



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: “Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería tradicional,
ubicado en el barrio La vicentina del Distrito Metropolitano de Quito.”**

ESTUDIANTE: VICTOR HUGO PAVON MALDONADO

PROMOCIÓN: 25AE10

TUTOR: ECON. DIEGO ANDRADE A.

QUITO - ECUADOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico:

Que el Trabajo de Investigación **“Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería tradicional, ubicado en el barrio La vicentina del Distrito Metropolitano de Quito”**, presentado por el/la estudiante **Víctor Hugo Pavón Maldonado** de la promoción 25AE10, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, Junio 2019

Atentamente,

Eco. Diego Andrade A.

AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera en Administración de Empresas de la Promoción 23AE10, declara que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración de Empresas, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, Junio 2019

Atentamente,

Pavón Maldonado Víctor Hugo

C. I. 1719986927

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento y gratitud a mis padres, mi esposa, hijas y amigos por su extraordinario apoyo y contribución en mi vida.

Pero sobre todo agradezco a Dios por darme salud, sabiduría y permitirme tener una educación.

DEDICATORIA

Se la dedico al forjador de mi camino, a mi padre celestial el que me acompaña y levanta de mis tropiezos, al creador de mis padres y las personas que más amo, con mi más sincero amor.

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRAFICO	xii
ÍNDICE DE IMAGEN.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	1
Marco Teórico.....	2
Marco Conceptual.....	6
Descripción del problema	8
Diagnóstico y situación del problema.....	8
Formulación del Problema.....	8
Árbol de problemas.....	9
Árbol de objetivos	9
Análisis de involucrados percibidos	9
Justificación del emprendimiento	9
Objetivos.....	10
Objetivo General del trabajo	10
Objetivos específicos del trabajo	10
Capítulo 1: Análisis del mercado y estrategia comercial.....	13

1.1	Análisis de la demanda.....	13
1.1.1	Segmentación del mercado objetivo	13
1.1.2	Estimación de la población referencial, potencial y demandante efectiva, con su gráfico.....	13
1.1.3	Ubicación	14
1.1.4	Estimación de la demanda del proyecto (investigación de mercado- encuestas /entrevistas)	15
1.1.5	Cuadro de salida y presentación de los resultados.....	16
1.1.6	Resultados de la encuesta.....	17
1.2	Análisis de la oferta.....	29
1.2.1	Análisis de los competidores	29
1.2.2	Determinación de la oferta.....	30
1.2.3	Estimación de la demanda insatisfecha.....	31
1.2.4	Calculo de la demanda potencial insatisfecha	31
1.3	Análisis de Precio.....	32
1.3.1	Determinación del costo estimado de materiales por cada producto.....	32
1.3.2	Determinación de precios sugeridos por producto	36
1.4	Análisis de la competencia y comercialización.....	36
1.4.1	Análisis de Porter.....	36
1.4.2	Estrategia de comercialización (las 4 p del mercado).....	37
1.4.3	Presupuesto de publicidad	39
1.4.4	Cuadro del personal del área comercial requerido.....	39
1.4.5	Presupuesto de inversiones comerciales	40
CAPITULO 2: ANÁLISIS TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO		40
2.1	Análisis de ubicación	40

2.1.1	Macro localización.....	40
2.1.2	Micro localización	41
2.2	Mapa de ubicación	41
2.3	Proceso de Producción	42
2.3.1	Justificar la Capacidad instalada dibujo distribución del local.....	42
2.3.2	Maquinaria requerida	42
2.3.3	Descripción del proceso y flujograma de procesos.....	45
2.3.4	Materia prima o insumos requeridos	45
2.3.5	Detalle de costos y gastos de producción para un mes de operación.....	46
2.3.6	Detalle del personal de producción.....	46
2.4	Análisis de la organización	46
2.4.1	Organigrama propuesto.....	46
	2.4.2 Inversiones administrativas	48
	2.4.3 Detalle del personal administrativo.....	48
2.5	Normativa legal	48
2.5.1	Constitución de la empresa	48
2.5.2	Permisos y autorizaciones requeridas	50
2.5.3	Resumen de inversiones legales	53
2.5.4	2.5.4 Análisis de impacto ambiental	53
	CAPITULO 3: ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	55
3.1	Determinación de la Inversión Requerida.....	55
3.1.1	Activos Fijos.- bienes tangibles indispensables para la operación de la cafetería	55
3.1.2	Activos intangibles, son los rubros en los que se incurre para poner en marcha la cafetería y entre estos tenemos:	56

3.2	Proyección de costos y gastos	57
3.3	Determinación de las Ventas	59
3.4	Recursos Humanos	60
3.5	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	60
3.6	Punto de Equilibrio.....	61
3.7	Evaluación del Proyecto, Análisis de Rentabilidad	62
3.7.1	Valor Actual Neto:.....	62
3.7.2	Tasa Interna de Retorno:.....	63
	Conclusiones	64
	Recomendaciones	64
	Bibliografía	66
	Referencias WEB.....	69
	Anexos	70

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Análisis de Involucrados	9
Cuadro 2. Población.....	13
Cuadro 3. Diseño de la Encuesta	16
Cuadro 4. Análisis de competidores	30
Cuadro 5. Frecuencia de consumo	32
Cuadro 6. Facturación promedio	32
Cuadro 7. Determinación de precios sugeridos por producto.....	36
Cuadro 8. Presupuesto Inicial	39
Cuadro 9 Presupuesto de mantenimiento imagen publicitaria.....	39
Cuadro 10. Cuadro del personal del área comercial requerido.....	39
Cuadro 11. Presupuesto de inversiones comerciales	40
Cuadro 12. Descripción del proceso y flujograma de procesos.....	45
Cuadro 13. Materia prima o insumos requeridos.....	45
Cuadro 14. Detalle de costos y gastos de producción para un mes de operación.....	46
Cuadro 15. Detalle del personal de producción	46
Cuadro 16. Organigrama propuesto.....	46
Cuadro 17. Inversiones administrativas.....	48
Cuadro 18. Resumen de inversiones legales.....	53
Cuadro 19. Activos fijos	55
Cuadro 20. Depreciación y Amortización	56
Cuadro 21. Proyecciones de gastos producción y administración.....	57
Cuadro 22. Detalle de gastos del proyecto	57
Cuadro 23. Costos de producción (por producto).....	58
Cuadro 24. Proyección de Costos y Gastos	58

Cuadro 25. Proyección venta estimada de productos por cantidad	59
Cuadro 26. Determinación de las Ventas.....	59
Cuadro 27. Detalle de Personal y Remuneración	60
Cuadro 28. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	61
Cuadro 29. Punto de Equilibrio	61
Cuadro 30. Cuadro VAN	63
Cuadro 31. Cuadro TIR	63

ÍNDICE DE GRAFICO

Gráfico 1. Árbol de problemas	9
Gráfico 2. Árbol de Objetivos.....	9
Gráfico 3 Género	17
Gráfico 4 . Barrio donde vive	17
Gráfico 5. Edad.....	18
Gráfico 6. Estado Civil	18
Gráfico 7. Profesión.....	19
Gráfico 8. Profesión.....	20
Gráfico 9. ¿Es el café una de sus bebidas preferidas?	20
Gráfico 10. ¿Qué tan seguido toma café?	21
Gráfico 11. ¿A qué hora del día toma café?	22
Gráfico 12. ¿Cuál de las siguientes opciones es su bebida preferida?.....	22
Gráfico 13. ¿Cuántas veces acude a una cafetería?	23
Gráfico 14. ¿Cuándo visita una cafetería quien lo acompaña?.....	24
Gráfico 15. ¿Cuánto tiempo permanece en una cafetería?	24
Gráfico 16, ¿Qué prioriza en una cafetería?	25
Gráfico 17. ¿Cuánto suele gastar en una cafetería?.....	26
Gráfico 18. ¿A través de que medio le gustaría recibir información del servicio de la nueva cafetería?	27
Gráfico 19. En el sector indicado, ¿qué cafetería preferentemente visitas?	28
Gráfico 20. ¿Estás dispuesto a ser parte de nuestra base de clientes?	29
Gráfico 21. Análisis de Porter.....	37
Gráfico 22. Punto de equilibrio.....	62

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen 1. Logo	11
Imagen 2. Población	14
Imagen 3. Mapa de Ubicación	41
Imagen 4. Distribución del local.....	42

INTRODUCCIÓN

Titulo

“Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería tradicional, ubicado en el barrio La vicentina del Distrito Metropolitano de Quito.”

Necesidad o problema a resolver

Antecedentes

La historia de la cafetería como establecimiento donde se sirve el café en diferentes formatos es bastante reciente. Su presencia tiene que ver principalmente con la explosión de las ciudades y los grandes centros masivos en el siglo XIX, luego de la Revolución Francesa. Recién en los últimos años del siglo XVIII habían empezado a abundar espacios de sociabilidad públicos como los salones, las tertulias y algunos otros que repetían el formato en ámbitos privados.

Tal como lo dice su nombre, una cafetería se caracteriza principalmente por el servicio de venta de cafés y otras bebidas que acompañan el menú a los clientes. Por lo general, hablamos de locales con mesas y sillas donde uno puede sentarse aunque el modelo puede variar en cada caso. En algunos casos, las cafeterías ofrecen servicio de mozo o camarero mientras en otros casos las personas piden el producto y pueden llevarlo a la mesa directamente, ejemplo típico de las cafeterías más modernas. (Definicion, 2014)

En la actualidad las cafeterías se destacan por sus decoraciones originales, una atención de primera y una variedad de productos deliciosos donde las especialidades de café son las preferidas por los clientes.

Locales con ambientes acogedores y una atención de calidez es una oferta de servicio de *Swett & Coffe*, dentro de su menú tiene variedades entre productos de sal y dulce. Dentro de este resumen de establecimientos podemos tomar en cuenta a *Café Modelo* desde hace ya más de seis décadas esta tradicional cafetería ha visto pasar por sus instalaciones a generaciones de quiteños y visitantes; su fama se debe a la oferta de pochos y sandwiches de queso derretido.

Clasificación y tipos:

- **Café de barrio**

Es donde van los clientes habituales que hablan o leen el periódico. Estas cafeterías son básicas: café, refrescos y un plato combinado.

- **Cafés de pastelería**

Son cafeterías gourmet que venden desde cupcakes a mil hojas tradicionales o pueden tomar en sus instalaciones un buen café

- **Cafés históricos**

Centros de reunión de escritores, políticos y personalidades; de estas cafeterías a nacido instituciones revoluciones, guerras y debates

Marco Teórico

Estudio de factibilidad, se constituye en un plan de producción proyecto o presupuesto que contiene todos los detalles relacionados con estas variables a tal punto que sirva de guía para la implementación de la inversión, es por lo tanto un conjunto de informaciones ordenadas dentro de un marco metodológico que nos permite determinar las ventajas y desventajas de asigna recursos (inversión) a una determinada actividad que se desarrollara en un futuro inmediato. También es el instrumento básico para la toma de decisiones tanto para el sector público y privado.

El marco metodológico dentro del cual se organiza la información para la elaboración de un estudio de factibilidad está conformado por una serie de conocimientos técnicos, económicos, administrativos y legales que se concretan en un instrumental que permite abordar en forma especializada la problemática que implica la decisión de invertir.

La cafetería es una propuesta innovadora y original con un servicio de calidad en un ambiente cálido y placentero permitiendo que el cliente se sienta a gusto disfrutando de un buen café junto con un exquisito menú. Esta cafetería incluirá la venta de sandwiches y bebidas frías (jugos y batidos)

Cafetería

- 1 Es un establecimiento de [hostelería](#) donde se sirven [aperitivos](#) y [comidas](#), generalmente platos
- 2 combinados y no comida caliente propiamente dicha. Una cafetería comparte algunas características con un bar y otras con un restaurante.
- 3 La tradición del café como lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para
- 4 consumir, es representativo de algunas ciudades del mundo
- 5 A esa tradición pertenecen en la cultura occidental ciudades como París, Viena, Londres, donde con la excusa del café se pasa el tiempo, mientras que en países consumidores de café como Italia el tiempo destinado al sitio es mínimo. (aroma10, 2012)
- 6 La cafetería es sin embargo uno de los espacios de sociabilidad más populares y abundantes en las grandes ciudades de todo el mundo. Permite la conexión de personas así como también el encuentro y el trabajo reflexivo o solitario, además de la posibilidad de elegir el lugar sólo para consumir un buen café.

Comida Tradicional Quiteña

Platos:

- ✓ Sanduche de pernil
- 1 Son famosos sobre todo, los de los locales del Centro Histórico. La carne de chanco utilizada para esta preparación proviene de la pierna del animal y se cocina en un horno de leña. Antaño, a finales de los años setenta, los quiteños acudían a la calle Rocafuerte para probar estas delicias.

Bebidas:✓ **Morocho**

- 1 Es un brebaje dulce elaborado morocho molido y sin cáscara (cereal) que ha sido remojado durante toda la noche anterior. En Quito son famosos los que se ofertan en los locales de las 5 Esquinas, en Chimbacalle y que normalmente se sirven junto con empanadas de viento.

✓ **Rosero**

- 2 Está presente en los restaurantes más típicos de la capital. Al estar hecho de una variedad de frutas (piña, guayabo, frutilla, babaco, entre otros) es una bebida refrescante que también incorpora morocho o mote y hierbas aromáticas.

Canelazo

- 3 Es la mejor opción para contrarrestar el frío quiteño. Está hecho a base de aguardiente, azúcar o panela, agua de canela y jugo puro de naranjilla. Esta preparación que se toma caliente es propia de la región andina.

✓ **Mistela**

- 1 En el siglo XVIII se utilizaba como ofrenda de hospitalidad para los visitantes y forasteros que llegaban a la ciudad. La receta incorpora menta o cáscara de naranja, yerba de ataco, anís, canela y el infaltable licor. Cervezas artesanales. En el convento de San Francisco se preparó por primera vez una cerveza artesanal, esto fue en la época colonial. En el último par de años, esta bebida alcohólica ha ganado presencia en la urbe. Tradicionalmente vienen en tres variedades, rubia, roja y oscura, con diferentes niveles de intensidad. Postres Dulce de higos con queso. Para convertirse en dulce el higo debe atravesar un

largo proceso que implica cocinarlo por horas en un almíbar de miel de panela o caña de azúcar, aromatizado con canela. Al servirlo es costumbre acompañarlo de pedazos de queso fresco. Compota de tomate de árbol. Este fruto es originario de la región andina, ya que se siembra en tierras localizadas entre los 1 500 y 2 000. El almíbar que complementa al postre está hecho de canela, azúcar, ralladura y jugo de naranja.

- 2 La ciudad Quito, posee una variada oferta culinaria que atrae a los turistas deseosos por degustar verdaderos potajes y dulces con asombroso colorido y sabor, que la convierte en un destino ideal para quienes no solo se deleitan con los dulces propios de esta ciudad, sino con la oportunidad de conocer los secretos que se esconden tras su preparación.

