17%
4	96	27%
5	165	46%
Total	361	100%

Nota: Se presenta la preferencia de estacionamientos. Fuente: Investigación de campo

Figura 15 *Estacionamientos*



Nota: Se presenta la preferencia de estacionamientos. Fuente: Investigación de campo

Esta pregunta nos ayuda a conocer que tanta gente llegaría a establecimiento en un vehículo de uso personal con un 46% la gente está muy de acuerdo con esta implementación, con un 27% la gente está de acuerdo, con una 17% la gente se mantiene en posición neutral, con un 6% la gente no está muy de acuerdo, y con un 5% la gente no prefiere esa idea.

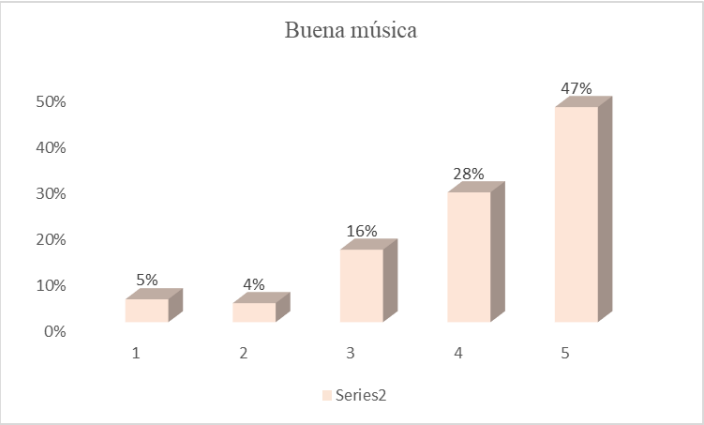
BUENA MÚSICA

Tabla 19 *Buena música*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	18	5%
2	15	4%
3	57	16%
4	102	28%
5	169	47%
Total	361	100%

Nota: Se presenta la preferencia de buena música. Fuente: Investigación de campo

Figura 16 *Buena música*



Nota: Se presenta la preferencia de buena música. Fuente: Investigación de campo

Esta pregunta nos ayuda a incurrir en que tanto la gente desea escuchar buena música mientras realiza sus actividades, con el 47% la gente está muy de acuerdo con esta medida, con el 28% la gente está de acuerdo, con el 16% la gente está en una decisión neutral, con un 5 % la gente no prefiere esa idea y con el 4% la gente no está de acuerdo.

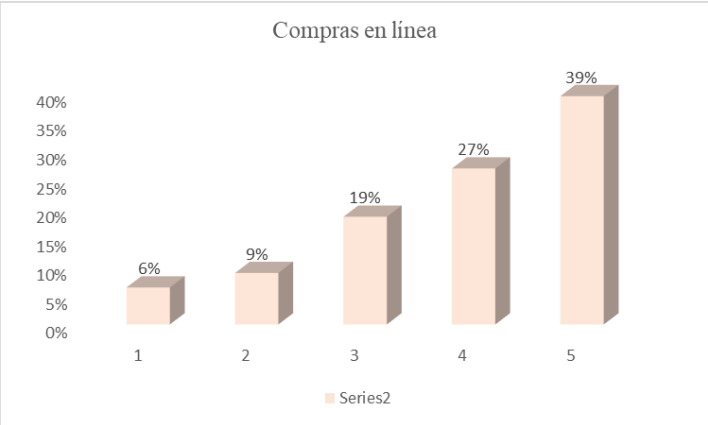
COMPRAS EN LÍNEA

Tabla 20 *Compras en línea*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	23	6%
2	32	9%
3	67	19%
4	97	27%
5	142	39%
Total	361	100%

Nota: Se presenta la preferencia de compras en línea. Fuente: Investigación de campo

Figura 17 ***Compas en línea***



Nota: Se presenta la preferencia de compras en línea. Fuente: Investigación de campo

Mediante esta pregunta nos damos cuenta la cantidad de personas que desean que el café también se pueda pedir por internet, con un 39% las personas están muy de acuerdo en que se pueda realizar el pedido de esta manera con un 27% está de acuerdo, con una 19% mantienen una postura neutral, con un 9% la gente no está de acuerdo, y con el 6% no están muy de acuerdo con esta medida.

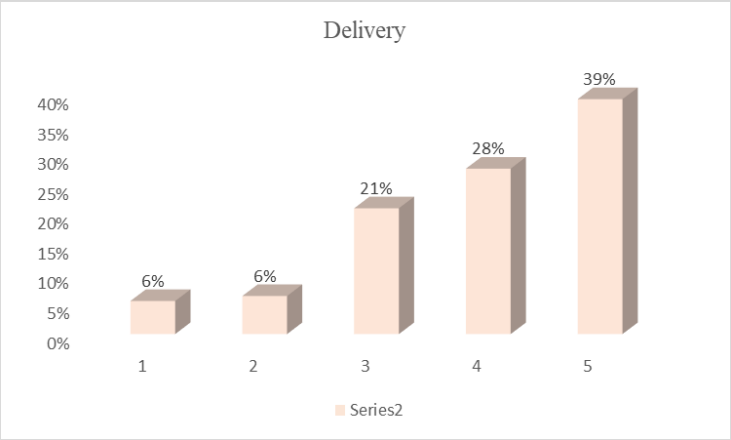
DELIVERY

Tabla 21 *Delibery*

Frecuencias	Frecuencia	Porcentaje
1	20	6%
2	23	6%
3	76	21%
4	100	28%
5	142	39%
Total	361	100%

Nota: Se presenta el Delivery. Fuente: Investigación de campo

Figura 18 *Delivery*



Nota: Se presenta el Delivery. Fuente: Investigación de campo

Esta pregunta unifica la anterior ya que en este caso el usar medio de entrega hasta sus hogares ayudan con la generación de fuentes de trabajo, con un 39% la gente está muy de acuerdo por esta implementación, con un 28% la gente está de acuerdo, con un 21% la gente se mantiene neutral, con un 6% por la gente no está de acuerdo, y con otro 6% la gente no prefiere esta opción.

Precios

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el café?

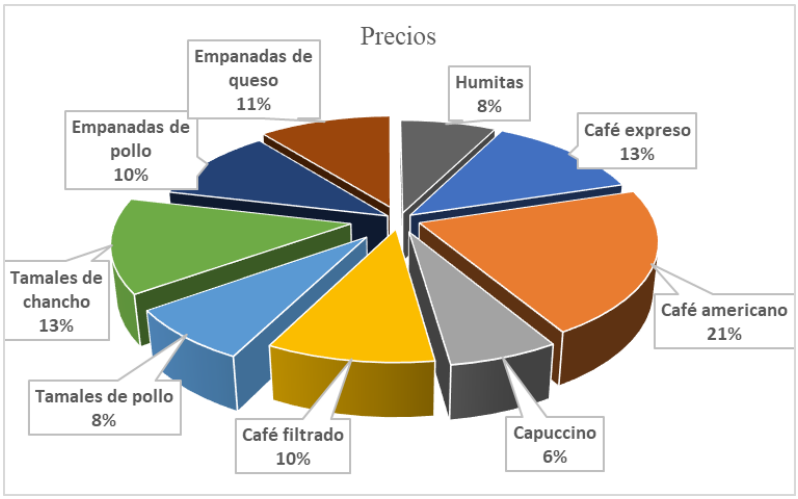
Tabla 22 *Precios*

Café	Precios	Frecuencia	Porcentaje
Café expreso	De 1,5 a 2	30	8%
	De 2 a 2,5	15	4%
Café americano	De 2 a 2,25	50	14%
	de2,25 a 2,5	15	4%
Capuccino	De 2 a 2,25	15	4%
	De 2,25 a 2,5	5	1%
Café filtrado	De 1 a 1,5	23	6%

	De 1,5 a 2	2	1%
Tamales de pollo	De 2 a 2,25	18	5%
	De 2,25 a 2,5	15	4%
Tamales de chancho	De 2 a 2,25	32	9%
	De 2,25 a 2,5	26	7%
Empanadas de pollo	De 2 a 2,25	25	7%
	De 2,25 a 2,5	20	6%
Empanadas de queso	De 1 a 1,5	25	7%
	De 1,5 a 2	18	5%
Humitas	De 1 a 1,5	18	5%
	De 1,5 a 2	9	2%

Nota: Se presenta los precios. Fuente: Encuesta (2025)

Figura 19 *Precios*



Nota: Se presenta los precios. Fuente: Encuesta (2025)

Descripción de los clientes

Demografía

- **Edad:** 15 a 64 años
- **Género:** Femenino – Masculino
- **Ubicación:** Frente a la Universidad Técnica de Cotopaxi

Necesidades y preferencias:

•Prefieren lugares donde puedan trabajar en un ambiente relajado y cómodo.

