



Carrera de Administración Bancaria y Financiera

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
CAFETERÍA TEMÁTICA AMBIENTADA A LA CULTURA ANDINA DEL  
ECUADOR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO, 2019

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Karen Lizeth Tashintuña Loachamin

Director: Armando Andrés Analuisa Aguiar

Quito, Junio 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) TASHINTUÑA LOACHAMIN KAREN LIZETH, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERIA TEMÁTICA AMBIENTADA A LA CULTURA ANDINA DEL ECUADOR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRES  
**Tutor de Proyectos**



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA  
**Lector de Proyectos**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA

SALAS JIMENEZ FRANCISCO ---  
Adm. Bancaria y Financiera  
**Delegado Unidad de Titulación**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

BURGA JADAIN MARÍA FERNANDA  
**Directora de Carrera**

**CAMPUS 1 - MATRIZ**

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño  
Teléfono: 2255460 / 2269900  
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec  
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec  
Quito - Ecuador

**CAMPUS 2 - LOGROÑO**

Calle Logroño Oe 2-84 y  
Av. de la Prensa (esq.)  
Edif. Cordillera  
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

**CAMPUS 3 - BRACAMOROS**

Bracamoros N15 - 163  
y Yacuambí (esq.)  
Telf.: 2262041

**CAMPUS 4 - BRASIL**

Av. Brasil N46-45 y  
Zamora  
Telf.: 2246036

**CAMPUS 5 - YACUAMBÍ**

Yacuambí  
Oe2-36 y  
Bracamoros.  
Telf: 2249994

## **Declaratoria**

Yo, Karen Lizeth Tashintuña Loachamin, declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

Karen Lizeth Tashintuña Loachamin

1723840086

## Licencia de Uso No Comercial

Yo, Karen Lizeth Tashintuña Loachamin portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172384008-6 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos, sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA AMBIENTADA A LA CULTURA ANDINA DEL ECUADOR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2019” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

**Firma:**

  
\_\_\_\_\_

**Nombre:** Karen Lizeth Tashintuña Loachamin

**Cédula:** CC 172384008-6

Quito, 22 de Mayo del 2019

## **Agradecimiento**

Agradezco a mi madre por el apoyo que siempre me ha brindado a lo largo de mi vida, por su dedicación y amor, por ayudarme y motivarme a ser una persona que cumpla con sus objetivos; a que me forme como una persona profesional y de éxitos sin olvidar los valores que ella me ha enseñado.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mi madre por su sacrificio y su esfuerzo diario a que cumpla adecuadamente con mis estudios y por guiarme en el camino profesional.

A mi persona, que a pesar de las dificultades que se presenten es importante seguir con los objetivos que uno se ha propuesto y llegar a cumplirlos.

## Índice General

Declaratoria .....	i
Licencia de Uso No Comercial.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice General.....	v
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras .....	xii
Resumen Ejecutivo .....	xv
Abstrac.....	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción .....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes.....	2
CAPÍTULO II.....	4
2. Análisis Situacional .....	4
2.01 Ambiente Externo.....	4
2.01.01 Factor Económico.....	4
2.01.01.01 Producto Interno Bruto .....	4
2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial .....	5
2.01.01.03 Inflación.....	6
2.01.01.04 Inflación Por Ciudades .....	7
2.01.01.05 Tasas de Riesgo país.....	8
2.01.01.06 Tasa de Interés .....	9
2.01.01.06.01 Tasa Activa .....	9
2.01.01.06.01 Tasa Pasiva .....	10
2.01.02 Factor Social.....	11
2.01.02.01 Población Económicamente Activa.....	12
2.01.02.02 Empleo.....	13
2.01.02.03 Desempleo .....	14
2.01.02.04 Subempleo .....	15
2.01.03 Factor Legal.....	16
2.1.03.01 Permisos.....	16
2.01.04 Factor Tecnológico .....	18