1 Barrio La Vicentina

- 1 El barrio La Vicentina nació en 1933 de la parcelación de terrenos de la estatal Junta de Asistencia Social y de la hacienda La Cruz Verde, según consta en los libros del Cabildo quiteño, los que lo ubican como uno de los barrios cuyos habitantes pertenecían a la naciente clase obrera capitalina.
- 2 A inicios del siglo XX, la entonces incipiente expansión urbana significó la creación de nuevos espacios de asentamiento humano, muchas veces a consecuencia de la dinámica económica que imprimió en la ciudad el ferrocarril. Para aquella época, Quito contaba con 7 haciendas en el sur y 7 en el centro y norte de la urbe.
- 3 Otro ejemplo de esta situación es lo ocurrido con la hacienda La Floresta, en las cercanías de lo que hoy es La Vicentina, y que pertenecía a la familia Urrutia.

Marco Conceptual

Valor Actual Neto.- Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto para determinar si luego de descontar la inversión inicial nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo el proyecto es viable.

Tasa Interna de Retorno.- Es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA (Beneficio Neto Actualizado) sea igual a la inversión ($VAN = 0$). La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión ($VAN < 0$).

Estudio de Mercado.- Tiene como objetivo determinar la demanda potencial de un producto en un área y periodo determinado.

A través de su elaboración se llegara a cuantificar que volumen de un producto podrá ser adquirido por la colectividad; buscar establecer las posibilidades de ventas de un productor tomando en cuenta los condicionamientos establecidos por el grado de competencia que caracteriza al mercado analizado.

Estudio Técnico.- Se consideran los aspectos técnico operativo necesario en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio. La importancia de este estudio consiste en llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto que

permitan apreciar los recursos necesarios para el mismo proporcionando información útil para el desarrollo del estudio o medio financiero.

Los objetivos del estudio técnico son los siguientes:

1. Determinar la localización de la mejor ubicación de la nueva unidad productiva
2. Definir el tamaño y capacidad del proyecto

3. Diseñar la distribución de la cafetería
4. Definir recursos materiales y humanos para la operación de la empresa
5. Estudiar el impacto ambiental

Estudio Administrativo.- Comprende la evolución de la capacidad administrativa de los altos funcionarios para llevar adelante el proyecto y sus diferentes etapas, como también la idoneidad del personal que trabaja en la empresa. La estructura administrativa es la base para lograr la eficiencia de la organización interna. El orden jerárquico – administrativo, los departamentos, el modo en que se ejecutan las decisiones, los conductos regulares y la asignación de funciones, deben evaluarse cuidadosamente.

Cafeteras.- Una cafetera es un electrodoméstico que encontramos generalmente en la cocina, que permite preparar café como bebida caliente. Las primeras cafeteras (máquinas de café) datan de principios del siglo XIX cuando el café se mezclaba directamente con agua hirviendo.

En la actualidad, **hay básicamente cuatro tipos de cafeteras**, cada una con su sistema de obtención del café:

Cafetera italiana.- la cafetera italiana o percolador consta de cuerpos que se enroscan por la parte central. La parte inferior es el depósito de agua, que tiene una válvula de seguridad por un lado y donde se pone un filtro con el café, en forma de embudo. La parte superior es el depósito que recibirá el café preparado.

Cafeteras de goteo, filtro o percolador.- son eléctricas y tienen un depósito de agua que se calienta y se hace pasar a través del café molido que está depositado sobre un filtro de papel o de malla de aluminio o acero.

Cafetera express.- la cafetera express o espresso es eléctrica y hace pasar agua caliente, regularmente 90° a presión de 8-10 atmósferas por 20 a 30 segundos por café molido muy fino, extrayendo su sabor y esencia.

La preparación básica de esta cafetera es el café expreso, que es muy común en restaurantes y cafés, aunque también se ha extendido últimamente al hogar por medio de las cafeteras express monodosis (por ejemplo, Senseo y Nespresso).

Cafetera express monodosis.- son las cafeteras expreso de moda por ofrecer café en cápsulas monodosis desechables (Nespresso, Tassimo etc.). El complemento de la cafetera es el molinillo de café, con que se muele el grano a un tamaño concreto para cada tipo de cafetera o directamente el café ya molido y últimamente, mucho más cómodas, las cápsulas monodosis de café con cientos de aromas diferentes para elegir.

Descripción del problema

Diagnóstico y situación del problema

¿La carencia de cafeterías tradicionales en el barrio La Vicentina del D.M.Q., genera una demanda insatisfecha en el consumo del producto?

Formulación del Problema

Contribuir con la sociedad con una alimentación eficaz para los clientes cuyos productos sean de la mejor calidad, enfocado a las personas del barrio de la Vicentina del Centro de Quito.

Árbol de problemas

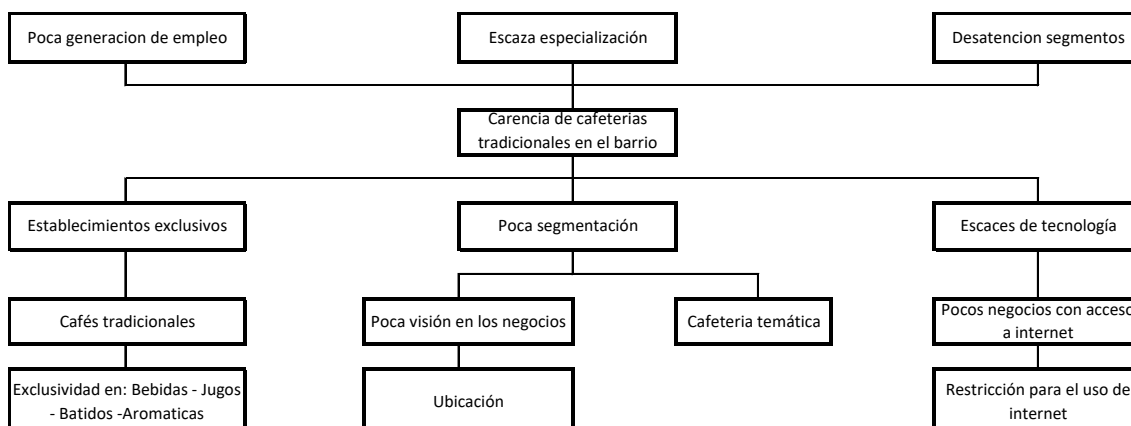


Gráfico 1. Árbol de problemas

Árbol de objetivos

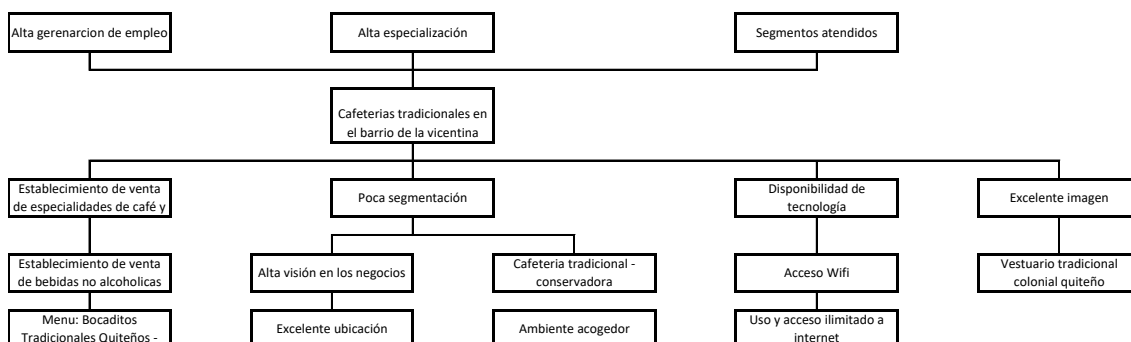


Gráfico 2. Árbol de Objetivos

Análisis de involucrados percibidos

Grupos	Interes	Problemas Percibidos	Mandatos y Recursos
Clientes	Productos de calidad	Demanda insatisfecha	Buena infraestructura
	Buen servicio	Precios altos	Musica tradicional y conservadora
	Lugar acogedor	Elaboración de productos deficiente	Atención personalizado
Proveedores	Productos frescos	Entrega tardía	Pago puntual
	Productos de calidad	Baja oferta de productos indispensables	Compra y consumo recurrente
Administración	Resultados específico	Salarios bajos	Remuneracion adecuado y beneficios de ley
	Optimización de recursos	Escases de clientes	Horarios parciales para crecimiento personal
		Inasistencia del personal	
Competencia	Atraer mayoría de clientes	Insatisfacción alimentaria	Mejorar instalaciones
	Brindar mejor servicio	Mayor competencia en el sector	Mayor diversidad de productos

Cuadro 1. Análisis de Involucrados

Justificación del emprendimiento

La creación de la cafetería representa claramente la oportunidad de rentabilidad, más aun cuando tiene un enfoque innovador y contribuir a la creación de nuevas plazas de

trabajo e incrementar la visita de turistas ofreciendo productos nacionales buscando la aceptación en el mercado

Dado a la gran demanda que existe en la oferta del producto, por parte de la población tanto nacional como internacional que visita nuestra ciudad y con la ubicación privilegiada que se ha planteado el proyecto.

Con instalaciones modernas y un servicio de primera clase, a través de información obtenida de manera primaria y secundaria; se profundizará en las necesidades y gustos del mercado potencial, que aún no ha sido satisfecho. Este tipo de cafetería será uno de los puntos de reunión referentes de los ejecutivos en nuestra ciudad.

La justificación de este proyecto se puede traducir en la motivación del consumo de alimentos saludables, elaboración de recetario tradicional único de la cafetería y también en términos de aporte que pueda brindar el proyecto con el estudio financiero. De ahí que, se detallará por separado cada uno de esos señalamientos.

Contribuir al desarrollo de la ciudad mediante el pago de tasas e impuestos, como al país por medio de generación de plazas de trabajo y aportes al desarrollo de la nación. El barrio es una zona turística con esto contribuiremos con el atractivo de la zona y ciudad

Objetivos

Objetivo General del trabajo

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería tradicional en el barrio La Vicentina en el D.M.Q. A través de fundamentación teórica y diagnóstico situacional, que determine adecuadamente el estudio financiero – administrativo con sustentación en un análisis económico.

Objetivos específicos del trabajo

- I. Crear un estudio con fundamentación teórica a través de técnicas de investigación.
- II. Realizar análisis de mercado con el fin de conocer las preferencias y gustos de los clientes de la zona.

- III. Elaborar un estudio técnico que nos permita optimizar los procesos de producción, para ofrecer productos de calidad
- IV. Elaborar un estudio financiero – administrativo para la atención de los clientes con calidad y precio justo, en favor de las necesidades de los mismos. Para determinar la rentabilidad económica y el adecuado manejo administrativo

Descripción de la empresa

Elementos orientadores:

Nombre comercial:

Chulla Cafeto

Logo:



Imagen 1. Logo

Misión

“Servir a nuestros clientes, con calidez y alegría, en un ambiente original, placentero y con servicio personalizado, con el propósito de satisfacer y superar sus expectativas”.

Visión

“En 5 años ser reconocidos en La Vicentina como la cafetería preferido por los vecinos del sector; gracias a una reputación de atención profesional, organizada, seria y honesta que brinda un valor agregado (plus) en sus productos y servicios, con el propósito de alcanzar la satisfacción completa de sus clientes y empleados ”

Valores

Profesionalismo

Se aplicara con comportamientos y actitudes regidas por normas de respeto, objetividad y efectividad.

Ética

Se aplica acorde a las normas y valores para mejorar el desarrollo de las actividades

Creatividad

Relacionado para su aplicación desde la construcción de ideas y conceptos innovadores con un valor añadido

Equidad

Con su aplicación desde la igualdad de condiciones laborales que engloban tanto deberes y derechos

Alegría

Con relación a la actitud del personal aplicando motivación personal para los colaboradores. *“Atender siempre con una sonrisa”*

Conciencia ecológica

Con la aplicación de abandonar el uso de productos plásticos en general.

Capítulo 1: Análisis del mercado y estrategia comercial

1.1 Análisis de la demanda

Técnicas basadas en la emisión de opiniones

- Encuesta sobre intención de compra
- Opiniones de la fuerza de ventas
- Opiniones de expertos

Técnicas basadas en la observación del comportamiento

- Test de mercado

Técnicas basadas en el estudio de los datos del pasado

- Series temporales

Medias móviles

Alisado exponencial

- Análisis causal

1.1.1 Segmentación del mercado objetivo

Hombres y mujeres

Edad: 18 años hasta 65

1.1.2 Estimación de la población referencial, potencial y demandante efectiva, con su gráfico

Tamaño de la demanda

RANGO DE EDAD	2010 - POBLACION
De 18 años	241.334
De 20 a 24 años	246.050
De 25 a 29 años	238.668
De 30 a 34 años	208.179
De 35 a 39 años	180.504
De 40 a 44 años	154.210
De 45 a 49 años	142.926
De 50 a 54 años	114.613
De 55 a 59 años	94.397
De 60 a 65 años	72.715
TOTAL	1.693.596

Cuadro 2. Población



Imagen 2. Población

El tamaño de la demanda es de 1'693.596 habitante según fuente del INEC de población.

1.1.3 Ubicación

La población referencial para el proyecto se ha considerado la parroquia Itchimbia ubicado en la administración zonal Manuela Saenz, cuya población según el censo del 2010 es de 31,616 habitantes; de los cuales vamos a excluir a los menores de edad (0 a 18 años) que representan el 30.50% de la población y consideramos al 69.50% los cuales son 21,973 personas.

Se va a considerar como segmentos objetivos con calificación A, B y C+ que representan 47.9% y no se va a considerar a los segmentos C- y D que son el 52.1% de la población.

De esta manera tenemos 10,525 personas que representa la población demandante potencial.

Perspectivas de la investigación

La investigación de mercado incluye desde la encuesta y el estudio pormenorizado del mismo hasta elaboración de estadísticas para poder analizar las tendencias del consumidor con respecto al servicio de cafeterías en la ciudad, y de esa manera poder prever las cantidades de aperitivos y localización de mercados más rentables para el servicio, estimación de costos, conocer el porcentaje de participación en el mercado que permita

estimar la demanda del proyecto. El estudio de mercado permitirá tomar decisiones y crear estrategias que produzcan un efecto positivo tanto para el consumidor y para la empresa.

1.1.4 Estimación de la demanda del proyecto (investigación de mercado-encuestas /entrevistas)

Hay varias formas de realizar la investigación de mercado a continuación las siguientes:

Encuestas: realizadas para recabar los datos directos que permiten obtener información de primera mano.

Observaciones: realizadas en el mismo lugar donde operara el negocio.

Exploraciones: que obedezcan a un determinado plan de investigación.

Para este estudio se empleara la **Encuesta** el diseño de la encuesta cumple con las propiedades básicas de: Claridad de lenguaje y respuestas fáciles que no provoquen incomodidad, se pueden utilizar distintos tipos de preguntas:

Abiertas.- el entrevistado puede dar libremente sus respuestas

Cerradas.- el entrevistado puede elegir una o varias.