•Buscan productos de alta calidad, como café de especialidad y opciones gourmet.

•Valoran la eficiencia en el servicio, así como la disponibilidad de Wi-Fi gratuito y enchufes para dispositivos electrónicos.

•Les interesa la sostenibilidad, por lo que buscan productos orgánicos y prácticas empresariales éticas.

Relación con el cliente

- Fomentar la lealtad a través de programas de recompensas.
- Interactuar con los clientes en redes sociales.
- Brindar un excelente servicio para asegurar clientes recurrentes.

Fuentes de Ingresos

- Generar ingresos a través de la venta de bebidas de café lojano y snacks.
- Evaluar opciones como suscripciones o venta de productos con la marca de la cafetería.

Actividades Clave

- Selección y compra del café lojano de alta calidad.
- Preparar y vender café lojano y snacks.
- Gestión de eventos y degustaciones
- Marketing y promoción del café Lojano

Alianzas estratégicas

- Proveedores de café y alimentos.
- Plataformas de comida a domicilio.
- Otras cafeterías y negocios locales para colaboraciones y promociones.

Estructura de Costos

- Detallar costos fijos como alquiler y servicios públicos.
- Considerar costos variables como inventario (café lojano) y mano de obra.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Demanda Actual

La demanda se basa en la cantidad de personas que están dispuestas a consumir el producto o servicio en este caso la cantidad de personas que consumirían nuestros productos a ofertar con el café, tras las encuestas realizadas nos da una aprobación alta lo cual nos ayuda para conocer la cantidad de usuarios se menciona que se incluirán también a estudiantes de la universidad técnica de Cotopaxi esto para mejorar el estudio ya que el establecimiento en donde la empresa inaugurará es por ese sector.

Tabla 23 *Demanda Potencial*

Demanda potencial	No. De Personas
Habitantes de la parroquia Eloy Alfaro	5848
Personas que estudian en la UTC	2500
Personas que habitan en lugares aledaños	2000
Total demanda potencial	10348
Porcentaje que desea ser cliente de Café	47%
Demanda de acuerdo al porcentaje proyectado	4864
Demanda anual	**58363**

Fuente: Investigación de campo

La realización de este cálculo se basó en una pregunta clave de cuantas personas asistirán al establecimiento a consumir, este está realizado de forma general ya que se estimó una demanda de consumidores de café.

Demanda Potencial proyectada

Esta demanda está realizada con una proyección a 5 años en base a la demanda actual y también se le incluye el crecimiento poblacional de Latacunga el cual es el 2.20% al año este dato utilizado esta realizado por el INEC.

Tabla 24 *Demanda Proyectada*

Años	Demanda proyectada por usuarios que ingresan al local	TCP
1	58363	2,20%
2	59647	2,20%
3	60959	2,20%
4	62300	2,20%
5	63671	2,20%

Fuente: Investigación de campo

8.3 Demanda por producto

De esta manera conocemos cuantas personas desean dicho producto que se está ofertado en el negocio este apartado nos da una proyección de como los productos son deseados y consumidos.

Tabla 25 *Demanda por producto*

Capacidad real en unidades	Consumo diario estimado por persona	Consumo mensual	Consumo Anual
Café expresso	20	398	4773
Café americano	19	386	4629
Capuccino	30	592	7106
Café filtrado	16	314	3768
Tamales de pollo	15	294	3523
Tamales de chancho	14	288	3459
Empanadas de pollo	24	475	5702
Empanadas de queso	17	334	4004
Humitas	15	299	3588
		Total	**40552**

Fuente: Investigación de campo

En función de la materia prima

Este proyecto se relaciona no solo al consumo de café, en este también se incluye una serie de variedades con las que se puede acompañar el consumo de esta bebida, estos acompañantes son 100% naturales y sin aditivos artificiales, por lo cual lo vuelve super saludables.

Café molido: En este caso el producto que vamos a ocupar para la preparación de esta bebida es el café producido en Loja, ya que este cuenta con mejores aromas que las otras marcas, también el peso de una bolsa está en los 400 gr.

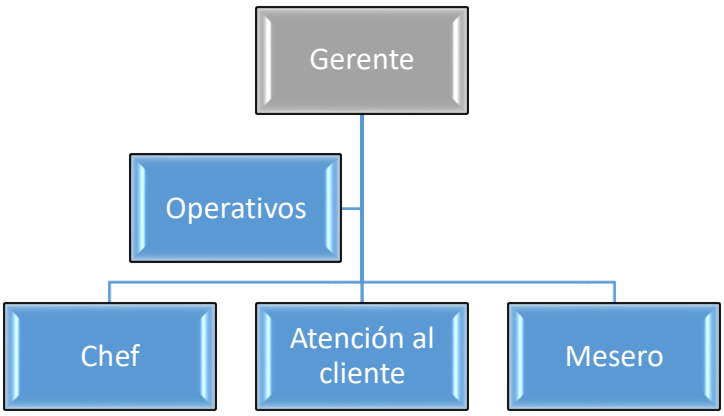
Azúcar: Este producto es uno de los más ocupada a la hora de tomar café, aunque todo será dependiendo lo que el cliente solicite.

Aceite: El aceite vegetal es una fuente concentrada de energía y grasas saludables, como ácidos grasos 49 Monoinsaturados y poliinsaturados, este insumo nos ayudara con ciertos acompañantes con los cuales pueden degustar los clientes.

Sal: este es uno de lo que se ocupara en los productos que se prepararán para los 5 menús que se ofrecerán.

En función de la mano de obra

Figura 20 *Organigrama*



Nota: Se presenta el organigrama de la empresa. Fuente: Investigación de campo

En la siguiente imagen se aprecia como está conformada la organización la cual es una estructura vertical, donde se aprecia la jerarquía y como funcionara cada área que cuenta la empresa.

Esto nos sirve para tener un funcionamiento óptimo en el negocio, lo cual se basa para que la materia prima pase todos sus procesos pertinentes y se convierta en el producto final de calidad que se ofrecerá.

Gerente: Este se encarga de toda la planificación, organización y optimizaciones de todos los recursos.

Operarios: La habilidad de ellos se basa en transformar la materia prima en un producto final esto de la mejor manera y con los procesos correctos, estos debes ser organizados, rápidos, eficientes, y sobre todo un buen carisma porque ellos también serán encargados de la venta del producto final.

En función de la tecnología

Para la producción del producto final se necesaria una serie de máquinas y equipos que faciliten el proceso de producción, esto también nos ayudara con la mejora del proceso y optimización de recurso lo cual nos llevará a entregar un producto que cumplan las expectativas de los clientes, de esta forma crecer

Tabla 26 *Equipos*

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Cocina	Se necesita un concina tipo industrial para la preparación de los alimentos en este caso los acompañantes que se ofrecen con el café	
Caja registradora	Este nos ayuda para guardar el dinero de las ventas.	
Refrigeradora	Sirve para mantener toda la materia prima que necesita estas en congelamiento y preservación de los productos.	
Tostadora	Este ayuda con más facilidad a realizar con mejor optimismo el pan	
Licuadora	Ayuda con mejor rapidez el procesamiento de ciertos acompañantes	
Cafetera	Este sirve para la preparación de todos los tipos de café que se están poniendo en el menú y que la gente lo puede degustar	

Fuente: eBay

Proveedores

En el Ecuador existen varias empresas quienes se dedica a cada una de la materia prima que se va a utilizar en el emprendimiento, lo cuales tienen mucha oferta de máquina, equipos, y los

suministros tanto de materia prima o indirecta, la cual cada una de ellas lo hace de forma eficiente y de alta calidad para realizar un producto de calidad.