2.02 Entorno Local .....	18
2.02.01 Clientes .....	18
2.02.02 Proveedores .....	19
2.02.03 Competidores.....	21
2.03 Análisis de FODA .....	21
2.03.01 Matriz de Factores Externos .....	22
2.04 Propuesta Estratégica.....	23
2.04.01 Misión.....	23
2.04.02 Visión.....	23
2.04.03 Objetivos.....	24
2.04.03.01 Objetivo General.....	24
2.04.03.02 Objetivos Específicos .....	24
2.04.04 Principios y/o Valores .....	24
2.04.05 Gestión Administrativa.....	25
2.04.05.01 Organigrama .....	25
2.04.05.02 Manual de Funciones.....	26
2.04.06 Gestión Operativa .....	26
2.04.06.01 Organigrama .....	27
2.04.06.02 Manual de Funciones.....	27
2.04.07 Gestión Comercial .....	28
2.04.07.01 Marketing Mix.....	29
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>34</b>
<b>3. Estudio de Mercado .....</b>	<b>34</b>
3.01 Análisis del Consumidor .....	34
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra.....	34
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información .....	36
3.01.03 Análisis de la Información.....	37
3.02 Demanda.....	48
3.02.01 Demanda Histórica .....	48
3.02.02 Demanda Actual .....	48
3.02.03 Demanda Proyectada .....	49
3.03 Oferta.....	49
3.03.01 Oferta Histórica .....	50
3.03.02 Oferta Actual .....	50
3.03.03 Oferta Proyectada .....	50

3.04 Productos Sustitutos.....	51
3.04.01 Oferta Histórica.....	52
3.04.02 Oferta Actual.....	52
3.04.03 Oferta Proyectada.....	52
3.05 Balance Oferta-Demanda.....	52
3.05.01 Balance Actual.....	53
3.05.02 Balance Proyectado.....	53
CAPÍTULO IV.....	54
4. Estudio Técnico.....	54
4.01 Tamaño del Proyecto.....	54
4.01.01 Capacidad Instalada.....	54
4.01.02 Capacidad Óptima.....	55
4.02 Localización.....	55
4.02.01 Macro Localización.....	55
4.02.02 Micro Localización.....	56
4.02.03 Localización Óptima.....	57
4.03 Ingeniería del Producto.....	58
4.03.01 Definición del Servicio.....	58
4.03.02 Distribución de Planta.....	59
4.03.02.01 Matriz SLP.....	59
4.03.03 Proceso Comercial.....	61
4.03.04 Maquinaria.....	63
4.03.05 Equipos.....	63
CAPÍTULO V.....	65
5. Estudio Financiero.....	65
5.01 Ingresos.....	65
5.01.01 Ingresos Operacionales.....	65
5.01.02 Ingresos No Operacionales.....	65
5.02 Costos.....	65
5.02.01 Costos Directos.....	66
5.02.01.01 Materia Prima.....	66
5.02.01.02 Mano de Obra.....	69
5.02.02 Costos Indirectos.....	69
5.02.03 Gastos Administrativos.....	71
5.02.04 Gastos de Ventas.....	72
5.02.05 Gastos Financieros.....	72
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	73

5.03 Inversiones.....	74
5.03.01 Inversión Fija.....	74
5.03.02 Activos Fijos.....	74
5.03.03 Activos Nominales (Diferidos).....	75
5.03.04 Capital de Trabajo .....	75
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos .....	76
5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización) .....	77
5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación).....	78
5.03.08 Estado de Situación Inicial .....	79
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (A Cinco Años).....	80
5.03.10 Flujo Caja .....	81
5.03.11 Balance General Proyectado.....	82
5.04 Evaluación Financiera .....	83
5.04.01 Tasa de Descuento .....	83
5.04.02 Valor Actual Neto (VAN) .....	84
5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	85
5.04.04 Período de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	85
5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC) .....	86
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	86
5.04.07 Análisis de Índices Financieros .....	88
CAPÍTULO VI .....	91
6. Análisis de Impactos.....	91
6.1 Impacto Ambiental .....	91
6.2 Impacto Económico.....	93
6.3 Impacto Productivo.....	94
6.4 Impacto Social .....	95
6.5 Impacto Global .....	96
CAPÍTULO VII.....	97
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	97
7.1 Conclusiones.....	97
7.2 Recomendaciones .....	98
BIBLIOGRAFÍAS.....	99
ANEXOS .....	104