De orden Múltiple. Se ofrece una serie de repuestas y se pide a los encuetados seleccionar una o varias respuestas.

La encuesta a realizar será diseñada con preguntas cerradas y de selección múltiple, la misma que será aplicada en puntos previstos en el sector de la Vicentina donde será el centro de ubicación de la cafetería.

1.3.1.1 Diseño de la Encuesta

A continuación el diseño que se utilizara en este estudio:

ENCUESTA										
Objetivo:		Realizar un estudio de factibilidad para determinar el nivel de aceptación para la nueva cafetería tradicional, ubicado en el barrio La Vicentina del Distrito Metropolitano de Quito								
Instrucciones:		Responda con veracidad las siguientes preguntas que se presentan a continuación Escoja una sola respuesta								
Fecha:		_____			N° _____					
ANÁLISIS SÓCIO - ECONOMICO										
1) Género:	Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>						
2) Barrio donde vive:	La Floresta	<input type="checkbox"/>	La Vicentina	<input type="checkbox"/>	Guapulo	<input type="checkbox"/>				
3) Edad:	18 - 25	<input type="checkbox"/>	26 - 33	<input type="checkbox"/>	34 - 41	<input type="checkbox"/>	42 - 49	<input type="checkbox"/>	50 a mas	<input type="checkbox"/>
4) Estado Civil:	Soltero	<input type="checkbox"/>	Casado	<input type="checkbox"/>	Divorciado	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>		
5) Profesión:	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Ama de Casa	<input type="checkbox"/>	Negocio Propio	<input type="checkbox"/>	Empleado en relación de dependiente	<input type="checkbox"/>	Jubilado	<input type="checkbox"/>
6) ¿ Cuáles son sus ingresos?	Entre \$292 y \$500	<input type="checkbox"/>	Entre \$501 y \$800	<input type="checkbox"/>	Más de \$801	<input type="checkbox"/>				
INFORMACIÓN DE ACTITUD HACIA EL SERVICIO										
7) ¿Es el café una de sus bebidas preferidas?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	A veces	<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>		
8) ¿ Qué tan seguido toma café?	A diario	<input type="checkbox"/>	Varias veces a la semana	<input type="checkbox"/>	Una vez a la semana	<input type="checkbox"/>	Dos veces a la semana	<input type="checkbox"/>	Una vez al mes	<input type="checkbox"/>
9) ¿A qué hora del día toma café?	En la mañana	<input type="checkbox"/>	En la tarde	<input type="checkbox"/>	En la noche	<input type="checkbox"/>				
10) ¿Cuál de las siguiente opciones es su bebida preferida?	Agua	<input type="checkbox"/>	Expresso	<input type="checkbox"/>	Capuccino	<input type="checkbox"/>	Jugos	<input type="checkbox"/>	Batidos	<input type="checkbox"/>
11) ¿ Cuántas veces acude a una cafetería?	Nunca	<input type="checkbox"/>	Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	Dos vez al mes	<input type="checkbox"/>	Una vez a la semana	<input type="checkbox"/>	Dos vez a la semana	<input type="checkbox"/>
12) ¿ Cuándo visita una cafetería quien lo acompaña?	Viena solo	<input type="checkbox"/>	Pareja	<input type="checkbox"/>	Familia	<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>		
13) ¿ Cuánto tiempo permanece en una cafetería?	10 minutos	<input type="checkbox"/>	15 minutos	<input type="checkbox"/>	30 minutos	<input type="checkbox"/>	1 hora	<input type="checkbox"/>	2 - 3 horas	<input type="checkbox"/>
14) ¿ Qué prioriza en una cafetería?	Estructura	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>	Precio	<input type="checkbox"/>	Servicio	<input type="checkbox"/>		
15) ¿ Cuánto suele gastar en una cafetería?	\$5 - \$10	<input type="checkbox"/>	\$11 - \$16	<input type="checkbox"/>	\$17 - \$22	<input type="checkbox"/>	Mas de \$23	<input type="checkbox"/>		
16) ¿ A través de que medio le gustaria recibir información del servicio de la nueva cafetería?	Televisión	<input type="checkbox"/>	Prensa	<input type="checkbox"/>	Mail	<input type="checkbox"/>	Volantes	<input type="checkbox"/>	Vallas Publicitarias	<input type="checkbox"/>
17) En el sector indicado, ¿qué cafetería preferentemente visitas?	_____									
18) ¿ Estás dispuesto a ser parte de nuestra base de clientes?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>						
Si su respuesta es sí, nos podría proporcionar una referencia para establecer contacto con usted:										

Cuadro 3. Diseño de la Encuesta

1.1.5 Cuadro de salida y presentación de los resultados

El levantamiento de la información se recogió a través de la encuesta correctamente formulada y aplicada a los posibles consumidores del servicio y producto que brindara la nueva cafetería.

1.1.6 Resultados de la encuesta

A continuación se presentan los cuadros y gráficos estadísticos obtenidos:

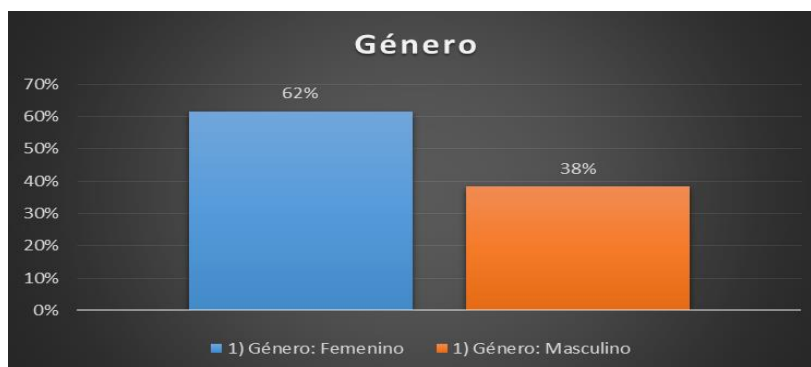


Gráfico 3 Género

Interpretación:

Se ha mostrado de acuerdo a la investigación que la mayoría de personas encuestadas son de género femenino (62%) y masculino (38%).

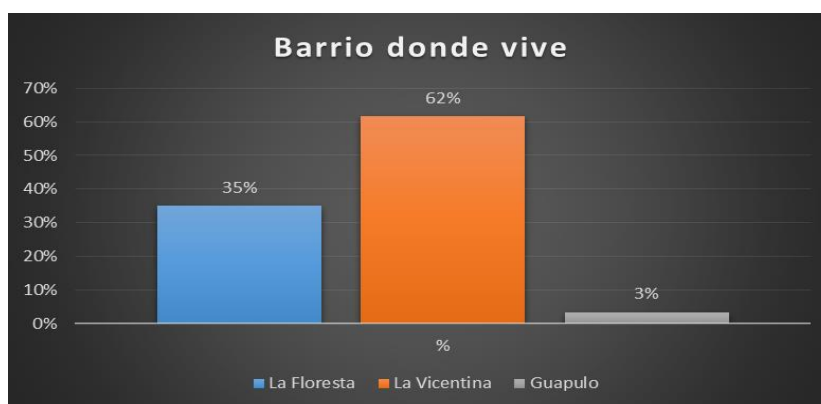


Gráfico 4 . Barrio donde vive

Interpretación:

Se ha mostrado de acuerdo a la investigación que la mayoría de personas encuestadas se encuentran domiciliados en los siguientes barrios:

* La Vicentina (62%)

* La Floresta (35%)

* Guapulo (3%)

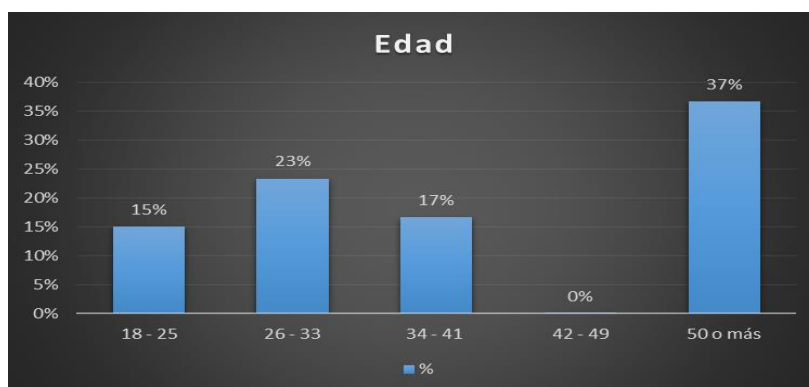


Gráfico 5. Edad

Interpretación:

Se ha mostrado de acuerdo a la encuesta que poseemos un alto índice de clientes potenciales en un rango de edad de 18 a 50 o más años de edad.

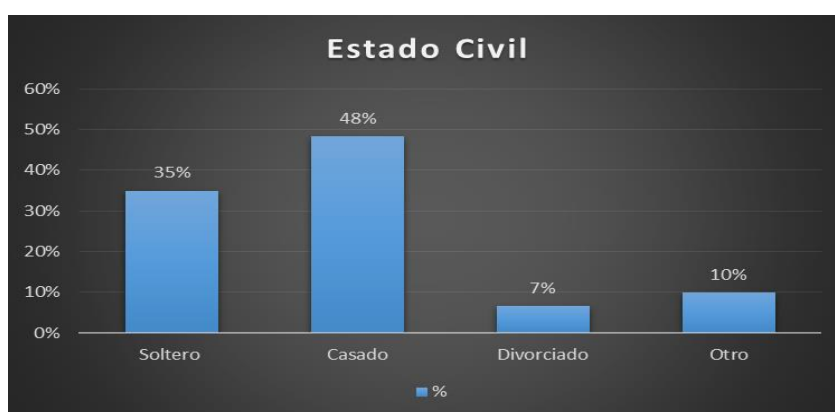


Gráfico 6. Estado Civil

Interpretación:

Se ha mostrado de acuerdo a la investigación que la mayoría de personas encuestadas poseen el siguiente estado civil:

* Casado (48%)

* Soltero (35%)

* Divorciado (7%)

* Otro (10%)



Gráfico 7. Profesión

Interpretación:

Se ha mostrado de acuerdo a la investigación que la mayoría de personas encuestadas poseen las siguientes profesiones:

* Empleado en relación de dependencia (37%)

* Negocio Propio (37%)

* Estudiante (12%)

* Ama de Casa (7%)

* Jubilado (8%)

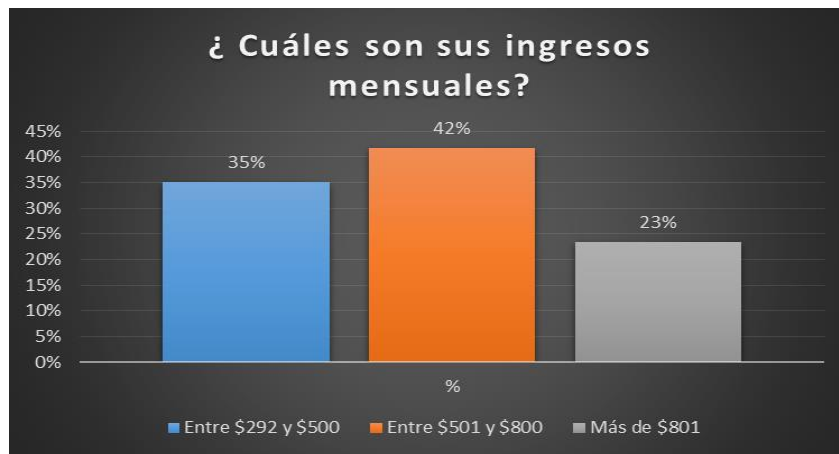


Gráfico 8. Profesión

Interpretación:

Se ha mostrado de acuerdo a la investigación que las personas encuestadas poseen los siguientes ingresos mensuales:

- * Entre \$501 y \$800 (42%)
- * Entre \$292 y \$500 (35%)
- * Más de \$801 (23%)

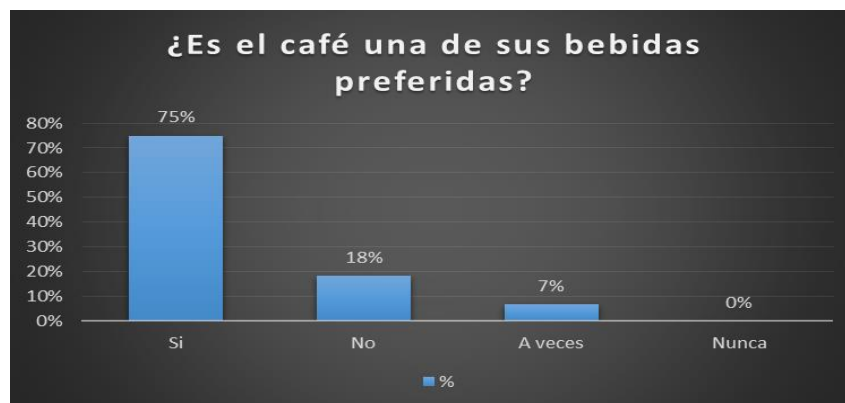


Gráfico 9. ¿Es el café una de sus bebidas preferidas?

Interpretación:

Se ha evidenciado acorde a la investigación que la mayoría de personas encuestadas tiene dentro de sus preferencias de bebida el café con un (75%), no consume (18%); a veces (7%). Los resultados nos indican que tendremos una gran acogida.

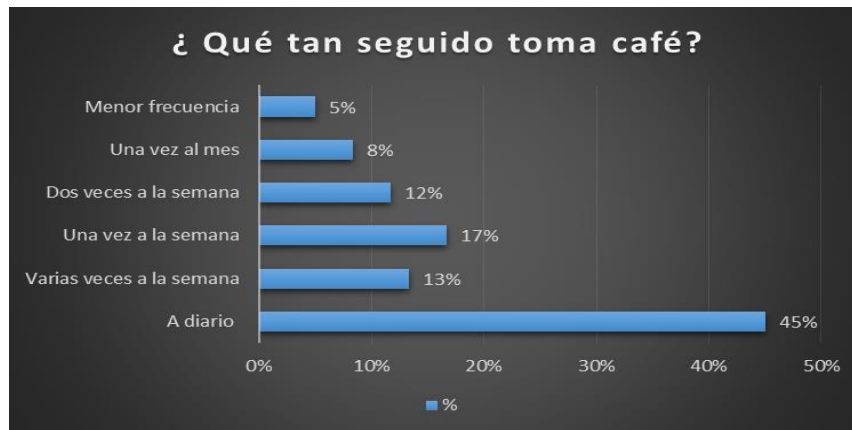


Gráfico 10. ¿Qué tan seguido toma café?

Interpretación:

Se ha comprobado afín a la investigación que la mayoría de personas encuestadas consumen café con la siguiente frecuencia:

- * A diario (45%)
- * Una vez a la semana (17%)
- * Varias veces a la semana (13%)
- * Dos veces a la semana (12%)
- * Una vez al mes (8%)
- * Menor frecuencia (5%)



Gráfico 11. ¿A qué hora del día toma café?