En el siguiente recuadro se presenta los posibles proveedores que influirán para la producción del producto.

Tabla 27. *Proveedores*

No	Empresas	Lugar
1	Alamor café lojano	Loja
2	Altos muebles	Quito
3	PYCCA	Quito
4	Proveedores de productos de primera necesidad	Latacunga

Fuente: Investigación de campo

En función del financiamiento

Este recurso es una herramienta fundamental para el funcionamiento del local y cumplimiento de objetivos y metas del mismo, este nos ayuda a cumplir la meta presupuestada para el funcionamiento del negocio, ya que no basta con el dinero de inversionistas.

El plan de financiamiento optado para cumplir el objetivo es el valor de 11585 este será solicitado en el Ban Ecuador a un tiempo de 5 año (60 meses), con una tasa preferencial del 14,5%.

La tabla de pagos será entregada por el banco al momento de presentar la solicitud de préstamos.

Localización

Después de todo el análisis anterior se logra encontrar la mejor ubicación para el negocio, y priorizando su correcta acogida y optimo funcionamientos donde la gente podrá llegar sin ningún problema.

Macro localización

Toda la información del sector donde se va a ubicar este nuevo negocio.

País Ecuador

Región Sierra

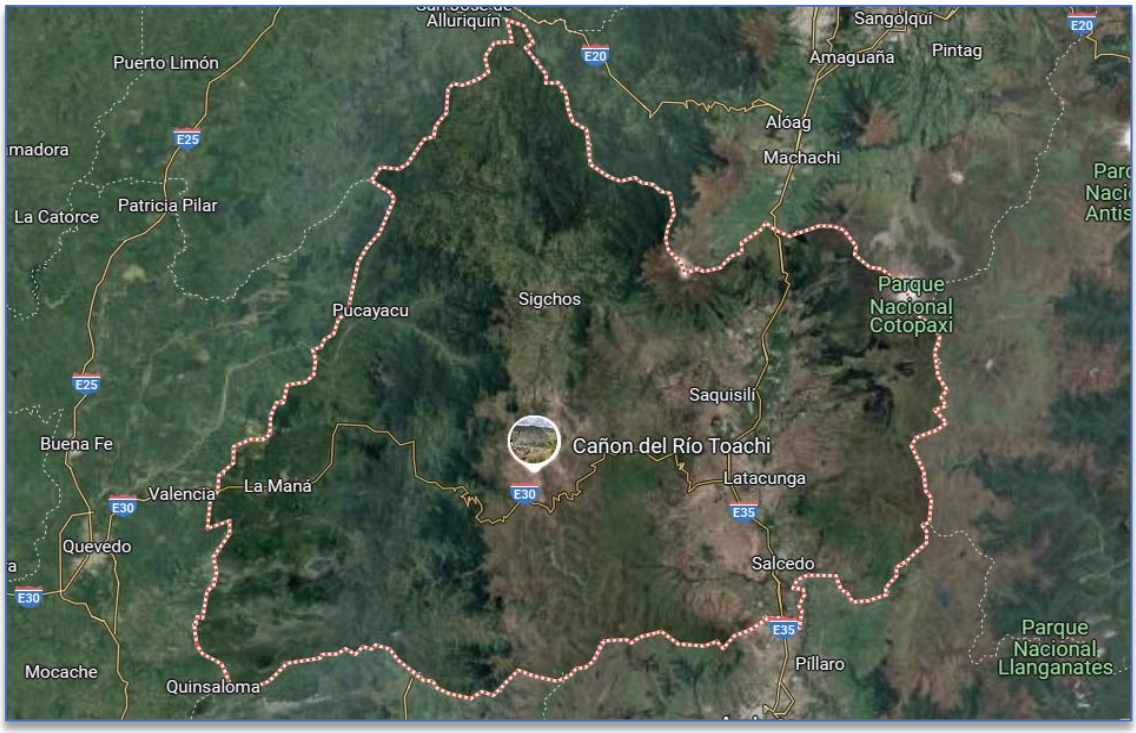
Provincia Cotopaxi

Cantón Latacunga

Parroquia Eloy Alfaro

Barrio San Felipe

Figura 21 *Macro localización*



Nota: Se presenta la macro localización Fuente: Google Maps

Micro localización

A continuación, se presenta la micro localización

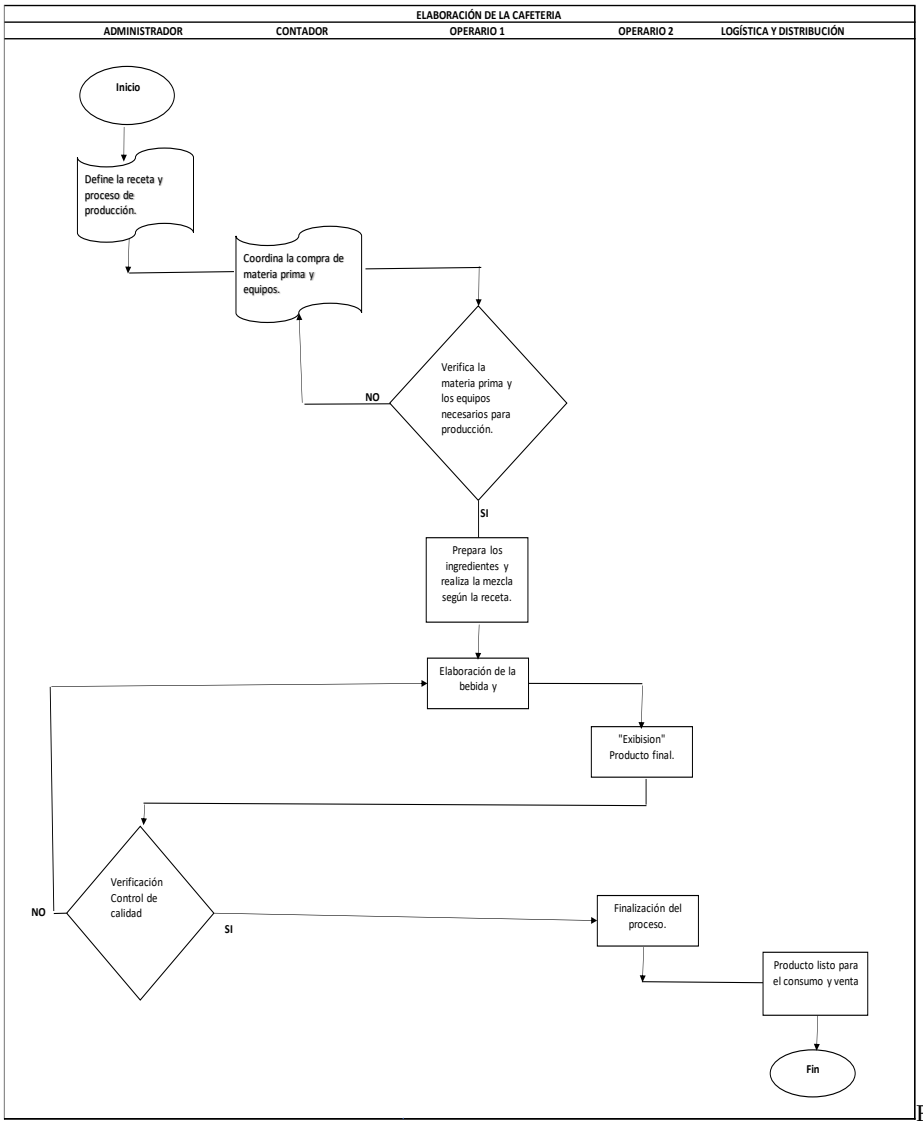
Figura 22 *Micro localización*

Nota: Se presenta la macrolocalización Fuente: Google Maps

Flujograma

"Se basan en la utilización de diversos símbolos para representar operaciones específicas, es decir, es la representación gráfica de las distintas operaciones que se tienen que realizar para resolver un problema, con indicación expresa el orden lógico en que deben realizarse" (Herrera, 2020, p. 1). El uso del diagrama de flujo es significativo pues con él se explica gráficamente cada una de las actividades que se realizar durante la elaboración de productos de inicio a fin.

Figura 23 *Flujograma*



Fuente: Investigación de campo

8.10 Requerimientos del proyecto

A continuación, se detallará cada uno de los requerimientos para la elaboración, producción, y ventas de los productos que se están ofertando en la empresa.

Departamento Administrativo

Para el departamento administrativo se va a contratar a un gerente y también hará el papel de servicio al cliente.

Tabla 28 *Departamento Administrativo*

Detalle	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente	**1**	$ 550,00	$ 6.600,00
	TOTAL	**$ 550,00**	**$ 6.600,00**

Fuente: Investigación de campo

Departamento Operativo

Tabla 29 *Departamento operativo*

Detalle	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Chef	1	$ 500,00	$ 6.000,00
Mesero	1	$ 470,00	$ 5.640,00
Total		**$ 970,00**	**$ 11.640,00**

Fuente: Investigación de campo

Equipos muebles y enseres

En este apartado se detallará cada uno de los implementos que serán utilizados por la empresa para cumplir la capacidad instalada y que cada uno de las áreas cumplan su función correctamente.

Tabla 30 *Maquinaria y equipos*

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Descripción	**Cantidad**	**V. Unitario**	**V. Total ($)**
Área operativa			
Maquinaria y equipos			
Cocina	1	$175,00	$175,00
Refrigeradora	1	$250,00	$250,00
Tostadora	1	$40,00	$40,00
Cafetera	1	$300,00	$300,00
Licuadora	1	$50,00	$50,00
Caja registradora	1	$80,00	$80,00
EQUIPOS			
Equipos de sonido	1	$150,00	$150,00
Televisión	1	$250,00	$250,00
SUBTOTAL ÁREA OPERATIVA			**$ 1.295,00**
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Equipo de computo	1	$300,00	$300,00
Impresora	1	$100,00	$100,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			**$400,00**
		TOTAL:	**$1.695,00**

Fuente: Investigación de campo

Tabla 31 *Muebles y enseres*

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	**Cantidad**	**V. Unitario**	**V.Total ($)**
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Silla de Oficina	1	$40,00	$40,00
Escritorio	1	$120,00	$120,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			**$ 160,00**
ÁREA OPERATIVA			
Silla de Madera	40	$30,00	$1.200,00
Utensillos de cocina	2	$200,00	$400,00
Vajillas	2	$150,00	$300,00
Mostrador	1	$120,00	$120,00
Mesa de madera	10	$40,00	$400,00
SUBTOTAL ÁREA OPERATIVA			**$2.420,00**
		TOTAL	**$2.580,00**

Fuente: Investigación de campo

Tabla 32 *Suministros y Materiales de oficina*

SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA			
Descripción	**Cantidad**	**V. Unitario**	**V. Total ($)**
Papel Bond Resma 500x	2	$ 2,50	$ 5,00
Caja Esferos	1	$ 6,50	$ 6,50
Cajas Lápices	1	$ 2,50	$ 2,50
Caja Borradores	1	$ 3,40	$ 3,40
Caja Corrector	1	$ 7,00	$ 7,00
Caja Clips	1	$ 0,50	$ 0,50
Grapadora	1	$ 4,00	$ 4,00
Perforadora	1	$ 3,00	$ 3,00
Caperta Archivadora	4	$ 2,30	$ 9,20
		TOTAL:	**$ 41,10**

Fuente: Investigación de campo

Tabla 33 *Suministros y materiales de limpieza*

SUMINISTROS Y MATERIALES DE LIMPIEZA			
Descripción	**Cantidad**	**V. Unitario**	**V. Total ($)**
Escobas	1	$ 1,55	$ 1,55
Palas	1	$ 1,30	$ 1,30
Franelas	2	$ 1,00	$ 2,00
Trapeadores	1	$ 1,90	$ 1,90
Paquetes de Fundas de Basura x10	10	$ 0,80	$ 8,00
Jabón liquido	2	$ 6,10	$ 12,20
Desinfectantes	2	$ 7,00	$ 14,00
		TOTAL:	**$ 40,95**

Fuente: Investigación de campo

Tabla 34 *Menaje*

MENAJE			
Área Administrativa	**Cantidad**	**V. Unitario**	**Total**
Dispensador de Agua	1	$ 7,00	$ 7,00

Botellón de agua	12	$	2,50	$	30,00
SUBTOTAL AREA ADMINISTRATIVA				**$**	**37,00**
ÁREA OPERATIVA					
Dispensador de Agua	1	$7,00		$7,00	
Botellón de agua	12	$2,50		$30,00	
SUBTOTAL AREA OPERATIVA				**$**	**37,00**
			TOTAL:	**$**	**74,00**

Fuente: Investigación de campo

Tabla 35 *Materia prima indirecta*

MATERIA PRIMA INDIRECTA				
DETALLE	**CANTIDAD mensual**	**Precio**	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
Paquetes de azúcar (100 u)	4	$ 3,34	$ 13,36	$ 160,32
Paquete de cucharas (500 u)	2	$ 10,00	$ 20,00	$ 240,00
Paquete de platos (25 u)	3	$ 1,81	$ 5,43	$ 65,16
paquete de servilletas (75 u)	8	$ 0,36	$ 2,88	$ 34,56
Paquete de palillos (400 u)	3	$ 0,55	$ 1,65	$ 19,80
TOTAL:			**$ 43,32**	**$ 519,84**

Fuente: Investigación de campo

Tabla 36 *Gastos de constitución*

GASTOS DIFERIDOS (CONSTITUCIÓN)		
DETALLE	**TOTAL ($)**	
Permiso de funcionamiento (ARCSA)	$	50,00
Registro Sanitario	$	50,00
Inscripciones en el Registro Mercantil	$	100,00
Certificado de seguridad contra incendios	$	50,00
Patente Municipal	$	100,00
TOTAL:	**$**	**350,00**

Fuente: Investigación de campo

Tabla 37 *Servicios Básicos*

SERVICIOS BÁSICOS						
Detalle	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Costo mensual**	**Costo anual**	
Energía Eléctrica	KW	100	$ 0,10	$ 9,70	$	116,40
Agua Potable	m3	25	$ 0,60	$ 15,00	$	180,00
Internet				$ 20,00	$	240,00
			TOTAL:	**$ 44,70**	**$**	**536,40**

Fuente: Investigación de campo

CAPITULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

En el estudio financiero se integran todos los cálculos financieros y contables de los estudios que se ha realizado en los capítulos anteriores los cuales permiten verificar los resultados que se planteó en el proyecto, así como el comprobar la liquidez que se genera para solventar las obligaciones tanto operacionales como las no operacionales; y como resultado se expresa el estado de balance general proyectado.

Inversión Inicial

La inversión inicial se entiende como el monto de dinero que los accionistas o dueños del emprendimiento ponen a disposición de la empresa con el fin de iniciar su funcionamiento, pues esta inversión será utilizada para cubrir los costos iniciales estos pueden ser la compra de activos fijos, adquisición de materias primas o el pago de salarios entre otros gastos, Esta inversión inicial es vital para el lanzamiento y posterior crecimiento del negocio.

Componentes de la Inversión

La constitución de un nuevo negocio involucra los siguientes tipos de inversión:

Inversión Fija

En la inversión fija se integran todos los bienes tangibles o también llamados “Activos fijos” que son de propiedad del negocio, estos bienes adquiridos y son utilizados para el proceso de producción, estos activos no son comercializables por lo que permanecerán en la empresa durante la vida útil del proyecto.

El presente proyecto tomó en consideración los siguientes activos fundamentales para el lanzamiento del mismo.

Maquinaria y Equipo

Involucra el valor total correspondiente a las maquinarias y equipos que serán utilizados en la elaboración de la bebida.

Muebles y enseres. - En esta cuenta se considera el valor monetario total de todo el inmobiliario que se utilizará en cada uno de las áreas distribuidas de la planta.

Inversión Diferida

Este tipo de inversión sucede de manera intangible, pues representa la inmaterialidad de los bienes de propiedad del negocio estos bienes son indispensables para el proyecto, pero no intervienen directamente en la producción, se incluye los siguientes:

Gastos de Constitución. - Representa desembolsos por cargo de servicios legales y de acoplamiento de la empresa, mismos que son fundamentales para la constitución jurídica y desarrollo adecuado del emprendimiento.