Interpretación:

De acuerdo a la investigación la mayoría de los encuestados consumen café en los siguientes horarios:

- * En la mañana (66%)
- * En la tarde (18%)
- * En la noche (16%)

Esto nos deja como resultado que debemos tener una organización adecuada en nuestros horarios de atención.

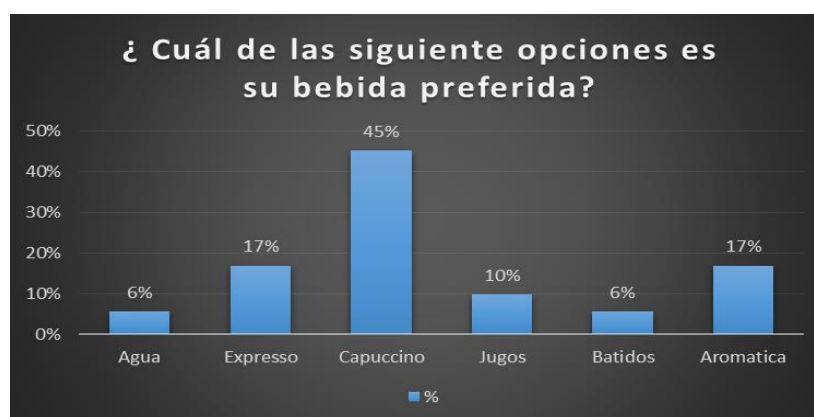


Gráfico 12. ¿Cuál de las siguientes opciones es su bebida preferida?

De acuerdo a la investigación nos da como preferencia en clase de café los siguientes resultados:

- * Cappuccino (45%)
- * Espresso (17%)
- * Aromática (17%)
- * Jugos (10%)
- * Agua (6%)
- * Batidos (6%)

Lo que nos indica que la preferencia se inclina mucho por el café cappuccino y tenemos la información para la diversidad de los productos a ofertar.

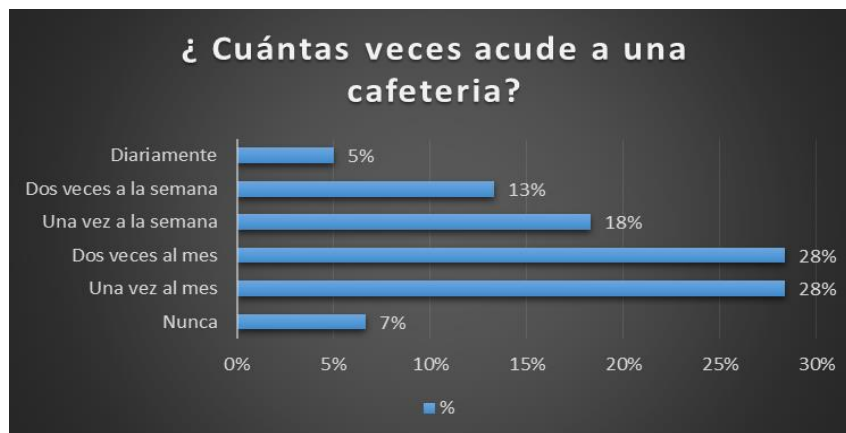


Gráfico 13. ¿Cuántas veces acude a una cafetería?

Interpretación:

De acuerdo a la investigación poseemos la información que la mayoría de encuestados frecuentan las cafeterías en este rango:

- * Una vez al mes (28%)
- * Dos veces al mes (28%)
- * Una vez a la semana (18%)
- * Dos veces a la semana (13%)
- * Nunca (7%)
- * Diariamente (5%)

Esto nos indica que debemos implementar estrategias para atraer mas clientes con concurrencia figa (fidelizar al cliente).

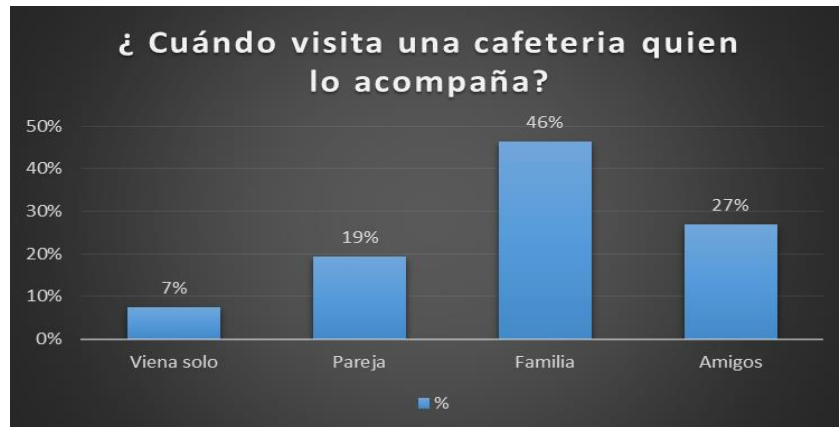


Gráfico 14. ¿Cuándo visita una cafetería quien lo acompaña?

Interpretación:

De acuerdo a la investigación disponemos la información que la mayoría de encuestados visitan las cafeterías con relación al siguiente rango:

- * Familia (46%)
- * Amigos (27%)
- * Pareja (19%)
- * Viene solo (7%)

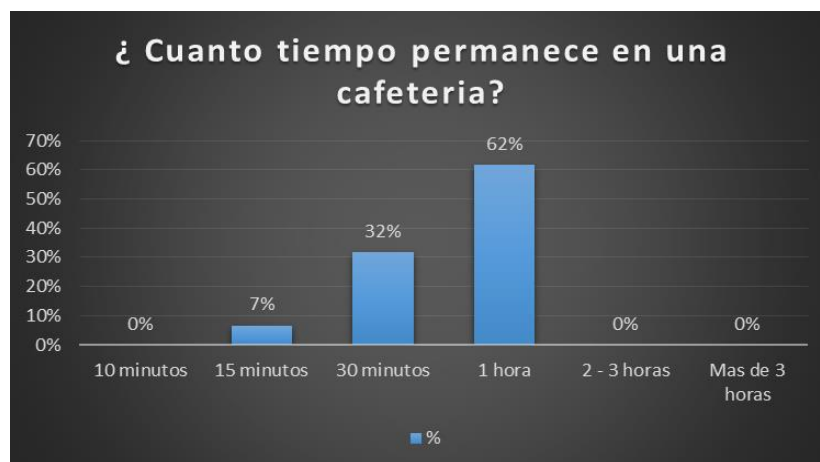


Gráfico 15. ¿Cuánto tiempo permanece en una cafetería?

Interpretación:

De acuerdo a la investigación disponemos la información que la mayoría de encuestados permanecen en las cafeterías el siguiente tiempo:

- * 1 hora (62%)
- * 30 minutos (32%)
- * 15 minutos (7%)

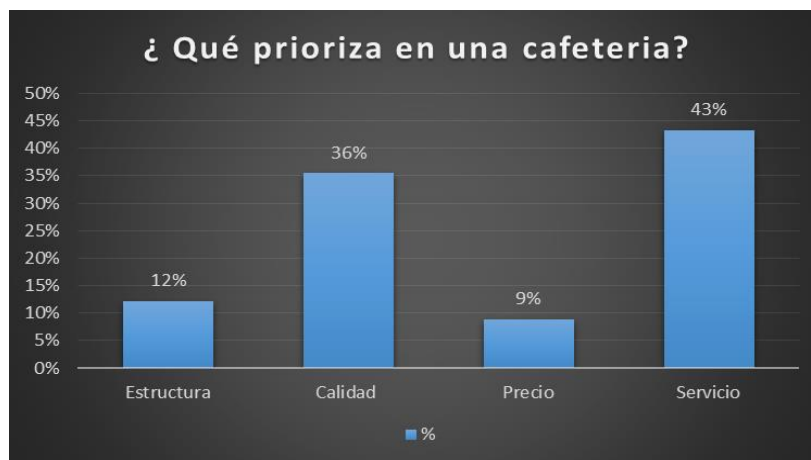


Gráfico 16, ¿Qué prioriza en una cafetería?

Interpretación:

De acuerdo a la investigación disponemos la información que la mayoría de encuestados priorizan las siguientes características en las cafeterías el siguiente tiempo:

- * Servicio (43%)
- * Calidad (36%)
- * Estructura (12%)
- * Precio (9%)

Acorde al estudio podremos implementar un plan adecuado para las exigencias de los clientes.

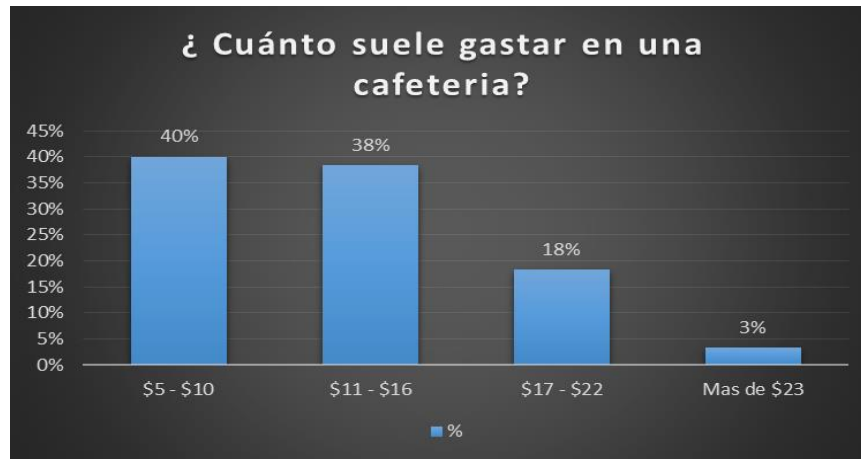


Gráfico 17. ¿Cuánto suele gastar en una cafetería?

Interpretación:

De acuerdo a la investigación la información nos indica que la mayoría de encuestados gastaría en una cafetería los siguientes montos:

- * \$5-\$10 (40%)
- * \$11-\$16 (38%)
- * \$17-\$22 (18%)
- * Más de \$23 (3%)

Acorde al estudio podremos establecer precios de nuestros productos que estén al alcance de los clientes

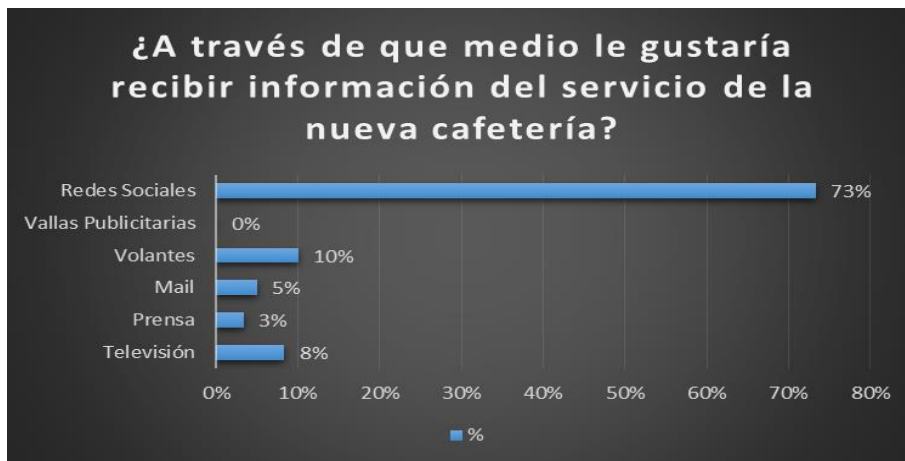


Gráfico 18. ¿A través de que medio le gustaría recibir información del servicio de la nueva cafetería?

De acuerdo a la investigación la información nos indica que la mayoría de encuestados le gustaría recibir información del servicio por los siguientes medios:

- * Redes Sociales (73%)
- * Volantes (10%)
- * Televisión (8%)
- * Mail (5%)
- * Prensa (3%)

De acuerdo al estudio se definiría el tipo de estrategia de marketing para difundir nuestro servicio

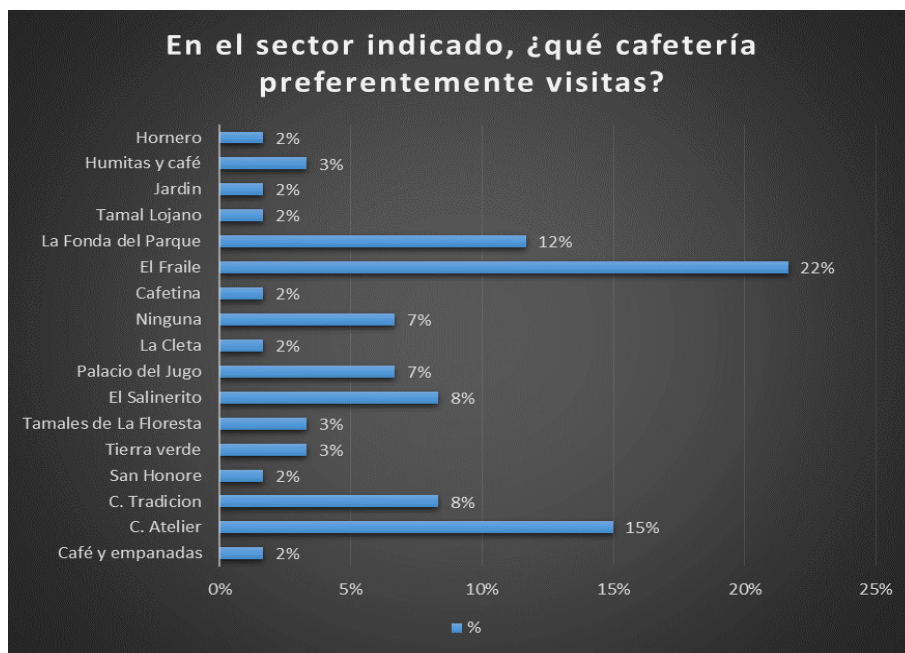


Gráfico 19. En el sector indicado, ¿qué cafetería preferentemente visitas?

Interpretación:

De acuerdo a la investigación la información nos indica que la mayoría de encuestados prefieren visitar las siguientes cafeterías en el sector:

- * El Fraile (22%)
- * Atelier (15%)
- * La Fonda del Parque (12%)

De acuerdo al estudio tenemos definido nuestra competencia inmediata

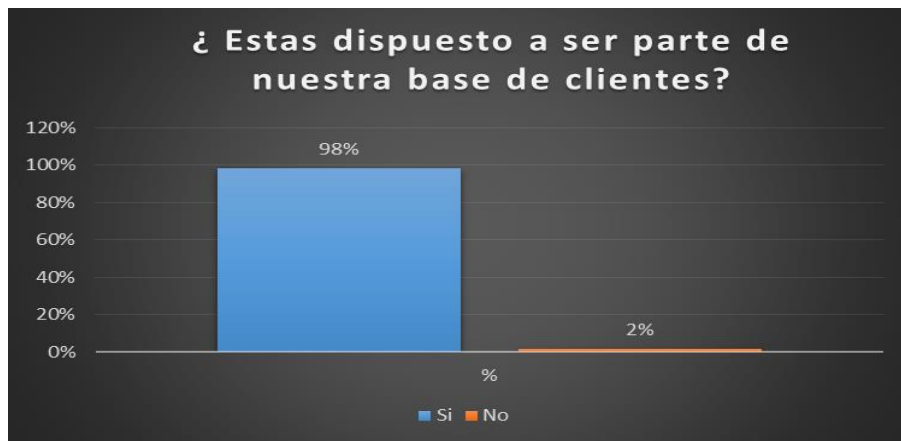


Gráfico 20. ¿Estás dispuesto a ser parte de nuestra base de clientes?