Imprevistos. – Está conformado por aquellos rubros que se dan por emergencias suscitadas durante el desarrollo del plan.

Capital de trabajo

Está constituido por el capital adicional con el que la empresa debe contar para su funcionamiento eso incluye cubrir las actividades de producción. Este desembolso adicional se complementa con la inversión fija y diferida, pues este es necesario para que la planta empiece a generar producción, por lo general este gasto lo asumen los inversionistas o propietario ya que involucra la adquisición de materias primas, mano de obra que son fundamentales para la elaboración de la bebida.

El capital de trabajo en este caso incluye requerimientos de materia prima, mano de obra, costos generales de fabricación con los cuales se empieza la producción los primeros meses de haber iniciado el emprendimiento, esta atribución se efectúa puesto que es negocio en sus primeros meses no tendrá utilidades para solventar los gastos de producción, por ello en el plan de negocios se tomó en consideración un cálculo para 3 meses.

Materia Prima. – Es todo lo que necesitamos para la producción de la bebida de café y acompañante.

Mano de Obra. - Incluye las remuneraciones respectivas para cada uno de los colaboradores del emprendimiento correspondiente a 3 meses.

Gastos Administrativos y de ventas. – Aquí se incluyen los pagos de salarios y sueldos correspondientes a 3 meses incluido además los costos.

Tabla 38 *Inversión inicial*

DETALLE	VALOR	
INVERSIÓN a)+b)		**$7.838,75**
INVERSIÓN FIJA (a)		**$4.275,00**
Maquinaria y equipo	$1.295,00	
Equipo de computo	$400,00	
Muebles y enseres	$2.580,00	
INVERSIÓN DIFERIDA (b)		**$3.563,75**
Arrendamiento	$ 3.000,00	
Gastos de constitución	$350,00	
Imprevistos (5% activos fijos)	$213,75	
CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)		**$9.150,46**
Materia Prima	$3.501,56	
Mano de Obra directa	$3.444,47	
Costos indirectos de fabricación	$101,38	
Gastos administrativos	$1.953,05	
Gastos de venta	$150,00	
INVERSIÓN INICIAL TOTAL		**$16.989,21**

Fuente: Investigación de campo

Como se muestra en la tabla anterior se detalla cada uno de los costos que, con necesarios en el desarrollo del plan de negocios, estos valores se los ha obtenido durante el transcurso de la investigación mediante diferentes fuentes de información, entrevistas y encuestas que permitieron conocer las preferencias de nuestros potenciales clientes, tanto sabor de café y sus preferencias de acompañantes.

Financiamiento. - La financiación se entiende como el proceso a través del cual un negocio, empresa o emprendimiento adquiere dinero ajeno para cubrir la compra de bienes materiales mismos que servirán para la implantación de la planta y solventar los costos de producción de la misma.

Presupuesto de Costos

El presupuesto de costos del emprendimiento ´´LIAMONS´´ considera una proyección de los costos necesarios para la preparación de Café que se ofertaran durante el primer año de funcionamiento del negocio, los valores que se muestran a continuación en función a los datos analizados anteriormente explicado en las tablas anteriores.

Tabla 39 *Costo de producción y ventas*

COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS					
Detalle de costos	AÑOS				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Nivel de Producción/unidades	**40.552**	**41.444**	**42.356**	**43.288**	**44.240**
1. Costos Fijos	**$31.588**	**$32.937**	**$34.345**	**$35.815**	**$37.351**
Mano de Obra Directa	$11.640	$12.157	$12.698	$13.262	$13.851
Costos Generales de Fabricación	**$1.108**	**$1.117**	**$1.126**	**$1.135**	**$1.144**
Servicios Básicos	$536	$544	$552	$559	$567
Suministros y materiales de Oficina	$41	$42	$42	$43	$43
Suministros y materiales de Limpieza	$41	$42	$42	$43	$43
Amortización	$70	$70	$70	$70	$70
Depreciación	$420	$420	$420	$420	$420
Gastos					
Administración y Ventas	**$18.840**	**$19.663**	**$20.522**	**$21.419**	**$22.356**
Gastos Administración	**$6.600**	**$6.893**	**$7.200**	**$7.520**	**$7.854**
Sueldos	$6.600	$6.893	$7.200	$7.520	$7.854
Gasto de Ventas	**$12.240**	**$12.770**	**$13.322**	**$13.899**	**$14.502**
Sueldos	$11.640	$12.157	$12.698	$13.262	$13.851
Publicidad	$600	$612	$625	$637	$650
2. Costos Variables	**$14.006**	**$14.203**	**$14.402**	**$14.605**	**$14.810**
Materia Prima	$14.006	$14.203	$14.402	$14.605	$14.810
COSTO TOTAL:	**$64.434**	**$66.803**	**$69.270**	**$71.839**	**$74.516**

Fuente: Investigación de campo

Para las proyecciones de la materia prima, mano de la mano de obra, así como los servicios básicos, gastos administrativos y de ventas se tomó en consideración el índice de crecimiento poblacional de Latacunga que es el 2.02% este sacado el INEC.

Costo Unitario de Producción

El costo unitario de preparación de café y el menú se determinó mediante la división del costo total de producción y la producción anual en kilogramos, este ejercicio nos permitió conocer cuánto le cuesta al emprendimiento producir una taza de café con un de los bocadillos que se tendrán en oferta, con ello se tiene una idea concisa sobre la utilidad que se pueda obtener. La fórmula utilizada para obtener el costo unitario fue la siguiente:

C.U. P= CT/QT

Donde: C.U.P: Costo unitario de producción

C.T: Costo Total

Q.T: Cantidad total a producir

Tabla 40 *Costo unitario de producción*

Tipo		Costo Unitario
Café	Expresso	0,91
	Americano	0,80
	Capuccino	0,87
	Filtrado	0,63
Tamales	Pollo	0,46
	Cerdo	0,98
Empanadas	Pollo	0,48
	Queso	0,51
Humitas		0,50

Fuente: Investigación de campo

En la tabla anterior se puede observar los valores obtenidos.

Presupuesto de Ingresos

Los ingresos que se ha tomado en consideración en el plan son referentes a la producción estimada y la cantidad que unidades a producir, para los próximos 5 años de vida del emprendimiento, por otra parte, los precios estimados se los rige en base al estudio de mercado realizado.

Tabla 41 *Presupuesto de ingresos*

Productos	Cantidad	Precio de venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café expresso	4773	$ 1,50	$7.159,40	$7.316,91	$7.477,88	$7.642,39	$7.810,53
Café americano	4629	$ 2,00	$9.258,78	$9.462,47	$9.670,64	$9.883,40	$10.100,83
Capuccino	7106	$ 2,00	$14.211,14	$14.523,79	$14.843,31	$15.169,86	$15.503,60
Café filtrado	3768	$ 1,00	$3.768,11	$3.851,00	$3.935,73	$4.022,31	$4.110,80
Tamales de pollo	3523	$ 2,00	$7.046,95	$7.201,98	$7.360,43	$7.522,36	$7.687,85
Tamales de chancho	3459	$ 2,00	$6.918,82	$7.071,04	$7.226,60	$7.385,59	$7.548,07
Empanadas de pollo	5702	$ 2,00	$11.403,25	$11.654,12	$11.910,51	$12.172,54	$12.440,34
Empanadas de queso	4004	$ 1,00	$4.003,95	$4.092,04	$4.182,06	$4.274,07	$4.368,10
Humitas	3588	$ 1,00	$3.587,54	$3.666,46	$3.747,13	$3.829,56	$3.913,81
		Total	**$ 67.357,94**	**$ 68.839,81**	**$ 70.354,29**	**$ 71.902,08**	**$ 73.483,93**

Fuente: Investigación de campo

Los ingresos proyectados se basan en el tamaño propuesto por la empresa ya que mediante el estudio de mercado ayudó de manera efectiva a proyectar la cantidad que la empresa puede ofrecer en su vida útil, así como también el estudio técnico.

Estados financieros

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es un informe financiero donde se resume las operaciones que una empresa ha realizado durante un determinado periodo de tiempo, este ejercicio permite tener una visión general de la rentabilidad del negocio mostrando si se han tenido pérdidas o ganancias durante ese tiempo generalmente se lo realiza de forma mensual, trimestral o anual. ´´LIAMONS´´ considera sus flujos netos, mismos que los obtiene al restar todos los costos de producción de los ingresos dándonos así la ganancia real.

Tabla 42 *Estado de pérdidas y ganancias*

Estado de Pérdidas y Ganancias					
CUENTAS	**AÑOS 1**	**AÑOS 2**	**AÑOS 3**	**AÑOS 4**	**AÑOS 5**
INGRESOS					
Ventas	$67.357,94	$68.839,81	$70.354,29	$71.902,08	$73.483,93
EGRESOS					
Costo de producción	$28.189,63	$28.021,27	$28.794,81	$29.595,86	$30.425,52
Materia prima	$14.006,23	$14.202,97	$14.402,46	$14.604,76	$14.809,91
Mano de obra directa	$11.640,00	$12.157,33	$12.697,66	$13.262,00	$13.851,42
Costo general de fabricación	$1.108,09	$1.130,58	$1.153,53	$1.176,95	$1.200,84
Materia prima indirecta	$519,84	$530,39	$541,16	$552,15	$563,35
UTILIDAD BRUTA	**$39.168,31**	**$40.818,54**	**$41.559,47**	**$42.306,23**	**$43.058,41**
Gasto de operación	$9.146,82	$18.316,77	$18.298,68	$18.232,07	$18.108,49
Gastos Administrativos	**$7.626,04**	**$7.780,84**	**$7.938,80**	**$8.099,95**	**$8.264,38**
Depreciaciones	$419,64	$428,15	$436,85	$445,71	$454,76
Sueldo Administrativo	$6.600,00	$6.733,98	$6.870,68	$7.010,15	$7.152,46
Amortizacion gastos de constitución	$70,00	$70,00	$70,00	$70,00	$70,00
Servicios basico	$536,40	$547,29	$558,40	$569,73	$581,30
Gastos de ventas	**$600,00**	**$612,18**	**$624,61**	**$637,29**	**$650,22**
Publicidad	$600,00	$612,18	$624,61	$637,29	$650,22
Gastos financieros	**$920,78**	**$766,07**	**$587,37**	**$380,97**	**$142,57**
Intereses financieros	$920,78	$766,07	$587,37	$380,97	$142,57
UTILIDAD OPERACIONAL	**$30.021,49**	**$33.037,70**	**$33.620,68**	**$34.206,27**	**$34.794,03**
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	**$30.021,49**	**$33.037,70**	**$33.620,68**	**$34.206,27**	**$34.794,03**
15 % participación trabajadores	$4.503,22	$4.955,65	$5.043,10	$5.130,94	$5.219,10

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**$25.518,27**	**$28.082,04**	**$28.577,58**	**$29.075,33**	**$29.574,92**
Impuesto a la renta 25%	$6.379,57	$7.020,51	$7.144,39	$7.268,83	$7.393,73
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	**$19.138,70**	**$21.061,53**	**$21.433,18**	**$21.806,50**	**$22.181,19**
5% Reserva legal	$956,94	$1.053,08	$1.071,66	$1.090,32	$1.109,06
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**$18.181,77**	**$20.008,45**	**$20.361,52**	**$20.716,17**	**$21.072,13**

Fuente: Investigación de campo

La tabla anterior muestra los valores de los ingresos en relación con los costos de producción que efectuara la empresa al entrar en funcionamiento, logrando así determinar la utilidad neta que la actividad deja, los valores para el cálculo fueron tomados de las proyecciones realizadas anteriormente considerando el crecimiento poblacional que es del 2.02 % al año.

En el resultado obtenido se puede observar que los ingresos de las ventas son mayores a los costos de producción, lo que nos permite determinar que la empresa tiene un resultado favorable por lo que podemos afirmar que el proyecto podría ser factible en los siguientes cinco años.

Estado de situación financiera

Tabla 43 *Estado de situación financiera*

Estado de situación financiera						
CUENTAS	**AÑOS**					
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Activo Corriente	**$12.150**	**$35.346**	**$38.136**	**$39.087**	**$39.956**	**$40.785**
Disponible						
Caja-Bancos	$12.150					
Activo fijo	**$4.275**	**$3.855**	**$3.436**	**$3.016**	**$2.676**	**$2.377**
Depreciable						
Maquinaria y equipos	$1.295	$1.154	$1.013	$871	$730	$589
Equipo de Computo	$400	$280	$160	$40	$0	$0
Muebles y enseres	$2.580	$2.422	$2.263	$2.105	$1.946	$1.788
Otros Activos	**$564**	**$473**	**$382**	**$291**	**$204**	**$119**
Diferidos						
Gastos de constitución	$350	$280	$210	$140	$70	-
Imprevistos (5%)	$214	$193	$172	$151	$134	$119
Total Activo	**$16.989**	**$39.674**	**$41.953**	**$42.394**	**$42.836**	**$43.280**
Pasivo						
A corto plazo						
15% participación Trabajadores.	-	$4.503	$4.956	$5.043	$5.131	$5.219
Préstamo bancario		$921	$766	$587	$381	$143

Total Pasivo	$0	$4.503	$4.956	$5.043	$5.131	$5.219
Patrimonio						
Capital social	$16.989	$16.989	$16.989	$16.989	$16.989	$16.989
Utilidad del ejercicio	-	$18.182	$20.008	$20.362	$20.716	$21.072
Total patrimonio	**$16.989**	**$35.171**	**$36.998**	**$37.351**	**$37.705**	**$38.061**
Total pasivo y patrimonio	**$16.989**	**$39.674**	**$41.953**	**$42.394**	**$42.836**	**$43.280**

Fuente: Investigación de campo

El presente balance general nos muestra de forma resumida todas las cuentas que contiene la empresa ´´LIAMONS´´, así como también se incluye todas las obligaciones con instituciones financieras, esto ayudara a que los inversionistas del proyecto tomen decisiones adecuadas en cuanto a las mejoras posibles en la producción esto se verá reflejado en los resultados al final del año, lo cual beneficiara al negocio.

Flujo de Efectivo

Este cálculo financiero nos permite la evaluación del proyecto, ya que aquí es donde se determina si la empresa necesita realizar préstamos para el desarrollo del proyecto además se sabrá si podrá cubrir el pago del financiamiento de ser el caso.

Las cuentas que interviene en el ejercicio son las siguientes:

Capital propio. – Representa los recursos propios que los inversionistas o dueños del negocio invierten para iniciar con la producción de bebida de café.

Utilidad Neta. – Este indicador es significativo porque con ello se logró conocer cuál será la ganancia neta y la capacidad de LIAMONS para generar ganancias tras haber cubierto todas sus obligaciones y gastos.

Depreciación. – La depreciación que la empresa ha realizado son en base al desgaste físico o deterioro de las maquinarias y equipos como consecuencia de su uso durante la producción de bebida de café a través de los años, por lo que se aplicó una depreciación de acuerdo con lo que establece el S.R.I.

Inversión Fija. – Constituye el valor que corresponde a los activos fijos como maquinarias y equipos que se adquieren para la producción de la empresa.

Capital de trabajo. – Son los valores de la mano de obra, costos indirectos de fabricación y materia prima, mismos que se ha calculado para 3 meses en el presente plan de negocios.