Interpretación:

Se ha mostrado de acuerdo a la investigación que la mayoría de personas encuestadas están dispuestas a ser parte de nuestra base de clientes Si (98%) y No (2%).

1.2 Análisis de la oferta

1.2.1 Análisis de los competidores

El análisis de la competencia es el análisis de las capacidades, recursos, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores de una empresa, que se realiza con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible.

Realizar el análisis de la competencia no solo nos permite estar prevenidos ante las nuevas acciones o estrategias de nuestros competidores, sino también aprovechar sus falencias o debilidades, bloquear o hacer frente a sus virtudes o fortalezas, y tomar como referencia sus productos o las estrategias que mejores resultados les estén dando.

Cafeterias	Principales fortalezas	Principales debilidades	Principales estrategias
"El Secreto de El Fraile"	Buena calidad del producto	Falta de capacidad para mantener precios bajos	Activa participación en redes sociales
Cafeteria " Atelier "	Variedad de diseños	Horario de atención	Precios moderados
" La Fonda del Parque "	Buena ubicación	Poca calidad de sus insumos	Especialización en un tipo de producto

Cuadro 4. Análisis de competidores

1.2.1.1 Análisis y Estrategias

- Al analizar la información recolectada de nuestros competidores descubrimos que no pueden mantener sus precios bajos debido a sus altos costos de operación o a que nos son productores como nosotros, podríamos tomar la decisión de reducir nuestros precios con el fin de bloquearlos y ganarles mercado.
- Al analizar la información recolectada llegamos a la conclusión de que uno de sus puntos débiles es la poca calidad de sus insumos y el pobre diseño de sus productos, podríamos tomar la decisión de mejorar la calidad de nuestros insumos y enfocarnos en el diseño de nuestros productos con el fin de darles un mayor valor que el de los suyos.
- Descubrimos que un mercado no está siendo tomado en cuenta por ellos a pesar de tratarse de un mercado atractivo, podríamos tomar la decisión de apuntar hacia dicho mercado
- Descubrimos que una de sus estrategias publicitarias les está dando buenos resultados, podríamos tomar como referencia dicha estrategia y adaptarla a nuestro negocio

1.2.2 Determinación de la oferta

La oferta es la función continua que relaciona dos variables: el precio y la cantidad de un bien, grupo o canasta de bienes en un periodo y en un instante de tiempo. En una función, la variable dependiente es la cantidad ofertada del bien ya que esta depende de lo que ocurre con el precio. Por lo tanto, la variable independiente es el precio del bien ofertado el cual, al asumir valores, determina la cantidad ofertado.

Los determinantes son:

1. El precio del bien analizado
2. Cambio en los objetivos de los productores
3. Variaciones en los costos de producción
4. Cambios en la tecnología
5. Variaciones en el precio de otros bienes

1.2.3 Estimación de la demanda insatisfecha

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

1.2.4 Calculo de la demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha se obtiene con una simple diferencia, del balance oferta-demanda, y con los datos proyectados, se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.

La mayoría de los miles de productos existentes no se cuenta con suficiente dato de oferta y demanda. En las estadísticas ese dato solo aparece como unidades producidas y es así como se interpreta la oferta y demanda. Esto conduce al problema de la demanda insatisfecha.

Tenemos como referencias las 10,525 personas que representan la población demandante potencial, luego debemos tomar en cuenta las respuestas a la encuesta realizada a los consumidores potenciales; en este caso en la pregunta 17 el 98% mostraron interés en ser futuro clientes, lo que nos da un estimado de 10,314 personas que representan la población demandante efectiva.

Según los resultados de la encuesta en la pregunta 12, la frecuencia de consumo es de 3,6 veces por mes.

Indicador	Porcentaje	Ponderado	Promedio
Diario	5	20	1
Dos veces a la semana	13	8	1,04
Una vez a la semana	18	4	0,72
Dos veces al mes	28	2	0,56
Una vez al mes	28	1	0,28
Nunca	7	0	0
			3,6

Cuadro 5. Frecuencia de consumo

Considerando la respuesta a la pregunta 15, se puede calcular que la facturación promedio de una persona es de 12,1 dólares

Indicador	Porcentaje	Ponderado	Promedio
5 a 10	40	7,5	3
11 a 16	38	12,5	4,75
17 a 22	18	19,5	3,51
Más de 23	3	28	0,84
			12,1

Cuadro 6. Facturación promedio

De tal forma que la demanda se puede calcular de la siguiente manera:

$\text{Demanda (USD)} = \text{Población Demandante Efectiva} * \text{Frecuencia de Consumo} * \text{Consumo Promedio}$

$\text{Demanda} = 10,314 * 3,6 * 12 * 12,1$

$\text{Demanda} = 5'391.334,04 \text{ USD}$

En el sector estudiado la demanda en dólares es de 5'391.334,04, que lo consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios.

1.3 Análisis de Precio

1.3.1 Determinación del costo estimado de materiales por cada producto

Disponibilidad de equipos:

La inversión en equipos comprende todos aquellos rubros que intervendrán en la operación normal de la cafetería, mediante la cotización con diferentes proveedores con el fin de minimizar los costos del proyecto.

La inversión de equipos comprende los siguientes rubros:

- Equipo de cocina, computación y oficina
- Microondas LG
- Dispensador automático de tres bebidas CECILWARE GB2M10IT
- Máquina para café expreso y cappuccino bomba 15lbElectronic
- Maquina café expreso EXPOBAR – con molino y filtro
- Refrigeradora Indurama
- Licuadora Oster 3 velocidades
- Licuadora Oster 3 velocidades
- Extractor de jugo Black&Deker
- Equipo de computación HP
- Impresora HP
- Equipo de oficina
- Teléfono Panasonic
- Caja registradora

Disponibilidad de mobiliario:

Comprende aquellos rubros que intervendrán en la operación normal del proyecto mediante la cotización con diversos proveedores con el fin de minimizar costos, comprenden de:

- Mesa cuadrada de madera con 4 sillas
- Estanterías
- Escritorio
- Silla reclinable
- Vitrina
- Mesa de acero inoxidable 2m x 60cm
- Mueble para caja registradora
- Archivadores

Disponibilidad de materia prima insumos y otros:

Se refiere a la inversión en recursos materiales, insumos y servicios necesarios para la instalación y puesta en marcha del proyecto. La disponibilidad de estos es indispensable para el funcionamiento de la cafetería. Estos recursos son:

Materia prima y productos elaborados

- Café
- Azúcar
- Leche
- Crema de leche en polvo
- Leche evaporada
- Chocolate en polvo
- Café en tarro
- Chocolate en barra paquete
- Jugos Diversos
- Agua sin gas botellón
- Sanduches
- Mostaza
- Mayonesa
- Mortadela
- Jamón
- Pechuga
- Queso holandés
- Tocino
- Pan Baguette
- Aderezos
- Orégano
- Limón
- Vinagre

- Sabores de agua aromática
- Te de limón
- Utensilios
- Tazas, platos y jarros de cerámica corona
- Cucharas pequeñas y grandes metálicas
- Vasos térmicos pequeños y grandes
- Vasos de vidrio
- Cucharas pequeñas plásticas
- Azucareros
- Juego de cubiertos y cuchillos
- Servilletas pequeñas
- Tabla de plástico

Disponibilidad de recurso humano

La mano de obra constituye un importante recurso en la operación del proyecto. Por lo tanto es necesario identificar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere, así como determinar su respectiva remuneración

- Personal de servicio
- Chef
- Ayudante de cocina
- Mesero
- Administrativo
- Administrador / Cajero
- Contador externo

1.3.2 Determinación de precios sugeridos por producto

Productos	Precios
Café Tradicional	\$ 0,65
Café Capuccinno	\$ 0,70
Chocolate	\$ 1,00
Té - Aromática	\$ 0,50
Jugos	\$ 0,90
Morocho	\$ 0,90
Sanduches	\$ 0,90
Humitas	\$ 0,50
Tamal	\$ 0,65
Quimbolito	\$ 0,50
Tostado con chicharon	\$ 0,75
Buñuelos con miel	\$ 0,50
Higos con queso	\$ 0,50
Empanadas	\$ 0,65

Cuadro 7. Determinación de precios sugeridos por producto

1.4 Análisis de la competencia y comercialización

1.4.1 Análisis de Porter

Antes de hablar de las **5 fuerzas de Porter**, tenemos que hablar de Michael Eugene Porter, uno de los mejores economistas de todos los tiempos, su fuerte son los temas de economía y gerencia. Él nació en Norteamérica en 1947 y es el creador de las 5 fuerzas de Porter.

A día de hoy, Porter es un afamado profesor en Harvard, institución en el cual enseña el método que él mismo desarrolló por medio de la estrategia de marketing para empresas. Gracias a sus aportes al mundo de los negocios, hoy en día se conoce la gerencia estratégica por medio de la cual se desarrollan una serie de ventajas para que cualquier negocio sea **competitivo**.

Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado,

no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste.

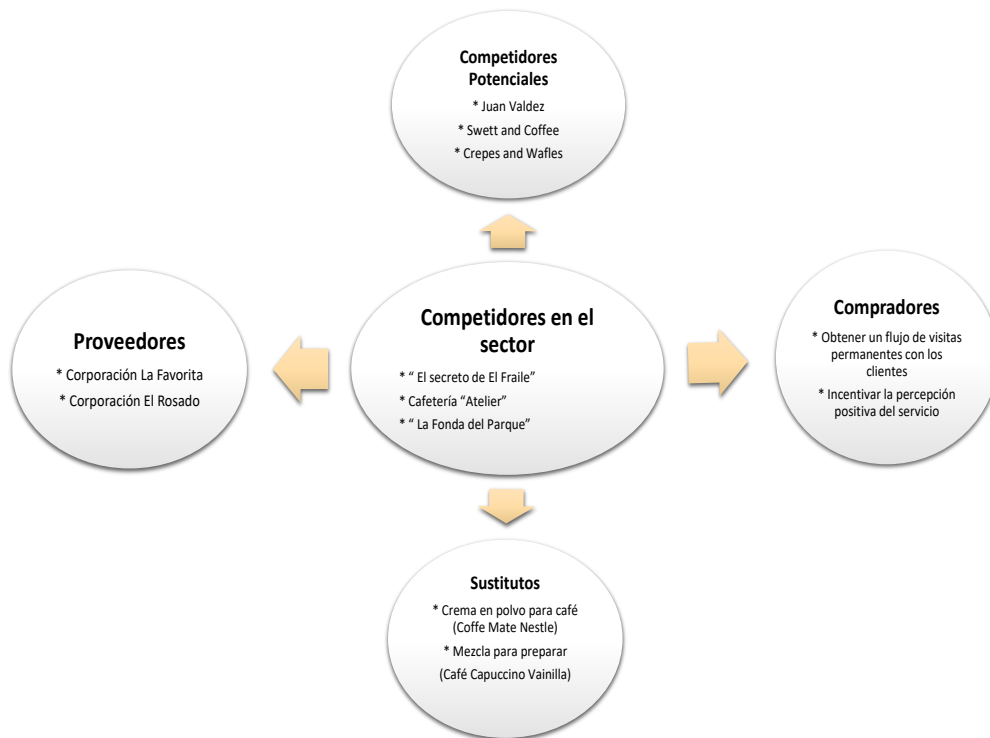


Gráfico 21. Análisis de Porter

1.4.2 Estrategia de comercialización (las 4 p del mercado)

1 Producto

- 1 Servicio de cafetería que oferta productos de comida tradicional quiteña
- 2 Aroma a ganancias, los clientes saben que encontrarán mezclas muy diferentes y a su gusto y que cumplen con estándares de calidad. Innovar en el menú, aunque se sirva bebidas tradicionales (americano, capuchino, morocho aguas aromáticas), ajustaremos el menú a las necesidades de cada cliente. Así, podemos ofrecer leche light o deslactosada, miel y edulcorantes, mostrando así variedad en nuestros productos.

- 3 Promover alternativas sanas; siendo el café nuestro producto trascendental, se ofrecerá variedad de productos para los que no consumen por cuestiones médicas. Té, infusiones de té negro, verde, frutales (hiervas naturales).
- 4 La preocupación por cuidar el peso ha propiciado una reducción en el tamaño de la bebida y alimentos, por lo que el cambio de "grande y caro" a "chico y de mejor calidad" puede funcionar, sobre todo con un cliente selectivo.
- 5 Plaza
- 6 El lugar donde está localizada la cafetería es una zona de alta afluencia de personas debido a que es una zona comercial y céntrica. Existen una gran variedad de negocios, además de ser sector de consultorios y oficinas. Cerca del local se encuentra el Parque Juan Navarro, La Concentración Deportiva de Pichincha, Coliseo General Rumiñahui

2 Precio

Los precios ya fueron detallados. Los cuales tienen la cualidad de ser competitivos

3 Promoción

Se creará conciencia e interés en el producto fomentando el consumo de productos nacional y de tradición quiteña

Se realizara publicidad por redes sociales y banners promocionales en las instalaciones

Realizar publicidad directa con cupones de descuentos, promociones diarias y productos de cortesía

Se implementara un website que incluya: servicio a domicilio, promociones diarias, combinaciones al gusto del cliente y reservaciones.

1.4.3 Presupuesto de publicidad

Inicial:

Se realizara un evento de inauguración con el siguiente presupuesto:

Presupuesto de Inicial	
Alquiler de audio	\$ 100,00
Entretenimiento	\$ 120,00
Animación	\$ 100,00
Impulsadores (2)	\$ 100,00
Decoración	\$ 50,00
Bocaditos	\$ 30,00
Total	\$ 500,00

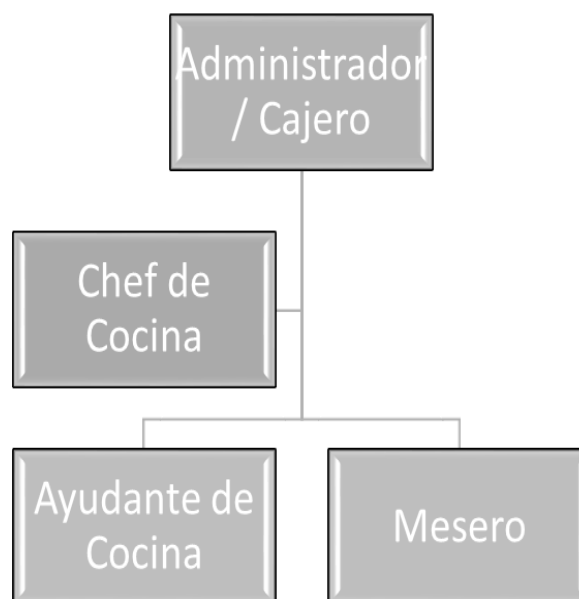
Cuadro 8. Presupuesto Inicial

Mantenimiento:

Presupuesto de Mantenimiento	
Página web	\$ 150,00
Mantenimiento	\$ 25,00
Total	\$ 175,00

Cuadro 9 Presupuesto de mantenimiento imagen publicitaria

1.4.4 Cuadro del personal del área comercial requerido



Cuadro 10. Cuadro del personal del área comercial requerido

1.4.5 Presupuesto de inversiones comerciales

Bienes materiales	
Maquinaria para fabricar los productos	\$ 2.000,00
Utensilios	\$ 100,00
Equipos informáticos	\$ 1.000,00
Equipos electrónicos	\$ 1.500,00
Vehículo	\$ 10.000,00
Total	\$ 14.600,00
Derechos duraderos o inversiones	
Página web	\$ 150,00
Patente	\$ 100,00
Total	\$ 250,00
Gastos para funcionamiento de la empresa	
Constituir legalmente la empresa	\$ 1.030,00
Publicidad	\$ 100,00
Inauguración	\$ 500,00
Garantía local	\$ 600,00
Total	\$ 2.230,00
Capital de trabajo	
Materias primas	\$ 1.500,00
Mercaderías	\$ 1.000,00
Salarios personal	\$ 12.000,00
Seguro social	\$ 1.130,00
Servicios básicos	\$ 500,00
Mantenimiento	\$ 150,00
Total	\$ 16.280,00
Totales	\$ 32.760,00

Cuadro 11. Presupuesto de inversiones comerciales

CAPITULO 2: ANÁLISIS TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

2.1 Análisis de ubicación

2.1.1 Macro localización

De acuerdo al análisis de macro entorno para una cafetería que ofrece bocaditos tradicionales en el barrio La Vicentina en el D.M.Q. el factor económico según datos recopilados del PIB nos ubicamos en el sector de Comercio que es el 13,6%, a lo cual para el estudio a realizarse se tomara una muestra para el análisis de Riesgo País al corte 11 de Junio 2019 nos encontramos en 671 y tiende a la baja, fuente BCE.

2.1.2 Micro localización

Nuestro producto tiene gran competencia de acuerdo a la ubicación, dado a que se encuentra en sitio donde hay muchos ofertantes de este tipo de productos, pero no con la manera innovadora de organización que se plantea.

Relacionando los dos aspectos se ha tomado la decisión de establecerse en un escenario neutral porque existe mucha competencia en el mercado, de ahí que se recomienda no invertir mucho para el estudio

2.2 Mapa de ubicación



Imagen 3. Mapa de Ubicación

2.3 Proceso de Producción

2.3.1 Justificar la Capacidad instalada dibujo distribución del local

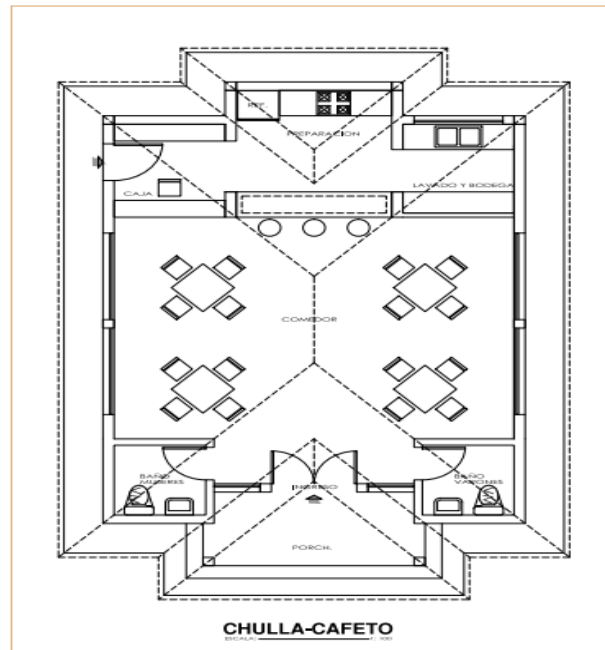


Imagen 4. Distribución del local

2.3.2 Maquinaria requerida

Cafetera profesional

Invierte en un buen equipo que te permita atender la demanda de tus clientes. Algunas de las características en las que debes fijarte son la potencia, bares de presión y capacidad de agua. Las cafeteras profesionales tienen opción para preparar distintos tipos de cafés.

Molinillos para almacenar café

Es indispensable tener un molinillo para hacer café. Este te servirá para almacenar el café cerca de la cafetera, de manera que aceleras el trabajo dentro del negocio.

Exprimidor de zumos

Para complacer el gusto de todos, necesitarás una de estas máquinas. De esta manera podrás ofrecer zumo natural, una opción más saludable a los que vienen envasados.

Refrigerador

Un refrigerador te permitirá mantener la frescura de estos alimentos. El tamaño dependerá de tu negocio y las necesidades que tengas.

Máquinas de hielo

Hay personas a las que les gustan los zumos a temperatura ambiente. Pero, si atiendes público internacional, sabrás que algunos pedirán hielo en su bebida. Tienes que estar preparado para estos casos y poder complacer a la clientela.

Tostadora

Un servicio de desayuno no estaría completo sin unas tostadas para acompañar el café. Compra una tostadora que sea sencilla de utilizar para complementar los equipos que tienes en la cafetería.

Vitrina refrigeradora

Esta es útil para exponer ciertos alimentos ante los clientes, además de mantener la temperatura de ciertos suministros. Te servirá para **ofrecer mayor variedad de productos** a quienes vayan a desayunar a la cafetería o que en algún momento del día deseen una pequeña merienda. Controla bien la temperatura de la vitrina refrigeradora para que se ajuste a la que necesitan los alimentos que mantendrás en ella.

Fregadero y lavavajillas

Estos son dos equipos distintos. El fregadero te servirá para un lavado de los utensilios que utilizas en la cocina. También para ir colocando todo el menaje mientras llega el momento de colocarlos en el lavavajillas. Por otra parte, el lavavajillas es muy útil porque es más rápido lavar todo en este. Además, a diferencia del fregadero, en este no tendrás que ocupar a ninguno de los trabajadores en la limpieza del menaje, porque la máquina hará todo el trabajo. Tiene que ser un equipo de mucha calidad ya que pasará mucho tiempo en funcionamiento.

Utensilios para baristas

Hacer ^{café} se ha convertido en un arte que exige una bebida de alta calidad. Para esto se utilizan distintos ingredientes como licores, diferentes tipos de leches y esencias. La persona que se prepara para hacer este tipo de bebidas es el barista, pero no puede hacer este trabajo sin los accesorios adecuados. Por eso, además de los equipos para la cafetería, también deberás comprar **accesorios para baristas**. Tenerlos a tu disposición puede hacer la diferencia entre un café sencillo y uno de gran calidad que atrape a tus clientes.

Kit para hacer cappuccino

Una de las peticiones más comunes en cualquier cafetería es el *cappuccino*. Aunque hay máquinas que pueden preparar este tipo de café, el barista también lo puede hacer con un kit que incluya los accesorios básicos como la jarra de leche y un regulador de temperatura y presión. Algunos de estos kits también tienen un dosificador de azúcar.

Kit para arte del latte

Seguro en algún momento has recibido un café con una ingeniosa decoración hecha con la leche o la crema. A esto se le conoce como arte del *latte* y requiere, además de preparación, los implementos necesarios. Puedes marcar la diferencia en tu cafetería ofreciendo café con estas decoraciones. Estos kits suelen traer jarras lecheras, espolvoreadores, plantillas, lápices para dibujar en la leche y tamper.

Prensadores de café o tamper

Los prensadores de café son un accesorio muy útil para complementar la preparación de la vista. Con esta herramienta se puede compensar el molido de los granos de café, prensando más o menos según el grano esté muy grueso o muy fino.

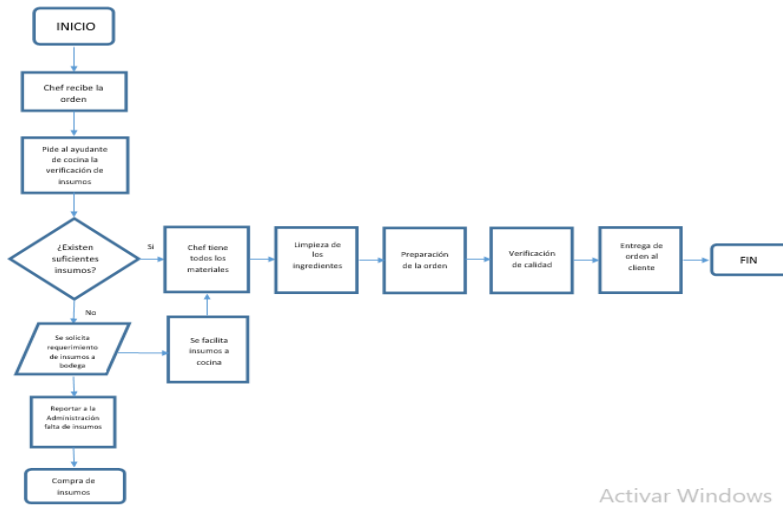
Espumadores

Algunos tipos de café como el cappuccino se sirven con cierta cantidad de espuma. Son jarras especiales que vienen en diferentes tamaños y se utilizan para vaporizar la leche.

Accesorios multiuso

Este tipo de herramientas las pueden utilizar para ajustar los tubos vaporizadores, como calibrador o como canasta para el portafiltro.

2.3.3 Descripción del proceso y flujograma de procesos



Cuadro 12. Descripción del proceso y flujograma de procesos

2.3.4 Materia prima o insumos requeridos

Café	Azúcar	Leche Entera	Crema de Leche	Leche Evaporada
Chocolate en polvo	Café de envase	Chocolate en barra	Jugos (variedad de frutas)	Pan Baguette
Salsas	Queso Holandés	Tocino	Especias	Té Limón
Morocho	Harina de maíz	Tostado	Choclo	Harina
Higo	Miel	Queso	Chicharrón	Agua

Cuadro 13. Materia prima o insumos requeridos

2.3.5 Detalle de costos y gastos de producción para un mes de operación

Costos Directos	
Materia prima	\$ 1.500,00
Mano de obra directa	\$ 1.800,00
Total	\$ 3.300,00
Costos Indirectos	
Arriendo	\$ 300,00
Servicios básico	\$ 80,00
Movilización (Combustible)	\$ 80,00
Publicidad	\$ 175,00
Varios (Suministros e internet)	\$ 250,00
Total	\$ 885,00
Totales Cd + Ci	\$ 4.185,00

Cuadro 14. Detalle de costos y gastos de producción para un mes de operación

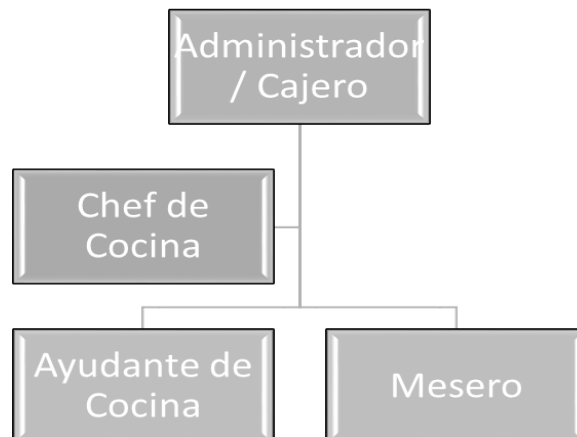
2.3.6 Detalle del personal de producción

Personal de Producción	
Chef	\$ 500,00
Ayudante de cocina	\$ 400,00
Total	\$ 900,00

Cuadro 15. Detalle del personal de producción

2.4 Análisis de la organización

2.4.1 Organigrama propuesto



Cuadro 16. Organigrama propuesto

Se representa las funciones de cada persona o área al que pertenecen, a continuación se detallan las funciones:

- Administrador / Cajero

Publicidad para el establecimiento

Facilitar la capacidad y motivación de los clientes

Autorizar la adquisición de nuevos equipos

Planear, organizar, implantar, dirigir, controlar y evaluar las actividades de la cafetería

Implantar políticas y procedimientos para el funcionamiento de la cafetería

Establecer horarios de trabajo respectivos

Revisar y evaluar continuamente el desempeño del personal

Revisar propuestas mensuales

Realizar cobro de cheques o efectivo

Manejo de tarjetas de crédito

Realizar factura y anulación de las mismas

Enviar proformas a los clientes

Control de ingresos y egresos

Cuadre y cierre de caja

- Chef

Supervisar el servicio que se presta dentro de la cafetería

Diseñar, revisar y modificar el menú

Satisfacer las necesidades y expectativas del cliente

- Ayudante de cocina

Manipulación correcta de los alimentos y bebidas

Satisfacer las necesidades y expectativas del cliente

Controla e informa al cocinero que la despensa esta surtida

Limpieza de instalaciones

Equipamiento y utensilios de cocina

- Mesero

Preparación de lugar de trabajo

Acomodar al cliente en lugar o mesa

Mantener limpio el local

Limpieza de pisos y baños del local

Limpieza de mesas y barra de cafetería

Enfundar y desechar la basura

2.4.2 Inversiones administrativas

Detalle	Valor
Caja registradora	\$ 150,00
Computador	\$ 350,00
Impresora	\$ 180,00
Teléfono	\$ 50,00
Archivadores (2)	\$ 80,00
Equipo de oficina	\$ 120,00
Total	\$ 930,00

Cuadro 17. Inversiones administrativas

2.4.3 Detalle del personal administrativo

- Administrador / Cajero

2.5 Normativa legal

2.5.1 Constitución de la empresa

En Ecuador, las operaciones mercantiles se encuentran reguladas por las leyes que rigen el comercio y las empresas, así como por el Código Civil. Las principales entidades legales que pueden constituirse son las siguientes: – Corporaciones; – Compañías de responsabilidad limitada; – Sucursales de corporaciones extranjeras; – Compañías en nombre colectivo; – Compañías en comandita simple; – Compañías de economía mixta; y, – Compañía holding o tenedora de acciones. En el caso de la cafetería será de responsabilidad limitada es decir Compañía de responsabilidad limitada.

Requisitos para constituir compañías en Ecuador

Para la constitución de una microempresa de un Emprendimiento o de una gran Empresa, los pasos pueden ser largos y complejos. Pero la gratificación la tendrás cuando ya tengas el respaldo legal para que tu Empresa pueda empezar a operar.

2.5.1.1 Estructura legal de la empresa

- Si tienes en mente el tener una empresa de tipo familiar, lo más aconsejable es crear una compañía limitada. La misma puede ser conformada por mínimo 2 socios y un máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).
- Ahora si quisieras que tu empresa no tenga un límite de socios y que además tenga “capital abierto” (número ilimitado de acciones que sí se pueden cotizar en la Bolsa de Valores), Deber de irte por crear una compañía anónima.