Tabla 44 *Flujo de efectivo*

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales (+)		**$67.358**	**$68.840**	**$70.354**	**$71.902**	**$73.484**
Ventas		$67.358	$68.840	$70.354	$71.902	$73.484
Egresos operacionales (-)		**$45.594**	**$47.140**	**$48.748**	**$50.420**	**$52.160**
Costos Fijos (-)		$31.588	$32.937	$34.345	$35.815	$37.351
Costos Variables (-)		$14.006	$14.203	$14.402	$14.605	$14.810
Utilidad operativa (=)		**$21.764**	**$21.700**	**$21.607**	**$21.482**	**$21.323**
Depreciación (-)		$420	$420	$420	$420	$420
Utilidad antes de impuestos (=)		**$21.344**	**$21.280**	**$21.187**	**$21.062**	**$20.904**
Impuesto a la renta (-)		$6.380	$7.021	$7.144	$7.269	$7.394
Utilidad después de impuestos (=)		**$14.964**	**$14.260**	**$14.043**	**$13.793**	**$13.510**
Depreciación (+)		$420	$420	$420	$420	$420
valor de rescate (+)						
Flujo neto de efectivo (=)	**-$16.989**	**$15.384**	**$14.679**	**$14.462**	**$14.213**	**$13.930**

Fuente: Investigación de campo

La tabla anterior refleja el origen de los dineros con los que el emprendimiento ´´LIAMONS´´ contará durante su vida útil, así como también se evidencia el uso que se le dará a dichos valores económicos, por otro lado, el valor residual que el negocio tendrá para el quinto año de existencia fue calculado de la suma en los cinco años de los depreciables como equipos y maquinarias

Evaluación financiera

Después de haber concluido el estudio de mercado, estudio técnico y estudio económico se procede a establecer la factibilidad económica del presente proyecto, para conocer la inversión será rentable o recuperable en un tiempo considerado.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

D: endeudamiento $ 6.795,68

E: fondos propios $ 10.193,52

ke: costes de los fondos 3%

kd: tasa de financiamiento15%

taxes: impuestos15%

TMAR 6.12%

El proyecto presenta una TMAR del 6.12%, con el cual nos permitirá determinar el curso de rendimiento de la inversión propuesta para implantar del negocio, para realizar el cálculo de

este indicador se utilizó el promedio de la prima de riesgo alto (6 – 10%) dándonos un 7% de la tasa efectiva anual regida en el país y el índice de inflación IPC que es el 2.20%.

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es el valor en dinero que expresa todos los flujos de efectivo ya sean positivos o negativos actuales al momento que tiene la empresa, esto ayuda a los inversionistas a analizar si es conveniente invertir en la empresa.

$$VAN = -\,Inversion\ inicial + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

VAN= USD $ 44.196,35 dólares

Los resultados obtenidos al calcular el VAN en el presente plan de negocios arrojan un valor de USD $ 44 196,35 dólares lo que demuestra que es muy favorable para los inversionistas de la nueva empresa, pues esto indica que el proyecto es factible, cuando los valores son mayores a cero entonces podemos decir que la ejecución del plan de negocios es viable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

En el presente plan de negocios la tasa interna de retorno como sus palabras lo dicen nos permite conocer los beneficios que se obtendrán en el curso de vida útil del plan, pues este indicador muestra en porcentajes la rentabilidad del proyecto.

La fórmula utilizada para el cálculo de este indicador fue la siguiente:

$$Tir = \left(flujo\ de \frac{efectivo}{inversion\ inicial}\right)^{\frac{1}{numero\ de\ periodos}} - 1$$

Lo cual una vez realizado el cálculo pertinente nos arroja una TIR del 84 % esto mostrando una rentabilidad elevada haciendo diferencia el TMAR lo cual este indicador es prospero para el funcionamiento de la empresa y llamativo para inversionistas, lo cual esto da una factibilidad positiva.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo en el cual se conseguirá recuperar la inversión inicial del proyecto.

Para el cálculo de este indicador se aplicó la siguiente formula:

$$\textbf{P.R.I.} = \frac{\textit{Inversión Inicial}}{\textit{Flujo de efectivo anual}}$$

Aplicando la fórmula, la inversión se recupera en un año, un mes y 8 días, lo que significa que en recuperar cada dólar ingresado para este proyecto, lo cual ese tiempo está dentro de la vida útil del proyecto, con esto se verifica su factibilidad de empezar este negocio.

Punto de Equilibrio

El cálculo de este factor sirve para mostrar el nivel en cual los ingresos son iguales a los gastos y costos, lo que significa que no existiría una utilidad para el negocio, en otras palabras, es cuando se logra vender lo mismo que gastas por lo que no ganas ni pierdes ósea que se ha alcanzado el punto de equilibrio.

Para el cálculo del punto de equilibrio se usó la siguiente formula:

En términos monetarios (costo total)

$$P.E. = \frac{Costo\ Fijo\ Total}{1 - \frac{Costo\ Variable\ Total}{Ingresos\ por\ Ventas}}$$

En unidades Físicas (Clientes)

$$P.E. = \frac{P.E.\ Monetario}{Precio\ de\ Ventas}$$

Tabla 45 *Punto de Equilibrio*

PUNTO DE EQUILIBRIO					
DETALLE	**AÑOS**				
	1	2	3	4	5
Unidades Producidas	40.552	41.444	42.356	43.288	44.240
Ingresos por Ventas	**$67.357,94**	**$68.839,81**	**$70.354,29**	**$71.902,08**	**$73.483,93**
Costo Total	$64.434,32	$66.802,77	$69.269,65	$71.839,23	$74.515,99
Costos Fijos	$31.588,09	$32.936,95	$34.345,21	$35.815,49	$37.350,54
Costos Variables	$14.006,23	$14.202,97	$14.402,46	$14.604,76	$14.809,91
Costo Unitario de Producción	$1,59	$1,61	$1,64	$1,66	$1,68
Precio de Venta	$1,59	$1,61	$1,64	$1,66	$1,68
P.E Monetario	**$14.007**	**$14.203**	**$14.403**	**$14.605**	**$14.810**
P.E Físico (Unidades)	**8.815**	**8.812**	**8.807**	**8.801**	**8.793**

Fuente: Investigación de campo

En este apartado se da a conocer el estado de la empresa lo que nos refleja un crecimiento sostenido a lo largo de los 5 años, a nivel costos estos han mostrado crecimiento de forma controlada mientras que los costos variables se mantienen estables, lo cual nos muestra que se ha realizado correctas gestiones en los gastos operativos. Con el precio de venta año tras año en aumento esto nos refleja que en los costos se irán reduciendo esto por la mejora de ingresos a la empresa, lo cual nos da como finalizado una rentabilidad buena y financieramente estable.

Relación Beneficio Costo

Para el cálculo de este indicador se toma en consideración los valores de los ingresos y egresos que se proyectó para 5 años en tablas anteriores, el ejercicio se realizó mediante la siguiente formula y presenta el siguiente detalle:

$$R.B./C = \frac{\text{INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS TOTALES ACTUALIZADOS}}$$

RB/C= 1,05

Lo que nos refleja un ingreso favorable ya que este valor nos muestra cuánto dinero será recuperado por cada dólar invertido en las empresas lo cual el beneficio es de 5 centavos lo que sugiere un buen rendimiento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A lo largo del estudio, se estableció un marco teórico sólido que sustenta la planificación y ejecución de un plan de negocios. Se definieron y analizaron conceptos claves como emprendimiento, estudio de mercado, producción, financiamiento y evaluación financiera, los cuales permitieron estructurar el proyecto con bases metodológicas adecuadas. La integración de estos elementos facilito la identificación de oportunidades y riesgos, proporcionando un enfoque estratégico para la toma de decisiones empresariales. Además, la evaluación financiera permitió determinar la viabilidad del negocio y su potencial de rentabilidad

Se identificó que existe una demanda insatisfecha en la zona, lo que representa una oportunidad para el crecimiento del negocio. La investigación del mercado basada en encuestas reveló que la población tiene hábitos de consumo de café favorables para la implementación del proyecto.

El estudio demuestra que la creación de la cafetería en la ciudad de Latacunga es viable tanto comercial como financieramente. Los indicadores financieros, como el Valor Actual Neto (VAN) USD $ 44.196,35 dólares y una tasa mínima aceptable de rendimiento del 6,12 % y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 84 %, confirman la rentabilidad del negocio.

Recomendaciones

Como primeras sugerencias se debe realizar periódicamente varias actualizaciones y mejoras en base a las tendencias y estrategias para el emprendimiento, además es importante mejorar el conocimiento en capacitaciones en gestión empresarial y análisis financiero, lo que permitirá mejora en las tomas de decisiones para el crecimiento del negocio

Realizar una mejora en la publicidad esto para dar un impulso mayor al negocio y que se expanda a través de la ciudad, esto ayudara a tener más lugares donde la gente pueda compartir este momento.

Mediante capacitaciones al personal ayudará a mejorar en los controles financieros rigurosos esto para dar un mayor impulso al crecimiento económico el cual dará una mejora al negocio, también hay que evaluar los financiamientos para tener una liquidez mayor del negocio.