Reserva un nombre

Una vez que tengas elegido el Nombre de tu Empresa debes acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

Elabora los estatutos

Es el contrato social que registrará a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abre una “cuenta de integración de capital”

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima.
- Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.
- 2 Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.

Después debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

Eleva a escritura pública

Debes ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprueba el estatuto

Debes llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publica en un diario

La Superintendencia de Compañías te va a entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea de tu agrado.

Obtén los permisos municipales

Debes ir al Municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, donde deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

Inscribe tu compañía

Con toda la documentación anterior, debes ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

Realiza la Junta General de Accionistas

Debes realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

2.5.2 Permisos y autorizaciones requeridas

RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente

- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de **cualquiera de los siguientes documentos** que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
 - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
 - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
 - Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
 - Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
 - Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO.

Licencia Metropolitana de Funcionamiento concedida por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- *Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos*
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal

- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

Para artesanos

- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del Certificado de Votación
- Foto a color tamaño carné actualizada
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana)

- Carné del Gremio Actualizado

Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Certificado del título profesional del CONESUP
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
- Croquis de la ubicación de la planta
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

2.5.3 Resumen de inversiones legales

Detalle	Valor
Costo de constitución de la empresa	\$ 800,00
Costo de permisos y autorizaciones	\$ 230,00
Total	\$ 1.030,00

Cuadro 18. Resumen de inversiones legales

2.5.4 2.5.4 Análisis de impacto ambiental

Es un conjunto de técnicas que buscan como propósito un buen manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza. La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo nuestras instrucciones en los

ecosistemas. Finalmente es posible decir Que la gestión del medio ambiente tiene dos áreas de aplicación básica:

Área Preventiva.- Las evaluaciones de impacto ambiental constituyen una herramienta eficaz

Área Correctiva.- Las auditorías ambientales conforman la metodología de análisis y acción para subsanar los problemas existentes

Evaluación Ambiental

En términos generales las prioridades de la evaluación ambiental serán: el tratamiento de los desechos, alteración en la calidad del aire e incremento de los niveles de ruido.

- Los desechos orgánicos.- Se refieren a la cantidad de materia de desecho producto de la elaboración de los productos que se ofrecerán en la cafetería, que ya no puede ser utilizado puesto que es un residuo del proceso de elaboración.
- Los desechos inorgánicos: Se refiere a los envases, cartones, frascos en los cuales llegan o nos entregan la materia prima.

Para el tratamiento del desecho inorgánico se realizará: El reciclaje de las cajas, plásticos, cartones, envases, etc. Estos residuos se los almacenarán y clasificarán para darle un nuevo uso.

CAPITULO 3: ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio financiero ayuda a conocer si el proyecto es aceptable, de igual manera conocer cuantitativamente lo que se necesita para invertir en cualquier tipo de negocio, ayuda a realizar una evaluación económica.

Los objetivos del estudio financiero son:

1. Determinar los rubros que componen la inversión inicial.
2. Proyectar ingresos y gastos.
3. Determinar la forma de financiamiento y la tasa de descuento.
4. Comprobar la rentabilidad económica.

Inversión Inicial: Es la primera inversión que se realizara en el negocio, la comprender la adquisición de activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo.

3.1 Determinación de la Inversión Requerida

3.1.1 Activos Fijos.- bienes tangibles indispensables para la operación de la cafetería

ACTIVO	VALOR ORIGINAL
Instalaciones eléctricas	\$ 150,00
Equipos de oficina (Silla y Escritorio Etc)	\$ 300,00
Archivadores (2 Unidades)	\$ 80,00
Telefono	\$ 50,00
Equipo de computo	\$ 680,00
Microondas	\$ 120,00
Dispensador Automatico 3 bebidas	\$ 2.000,00
Maquina de Café Espresso Capuchino	\$ 70,00
Maquina de Café Espresso EXPOBAR	\$ 425,00
Refrigerador Indurama	\$ 340,00
Licuadaora Oster 3 velocidades	\$ 55,00
Tostador Black & Decker	\$ 49,00
Mesa (4 Unid), sillas (20 Unid) y meson de madera	\$ 550,00
Vitrina y Estanteria	\$ 450,00
Adecuación del local	\$ 5.000,00
Mesa de Acero Inoxidable	\$ 250,00
Constitución y permisos	\$ 1.030,00
TOTALES	11.599,00
CAPITAL DE TRABAJO	16.880,00
TOTAL INVERSION	28.479,00

Cuadro 19. Activos fijos

3.1.2 Activos intangibles, son los rubros en los que se incurre para poner en marcha **la cafetería y entre estos tenemos:**

1. Gastos de Constitución
2. Permisos de funcionamiento
3. Registro de gastos de remodelación y adecuación
4. Curso de manejo de alimentos.

ACTIVO	VALOR ORIGINAL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION PROYECTADA 5 años	SALDO EN LIBROS
Instalaciones eléctricas	150	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Equipos de oficina (Silla y Escritorio Etc)	300	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Archivadores (2 Unidades)	80	\$ 10,00	\$ 8,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Telefono	50	\$ 10,00	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Equipo de computo	680	\$ 33,33	\$ 226,67	\$ 680,00	\$ 0,00
Microondas	120	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Dispensador Automatico 3 bebidas	2000	\$ 10,00	\$ 200,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Maquina de Café Espresso Capuchino	70	\$ 10,00	\$ 7,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Maquina de Café Espresso EXPOBAR	425	\$ 10,00	\$ 42,50	\$ 212,50	\$ 212,50
Refrigerador Indurama	340	\$ 10,00	\$ 34,00	\$ 170,00	\$ 170,00
Licudadora Oster 3 velocidades	55	\$ 5,00	\$ 2,75	\$ 13,75	\$ 41,25
Tostador Black & Decker	49	\$ 10,00	\$ 4,90	\$ 24,50	\$ 24,50
Mesa (4 Unid), sillas (20 Unid) y meson de madera	550	\$ 10,00	\$ 55,00	\$ 275,00	\$ 275,00
Vitrina y Estantería	450	\$ 10,00	\$ 45,00	\$ 225,00	\$ 225,00
Mesa de Acero Inoxidable	5000	\$ 10,00	\$ 500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Adecuación del local	250	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ -
Constitución y permisos	1030	\$ 20,00	\$ 206,00	\$ 1.030,00	\$ -
TOTALES	11.599,00		1.443,82	6.765,75	4.833,25

Cuadro 20. Depreciación y Amortización

- Depreciación \$1,237.82
- Amortización \$206.00

3.2 Proyección de costos y gastos

Proyecciones de costos / gastos de producción y administración

Gastos de producción anuales	
Gas	\$400,00
Servicios básicos	\$600,00
Mantenimiento	\$300,00
Suministros de limpieza	\$500,00
Uniformes	\$150,00
Menaje	\$250,00
Otros	\$250,00
Total	\$2.450,00

Gastos de administración anuales	
Suministros de oficina	\$200,00
Suministros de computación	\$300,00
Internet	\$360,00
Contabilidad	\$1.200,00
Representación	\$600,00
Transporte	\$300,00
Otros	\$300,00
Total	\$3.260,00

Cuadro 21. Proyecciones de gastos producción y administración

DETALLE DE GASTOS DEL PROYECTO					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos de producción por unidad	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11
Unidades producidas	21.600	24.840	28.566	34.279	41.135
Gastos de producción en USD	\$2.450,00	\$2.817,50	\$3.240,13	\$3.888,15	\$4.665,78
Arriendos año	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00
TOTAL GASTOS DE PRODUCCION	\$6.050,00	\$6.417,50	\$6.840,13	\$7.488,15	\$8.265,78

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos administrativos por año	\$3.260,00	\$3.260,00	\$3.260,00	\$3.260,00	\$3.260,00
TOTAL ADMINISTRACION	\$3.260,00	\$3.260,00	\$3.260,00	\$3.260,00	\$3.260,00

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Publicidad anual	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Promociones	1.210	1.391	1.600	1.920	2.304
Otros	500	500	500	500	500
TOTAL VENTAS	\$2.909,60	\$3.091,04	\$3.299,70	\$3.619,64	\$4.003,56
TOTAL	\$12.219,60	\$12.768,54	\$13.399,82	\$14.367,79	\$15.529,34

Cuadro 22. Detalle de gastos del proyecto

Detalles de costos de producción (por producto)

Productos	Costo Produccion	Productos	Costo Produccion	Productos	Costo Produccion
Café Tradicional + Sanduche		Café Tradicional + Humita		Café Tradicional + Tamal	
Agua	\$ 0,09	Agua	\$ 0,09	Agua	\$ 0,09
Café	\$ 0,25	Café	\$ 0,25	Café	\$ 0,25
Endulzante	\$ 0,10	Endulzante	\$ 0,10	Endulzante	\$ 0,10
Pan Baguette	\$ 0,15	Choclo	\$ 0,15	Harina	\$ 0,10
Jamon	\$ 0,15	Leche	\$ 0,10	Leche	\$ 0,10
Lechuga	\$ 0,03	Mantequilla	\$ 0,10	Mantequilla	\$ 0,10
Tomate	\$ 0,03	Sal	\$ 0,02	Sal	\$ 0,02
Salsa	\$ 0,05	Especias	\$ 0,02	Especias	\$ 0,02
Aderezos	\$ 0,05	Queso	\$ 0,07	Pollo o Carne	\$ 0,12
Total	\$ 0,90	Total	\$ 0,90	Total	\$ 0,90
Morocho + empanada		Jugo + Sanduche		Café Capuccinno + Humita	
Leche	\$ 0,09	Agua	\$ 0,09	Leche	\$ 0,10
Morocho	\$ 0,25	Frutas	\$ 0,25	Café	\$ 0,25
Endulzante	\$ 0,10	Endulzante	\$ 0,10	Endulzante	\$ 0,09
Harina	\$ 0,10	Pan Baguette	\$ 0,15	Choclo	\$ 0,15
Huevos	\$ 0,05	Jamon	\$ 0,15	Leche	\$ 0,10
Mantequilla	\$ 0,10	Lechuga	\$ 0,03	Mantequilla	\$ 0,10
Sal	\$ 0,02	Tomate	\$ 0,03	Sal	\$ 0,02
Carne o Pollo	\$ 0,12	Salsa	\$ 0,05	Especias	\$ 0,02
Queso	\$ 0,07	Aderezos	\$ 0,05	Queso	\$ 0,07
Total	\$ 0,90	Total	\$ 0,90	Total	\$ 0,90
Café Capuccinno + Empanada					
Leche	\$ 0,10				
Café	\$ 0,25				
Endulzante	\$ 0,09				
Harina	\$ 0,10				
Huevos	\$ 0,05				
Mantequilla	\$ 0,10				
Sal	\$ 0,02				
Carne o Pollo	\$ 0,12				
Queso	\$ 0,07				
Total	\$ 0,90				

Cuadro 23. Costos de producción (por producto)

PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
COMPRAS (Materia Prima Unidades)	21.600,00	24.840,00	28.566,00	34.279,20	41.135,04
PRECIO COMPRA					
Costo de materiales	\$0,90	\$0,90	\$0,90	\$0,90	\$0,90
TOTAL COMPRAS	\$19.440,00	\$22.356,00	\$25.709,40	\$30.851,28	\$37.021,54
COMPRAS TOTALES	\$19.440,00	\$22.356,00	\$25.709,40	\$30.851,28	\$37.021,54

Cuadro 24. Proyección de Costos y Gastos

Para la puesta en marcha del proyecto se ha especificado un costo de producción de \$0,90 por producto.

3.3 Determinación de las Ventas

Productos	Precio promedio	Unidades	Ventas diarias	Ventas mensuales (U)
Café Tradicional + Sanduche	1,55	3	4,65	112
Café Tradicional + Humita	1,15	3	3,45	83
Café Tradicional + Tamal	1,30	3	3,90	94
Café Capuccinno + Humita	1,20	2	2,40	58
Café Capuccinno + Empanada	1,35	2	2,69	65
Té - Aromática + Humita	1,00	4	4,00	96
Té - Aromática + Sanduche	1,40	4	5,60	134
Chocolate + empanada	1,65	5	8,24	198
Morocho + empanada	1,55	6	9,28	223
Jugo + sanduche	1,80	6	10,80	259
Quimbolito	0,50	12	6,00	144
Buñuelos con miel	0,50	2	1,00	24
Higos con queso	0,50	3	1,50	36
Tostado con chicharon	0,75	3	2,25	54
Humitas	0,50	12	6,00	144
Empanadas	0,65	5	3,24	78
Totales		75	75	1800

Cuadro 25. Proyección venta estimada de productos por cantidad

Los ingresos son las cantidades que obtiene la cafetería por la venta de sus productos, esto es, la venta de alimentos preparados y aptos para el consumo humano.

El número de clientes se determinó en base a la capacidad total del local que es de 24 personas, proyectando a 5 años el siguiente detalle de ventas diarias:

PROYECCION DE VENTAS E INGRESOS					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Ventas diarias unidades	75	90	108	130	156
ventas mes unidades	1.800	2.160	2.592	3.120	3.744
VENTAS año(Unidades)	21.600,00	24.840,00	28.566,00	34.279,20	41.135,04
VENTAS CONTADO (Unidades)	21.600,00	24.840,00	28.566,00	34.279,20	41.135,04
VENTAS CREDITO (Unidades)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PRECIO VENTA CONTADO sin iva	\$2,80	\$2,80	\$2,80	\$2,80	\$2,80
PRECIO VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL VENTA CONTADO	\$60.480,00	\$69.552,00	\$79.984,80	\$95.981,76	\$115.178,11
TOTAL VENTA CREDITO	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
VENTAS TOTALES	\$60.480,00	\$69.552,00	\$79.984,80	\$95.981,76	\$115.178,11

Cuadro 26. Determinación de las Ventas

- El precio promedio ponderado de nuestros productos sin IVA es de \$2.80.

Para el futuro se espera obtener un incremento de un 20% en las ventas diarias por año; es decir que para el quinto año se espera cubrir un porcentaje mayor de la demanda insatisfecha.

3.4 Recursos Humanos

Para la comodidad y rotación de los clientes, la cafetería deberá contar con el personal adecuado y el salario acorde a sus responsabilidades. A continuación se detalla el personal y el salario asignado a cada uno de ellos:

ANEXO DE REMUNERACIONES

CARGO	N° Personas	Sueldo mes	Categorización	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
Administrador / Cajero	1	\$ 500,00	A	\$ 6.000,00	\$ 7.800,00
Chef	1	\$ 500,00	P	\$ 6.000,00	\$ 7.800,00
Ayudante de Cocina	1	\$ 400,00	P	\$ 4.800,00	\$ 6.240,00
Mesero	1	\$ 400,00	V	\$ 4.800,00	\$ 6.240,00
Total				\$	28.080,00

Cuadro 27. Detalle de Personal y Remuneración

A= Administrativo

P=Producción

V=Ventas

3.5 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias o llamado también estado de resultados indica la utilidad o pérdida de la cafetería.

La utilidad neta percibida el primer año de puesta en marcha de la Cafetería es de 0.01%, reflejando utilidades favorables en todo el flujo, lo cual hace que el proyecto sea atractivo, considerando que el segundo año la utilidad es 4,61%, para el tercero 9,29%, y 14,48% sucesivamente se incrementa en 18,81%.

BALANCE DE RESULTADOS					
CUENTAS	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
VENTAS	\$ 60.480,00	\$ 69.552,00	\$ 79.984,80	\$ 95.981,76	\$ 115.178,11
(-) MATERIA PRIMA	\$ 19.440,00	\$ 22.356,00	\$ 25.709,40	\$ 30.851,28	\$ 37.021,54
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 41.040,00	\$ 47.196,00	\$ 54.275,40	\$ 65.130,48	\$ 78.156,58
GASTOS OPERACIONALES	\$ 40.299,60	\$ 40.848,54	\$ 41.479,82	\$ 42.447,79	\$ 43.609,34
(-) REMUNERACIONES	\$ 28.080,00	\$ 28.080,00	\$ 28.080,00	\$ 28.080,00	\$ 28.080,00
(-) GASTOS DE PRODUCCION	\$ 6.050,00	\$ 6.417,50	\$ 6.840,13	\$ 7.488,15	\$ 8.265,78
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 3.260,00	\$ 3.260,00	\$ 3.260,00	\$ 3.260,00	\$ 3.260,00
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 2.909,60	\$ 3.091,04	\$ 3.299,70	\$ 3.619,64	\$ 4.003,56
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 1.443,82	\$ 1.443,82	\$ 1.443,82	\$ 1.443,82	\$ 1.443,82
(-) INTERES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) DEPRECIACION ANUAL	\$ 1.237,82	\$ 1.237,82	\$ 1.237,82	\$ 1.237,82	\$ 1.237,82
(-) AMORTIZACION	\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00	\$ 206,00
(=) U.A.I.P	\$ 7,00	\$ 4.903,64	\$ 11.351,76	\$ 21.238,88	\$ 33.103,42
(-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 34,55%	\$ 2,42	\$ 1.694,21	\$ 3.922,03	\$ 7.338,03	\$ 11.437,23
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 4,58	\$ 3.209,43	\$ 7.429,73	\$ 13.900,85	\$ 21.666,19

Cuadro 28. Estado de Pérdidas y Ganancias

3.6 Punto de Equilibrio

Es el punto donde se produce la igualdad entre gastos e ingresos, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Así como hay costos y gastos operativos fijos, también hay costos y gastos operativos variables.

Unidades	Ingresos	Costos Fijos	Costos variables	Costo total	Utilidad
-	-	\$ 163.919,08	\$ -	\$ 163.919,08	\$ (163.919,08)
50.000	140.000	\$ 163.919,08	\$ 62.279,95	\$ 226.199,03	\$ (86.199,03)
100.000	280.000	\$ 163.919,08	\$ 124.559,90	\$ 288.478,98	\$ (8.478,98)
105.455	295.274	\$ 163.919,08	\$ 131.354,43	\$ 295.273,51	\$ -
120.000	336.000	\$ 163.919,08	\$ 149.471,88	\$ 313.390,97	\$ 22.609,03
150.000	420.000	\$ 163.919,08	\$ 186.839,85	\$ 350.758,94	\$ 69.241,06
180.000	504.000	\$ 163.919,08	\$ 224.207,82	\$ 388.126,91	\$ 115.873,09
200.000	560.000	\$ 163.919,08	\$ 249.119,81	\$ 413.038,89	\$ 146.961,11

Cuadro 29. Punto de Equilibrio

Costos Fijos: \$163.919,08
Margen de Contribución: \$1,55
PE: \$21.090,96 Anual
PE: \$67,65 Diario

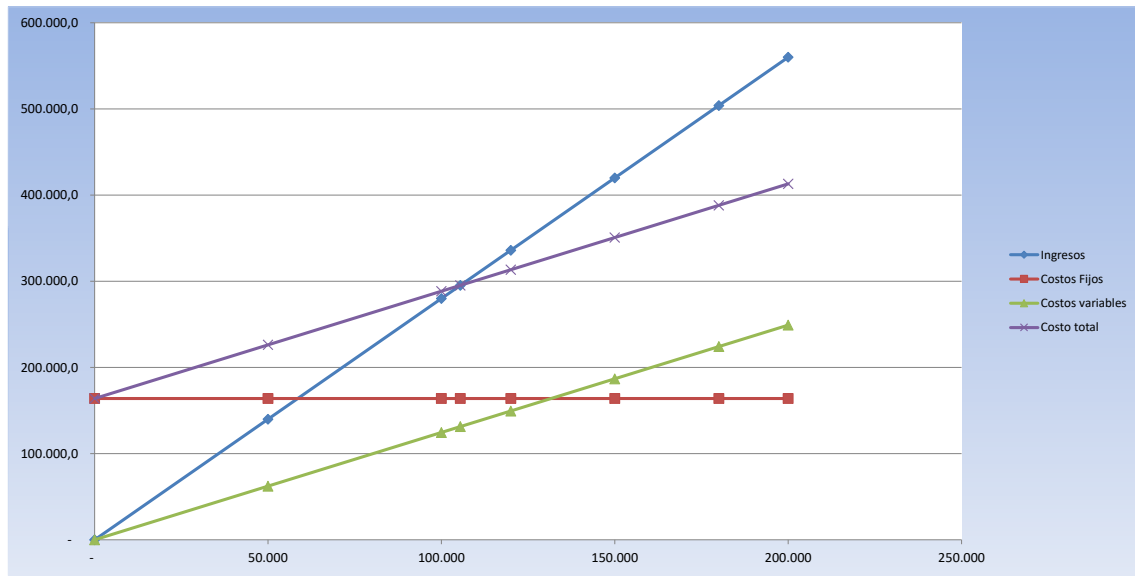


Gráfico 22. Punto de equilibrio

3.7 Evaluación del Proyecto, Análisis de Rentabilidad

Para la aceptación o rechazo del proyecto de inversión, cafetería, se emplea los siguientes indicadores:

3.7.1 Valor Actual Neto:

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado (costo de oportunidad). El VAN constituirá una herramienta fundamental para la evaluación del proyecto y está representado por la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujos de efectivo Año } 1 \text{ al } 10 - \text{Inversión}$$

Cuando se iguala el VAN a 0, i pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). Para interpretar el VAN presentamos el siguiente cuadro:

$$\text{FACTOR DE DESCUENTO} = \frac{1}{(1 + 0,25)^n}$$

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -28.479,00	1	\$ -28.479,00
1	\$ 737,98	0,8	\$ 590,39
2	\$ 4.653,25	0,64	\$ 2.978,08
3	\$ 8.873,55	0,512	\$ 4.543,26
4	\$ 15.344,66	0,4096	\$ 6.285,17
5	\$ 44.823,25	0,32768	\$ 14.687,68
TOTAL	\$ 45.953,69		\$ 605,58

Cuadro 30. Cuadro VAN

3.7.2 Tasa Interna de Retorno:

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. En la medida de las condiciones y alcance del proyecto estos deben evaluarse de acuerdo a sus características.

Esta es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones financieras dentro de las organizaciones.

Se considera que si la TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor al inversionista. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas.

	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	Total
FLUJO NETO	\$ -28.479,00	\$ 737,98	\$ 4.653,25	\$ 8.873,55	\$ 15.344,66	\$ 44.823,25	\$ 45.953,69

Cuadro 31. Cuadro TIR

TIR= La máxima tasa de descuento que logra que el VAN se iguale a cero es de 25,65%

El proyecto es viable financieramente puesto que la TIR es superior a la tasa de descuento del VAN.

Conclusiones

- ✓ Tal como se ve en el estudio de mercado existe demanda insatisfecha es bastante alta en la zona de la Vicentina donde se va a realizar el proyecto
- ✓ Para la adecuada promoción del emprendimiento hemos desarrollado un plan para se obtenga los resultados esperados

A continuación se detalla las herramientas a utilizar:

Evento de gran renombre

Creación de página web

Esto no permitirá sembrar el concepto y la marca con mayor perduración

- ✓ La localización de la cafetería es un punto estratégico dentro del distrito metropolitano de Quito ya es una zona céntrica y muy concurrida.
- ✓ En base a la encuestas se determinó los productos que tienen acogida y acorde a los mismos se encuentra elaborado el menú para la oferta del producto
- ✓ El estudio financiero cumple con las expectativas de los accionistas puesto que el proyecto es rentable financieramente

Recomendaciones

- ✓ La nueva cafetería debe brindar un ambiente acogedor y agradable con un servicio diferenciado para cubrir las expectativas de los clientes, estableciendo estrategias eficaces y recopilación de información, sugerencias, recomendaciones, y de esta manera poder mantenerse al día sobre los productos con los que cuente la Cafetería.
- ✓ Para cubrir la demanda insatisfecha se debe establecer un estándar de productos de alta calidad, el recurso humano también debe estar capacitado constante en manejo adecuado de los alimentos y el servicio.

- ✓ Desarrollar e implementar indicadores de gestión para los procesos, en todas las áreas, con la finalidad de evitar pérdidas o desperdicios de materia prima y capital humano.
- ✓ Tomar en cuenta el rendimiento económico financiero para permitir solventar gastos y generar réditos necesarios para cubrir cuentas por pagar y generar utilidades.
- ✓ Los socios de la Cafetería, deberán manejar una excelente imagen porque cuentan con la ventaja de ofrecer productos tradicionales puesto que la tendencia a la demanda de estos productos ha ido incrementándose en el transcurso de los años
- ✓
- ✓ Este proyecto debe implementarse en la práctica porque será beneficioso para sus socios e inversionistas, para la zona de la Vicentina donde se va generar empleo, apoyar como zona turística y al país, porque se incrementara las fuentes de empleo lo que permitirá el desarrollo económico de la nación.
- ✓

Bibliografía

Proyectos de Inversión, JUAN JOSE MIRANDA

Perfil de Factibilidad, ECON. MARIO MUÑOZ GUERRERO

Aprendiendo el mundo del café, BARISTAS O COFFELOVER

Aromas y sabores, REVISTA VISTAZO

Contabilidad y administración de costos, GAYLE L. & MCGRAW-HILL (1999)

Proyecto para el establecimiento de un café – bar temático, ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS

Riquelme Leiva, Matías (2015, Junio). Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa

Teoría micro y macro económica, ECON. RENÉ PUGA – ECON. PABLO ZAMBRANO

Microeconomía, ECON. PABLO ZAMBRANO PONTÓN

Evaluación de proyectos, GABRIEL BACA URBINA

ALCALDIA, Q. (2017). *Servicios Ciudadanos*. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/>

aroma10. (17 de Mayo de 2012). *HISTORIAS DE LAS CAFETERIAS*. Obtenido de <http://cafearomadiez.blogspot.com/2012/05/historias-de-las-cafeterias.html>

CIA, G. &. (2010). *COLORES DE LAS TABLAS DE CORTE*. Obtenido de

<https://gastronomiaycia.republica.com/2010/07/05/colores-de-las-tablas-de-corte/>

COMERCIO, D. E. (3 de Octubre de 2014). *¿Cuáles son los platos típicos que identifican*

a Quito? Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/platostipicos-identifican-quito-gastronomia-latitudcero.html>

DeConceptos.com. (2017). *Concepto de molde*. Obtenido de

<http://deconceptos.com/arte/molde>

Definicion. (2014). *Definición de Cafetería*. Obtenido de <https://definicion.mx/cafeteria/>

DEFINICION.DE. (2017). *Definicion de Termometro*. Obtenido de

<http://definicion.de/termometro/>

definicion.org. (2017). *Definicion de espumadera*. Obtenido de

<http://www.definicion.org/espumadera>

Evaristo, H. C. (2001). *MAECE*.

Experto, G. (8 de Abril de 2001). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?*

Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

FARLEX, T. F. (2017). *THE FREE DICTIONARY BY FARLEX*. Obtenido de

<http://es.thefreedictionary.com/cuenco>

Pablo, P. N. (2012). *Teoria de Factibilidad*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/231177418/1784089911-Teoria-de-La-Factibilidad>

Palabra, B. (2017). *Aceptaciones de batidora*. Obtenido de

<https://www.buscapalabra.com/definiciones.html?palabra=batidora>

PICHINCHA, G. D. (10 de Septiembre de 2015). *Distrito Metropolitano de Quito*.

Obtenido de <http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/cantones/item/23-distrito-metropolitano-de-quito.html>

PUBLICA, M. D. (2017). *La Dirección Provincial de Salud de Pichincha en nueva casa*.

Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/la-direccion-provincial-de-salud-de-pichincha-en-nueva-casa/>

QUITO, C. D. (2017). *Aencion al Ciudadano*. Obtenido de

<https://www.bomberosquito.gob.ec/>

SRI. (2017). *RUC*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home#>

TELEGRAFO, E. (22 de Febrero de 2015). *La Vicentina fue hogar de parte de la naciente clase obrera quiteña en el siglo XX*. Obtenido de

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/la-vicentina-fue-hogar-de-parte-de-la-naciente-clase-obrera-quitena-en-el-siglo-xx>

Toledo, M. (2017). *Guia ABC de la Valoracion*. Obtenido de

<https://www.tplaboratorioquimico.com/laboratorio-quimico/materiales-e-instrumentos-de-un-laboratorio-quimico/espátula.html>

Turismo, M. d. (2016). *Dulces quiteños... y algo más*. Obtenido de

<http://www.turismo.gob.ec/dulces-quitenos-y-algo-mas/>

VIDA, E. A. (2017). *La Junta Nacional de Defensa del Artesano informa*. Obtenido de

<http://www.artesanos.gob.ec/?p=2443>

WordReference.com. (2017). *WordReference.com / Online Language Dictionaries*.

Obtenido de <http://www.wordreference.com/es/translation.asp?tranword=cafeteria>

Metodos de investigacion:

https://www.google.es/search?ei=30HjXLiYBqmG5wLlh6H4Ag&q=metodos+teoricos+d+e+investigacion&oq=metodos+te&gs_l=psy-ab.1.1.018j0i10j0.105.15743..18347...3.0..0.300.4407.0j27j0j1.....0....1..gws-wiz.....0..33i22i29i30j0i22i30j0i131j0i3j0i67j0i131i67.-_6Rly1Q1uA

Referencias WEB

<https://www.bce.fin.ec/>

<https://www.inec.gob.ec/>

<https://www.5fuerzasdeporter.com/>

<http://medicioneconomica.blogspot.com/2015/04/determinacion-de-la-oferta-1.html>

<https://www.entrepreneur.com/article/263568>

<https://www.fraquinciasdecafe.com.mx/plan-de-inversion-inicial-de-cafeteria/>

<https://maquinariahosteleriashop.net/equipos-imprescindibles-una-cafeteria/>

<http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>

<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>

<https://prezi.com/4ewkfr7frkz4/determinacion-de-la-demanda-potencial-insatisfecha/>

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/5742/1/T-ESPE-034239.pdf>

Anexos