Bibliografía

Agila Maldonado, M. V., Vizuete León, S. E., & Tello Caicedo, G. E. (01 de 08 de 2018). *REVISTA ESPACIOS*. LA ELABORCACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL: https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf

Alonso, M., & Galve, C. (26 de 7 de 2008). *Dialnet*. El emprendedor y la empresa: revision teorica : file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ElEmprendedorYLaEmpresa-2975142.pdf

Banco Central del Ecuador. (12 de 06 de 2024).

CASTRO GALARZA, S. B. (11 de 07 de 2023). *ESCUELA POLITECNICA DEL CHIMBORAZO*. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CAFETERÍA "MOPA DULCE PALADAR", CANTÓN RIOBAMBA, PROCINCIA DE CHIMBORAZO: http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/19792/1/22T01077.pdf

censo. (2022). Instituto Nacional de Estadistica y Censo: https://censoecuador.ecudatanalytics.com/

Espinosa, M., & Espinosa, M. (2024). *Tecnologico Universitario Pichincha*. Plan de negocios para la creación de una spa-cafet: https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/handle/123456789/483

Gaytán Corés, J. (2020). Plan de negocios y la rentabilidad. En *mercados y negocios* (pág. 21 (42)). 143-156.

Gonzales, Nora, L., Elvira, A., & Jesús. (2011). *La importancia de realizar plan de negocios*. https://salazarvirtual.sistemaeducativosalazar.mx/assets/biblioteca/6bfa31acf8db7b1ce3f28a28cc292882-Ensayo%201%20La%20importancia%20de%20realizar%20un%20plan%20de%20negocios%20-%20Gonz%C3%A1lez%20N.%20L%C3%B3pez%20E..pdf

Guzmán, A., y Trujillo, M. (19 de 11 de 2008). *Scielo*. Emprendimiento social - Revisión de literatura: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232008000400005&script=sci_arttext

Heredia, S., & Saavedra, M. (2012). *UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS*. PLan de negocios para la creación de un restaurante cafeteria para diabeticos en la ciudad de Quito: https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1309

Herrera Guanopatin, J. E. (26 de 02 de 2024). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI*. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE TAREAS DIRIGIDAD INTERACTIVO PARA ESTUDIANTES DE ENTRE 5 Y 14 AÑOS EN EL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI: https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a11785a7-c403-4698-abb3-201dcdf755d2/content

Jijón Sánchez, K. A. (08 de 21 de 2024). *DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO ACADÉMICO EN LA CIUDAD DE AMBATO*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/84c3691a-4893-4900-a973-9c08e113af0b/content

M, A., & Vizueta S, T. G. (15 de 12 de 2018). *The development of bussiness plan as an alternative for companies*. revista espacios: https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf

Mejia, D. (2014). *UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS*. Plan de negocios para la implementacion de una cafeteria estilo colonial en la ciudad de riobamba: https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1278

Miranda, J. (2005). *Gestion de proyectos*. La evaluacion financiera: https://antioquia.gov.co/banco-proyectos/9_evaluacion_financiera.pdf

Moscoso, C., & Jiménes, E. (2014). *UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS*. Plan de negocios para la creaciocón de una cafeteria-pasteleria para diabeticos en la ciudad de Quito Ecuador: https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/4197

Palacios, M. (2019). *UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS*. PLan de negocias para la creacion de una cafeteria exclusiva para empresas diabeticas en el sector de Cumbaya: https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10514

R, C. (2020). Libro de finanzas. En *TIR: Tasa interna de retorno.*

Rodrígues, J. (15 de 02 de 2017). *BIBLAT*. Elementos claves para definir el concepto de utilidad en la infromacion financiera: https://biblat.unam.mx/es/revista/actualidad-contable-faces/articulo/elementos-clave-para-definir-el-concepto-de-utilidad-en-la-informacion-financiera

Rosero, M. (06 de 2024). *Universidad UNIANDES*. Desarrollo de una plan de negocios para creacion de una cafeteria sostenible en la ciudad de Tulcan Provincias del Carchi: https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/17984

S, B. (2024 de 02 de 12). *Conceptos financieros*. El concepto del valor neto: https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/conceptos-financieros-el-concepto-del-valoractualneto#:~:text=El%20valor%20actual%20neto%20permite,que%20una%20inversi%C3%B3n%20puede%20generar.&text=Cuando%20una%20empresa%20realiza%20una,el%20valor%20agregado%20que%

Sung park, S., & Duarte, S. (2015). *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*. El perfil del emprendedor y los estudio relacionados a los emprendedores iberoamericanos: https://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271

Tapia, M. (enero de 2015). *Universidad pontifica saleciana*. Plan de negocios para la creación de una microempresa de servicio de cafetería gourmet en la ciudad de Cuenca: https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/7875

Tito Duarte, T. R. (12 de 2009). *SCIENTIA ET TECHNICA*. Emprendimiento una opcion para el desarrollo: https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf

ANEXOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA CAFETERIA

Este cuestionario tiene como finalidad descubrir los gustos y preferencias de las personas que habitan en la parroquia Eloy Alfaro, sector San Felipe, los resultados ayudaran a la implementación del plan de negocios y estudiar su viabilidad del emprendimientos

* Indica que la pregunta es obligatoria

CAFE LOJANO

Genero *

- ◯ Masculino
- ◯ Femenino

1.- ¿Acostumbra ir a cafeterías? *

- ◯ Si
- ◯ No

2.- ¿Con qué frecuencia visita cafeterías? *

- ◯ Todos los días
- ◯ 2 a 3 veces por semana
- ◯ 1 vez por semana
- ◯ Cada 15 días
- ◯ 1 vez por mes
- ◯ Raramente

3.- ¿Con qué frecuencia toma café? *

- ◯ 2 o más veces al día
- ◯ 1 vez al día
- ◯ 2 a 3 veces por semana
- ◯ 1 vez por semana
- ◯ 1 vez por mes
- ◯ Nunca

4.- ¿Qué tipo de café consume con mayor frecuencia? *

- ◯ Café filtrado (o pasado)
- ◯ Café instantáneo (o soluble)
- ◯ Ambos tipos: filtrado y soluble

5.- ¿Cuál es el motivo para visitar una cafetería? (puede marcar más de una opción)* *

- ☐ Reunirse con una persona especial
- ☐ Reunirse con un amigo o amigos
- ☐ Negocios
- ☐ Disfrutar de un buen café
- ☐ Leer o trabajar
- ☐ Comer algo
- ☐ Otro: _____

6.- ¿Cómo prefiere usted consumir su café? *

- ◯ Dentro de la cafetería
- ◯ Empacado para llevar
- ◯ Ninguno

7.- ¿Qué tipos de cafés le gustaría consumir? (puede marcar una o varias respuestas) *

- ☐ Café espresso
- ☐ Café Americano
- ☐ Cappuccino
- ☐ Café filtrado
- ☐ Otro: _____

8.- ¿Con qué le gusta acompañar su café? (puede marcar una o varias respuestas) *

- ☐ Tamales de pollo
- ☐ Tamales de chancho
- ☐ Empanadas de pollo
- ☐ Empanadas de queso
- ☐ Humitas

9.- Cuando usted prueba un café y le gustó. ¿Acostumbra a comprar un café empacado (molido o en grano) para preparar en su casa? *

- ◯ Sí
- ◯ No

10.- En una escala del 1 a 5, donde 1 significa que no le agradó nada y 5 que le agradó totalmente. ¿Qué tanto le agradaría la idea de implementar una cafetería en el sector de San Felipe? *

	1	2	3	4	5	
No me agradó nada	◯	◯	◯	◯	◯	Me agradó totalmente

11.- En una escala del 1 al 5, siendo 1 poco preferido y 5 muy preferido, ¿Cuáles de estos atributos prefieres que contenga una cafetería? *

	1	2	3	4	5
Acceso a wifi	◯	◯	◯	◯	◯
Buen cafe y bebidas	◯	◯	◯	◯	◯
Buen ambiente	◯	◯	◯	◯	◯
Estacionamientos	◯	◯	◯	◯	◯
Buena musica	◯	◯	◯	◯	◯
Compras en linea	◯	◯	◯	◯	◯
Delivery	◯	◯	◯	◯	◯