## Índice de Tablas

Tabla 1 Producto Interno Bruto .....	4
Tabla 2 Producto Interno Bruto Sectorial del Servicio de Comida .....	5
Tabla 3 Inflación.....	6
Tabla 4 Inflación por Ciudades .....	7
Tabla 5 Riesgo País .....	8
Tabla 6 Tasa Activa Microcrédito .....	10
Tabla 7 Tasa Pasiva .....	11
Tabla 8 Población Económicamente Activa.....	12
Tabla 9 Empleo.....	13
Tabla 10 Desempleo .....	14
Tabla 11 Subempleo .....	15
Tabla 12 Parámetros de Una Persona Natural No Obligada a Llevar Contabilidad.....	16
Tabla 13 Variables de Clientes.....	19
Tabla 14 Proveedores .....	20
Tabla 15 Competidores.....	21
Tabla 16 Factores Externos .....	22
Tabla 17 Población .....	34
Tabla 18 Asistencia a Cafeterías .....	37
Tabla 19 Frecuencia de Asistencia a Cafeterías .....	38
Tabla 20 Ingreso a una Cafetería.....	39
Tabla 21 Promedio de Gasto .....	40
Tabla 22 Satisfacción del Servicio .....	41
Tabla 23 Temática de la Cafetería.....	42
Tabla 24 Consideración del Servicio.....	43
Tabla 25 Tipos de Bebidas .....	44
Tabla 26 Tipos de Bebidas Frías .....	45
Tabla 27 Tipos de Bebidas Calientes .....	46
Tabla 28 Tipos de Alimentos.....	47
Tabla 29 Demanda Histórica .....	48
Tabla 30 Aceptación del Producto.....	48
Tabla 31 Cálculo de la Demanda.....	48
Tabla 32 Demanda Actual .....	49
Tabla 33 Demanda Proyectada .....	49

Tabla 34 Oferta Histórica.....	50
Tabla 35 Oferta Actual.....	50
Tabla 36 Oferta Proyectada.....	51
Tabla 37 Oferta Histórica.....	52
Tabla 38 Oferta Actual.....	52
Tabla 39 Oferta Proyectada.....	52
Tabla 40 Balance Actual.....	53
Tabla 41 Balance Proyectado.....	53
Tabla 42 Capacidad Instalada .....	54
Tabla 43 Capacidad Óptima.....	55
Tabla 44 Macro Localización .....	56
Tabla 45 Localización Óptima.....	58
Tabla 46 Códigos de Relación .....	60
Tabla 47 Razón de Cercanía .....	60
Tabla 48 Medidas de Distribución de Planta .....	61
Tabla 49 Maquinaria.....	63
Tabla 50 Equipos .....	64
Tabla 51 Ingreso Operacionales.....	65
Tabla 52 Materia Prima Taza de Café .....	66
Tabla 53 Materia Prima Taza de Chocolate.....	66
Tabla 54 Materia Prima Taza de Cappuccino.....	67
Tabla 55 Materia Prima Taza de Mocaccino .....	67
Tabla 56 Materia Prima Taza de Té.....	67
Tabla 57 Materia Prima Smoothie .....	67
Tabla 58 Materia Prima Jugo .....	67
Tabla 59 Materia Prima Frappé .....	68
Tabla 60 Materia Prima Pastel.....	68
Tabla 61 Materia Prima Sandwiches .....	68
Tabla 62 Costo de Mano de Obra .....	69
Tabla 63 Costos Indirectos de Fabricación .....	69
Tabla 64 Resume de Costos Por Producto.....	70
Tabla 65 Fijación de Precio Unitario .....	71
Tabla 66 Gastos Administrativos.....	71
Tabla 67 Gasto Ventas .....	72
Tabla 68 Financiamiento.....	73

Tabla 69 Costo Fijo .....	73
Tabla 70 Costo Variable .....	74
Tabla 71 Activo Fijo.....	74
Tabla 72 Activo Nominal .....	75
Tabla 73 Capital de Trabajo .....	75
Tabla 74 Resumen de Inversiones .....	76
Tabla 75 Fuentes de Financiamiento .....	76
Tabla 76 Condiciones de Financiamiento.....	77
Tabla 77 Método de Amortización Alemán .....	78
Tabla 78 Depreciaciones .....	78
Tabla 79 Estado de Situación Inicial .....	79
Tabla 80 Estado de Resultados Proyectado .....	80
Tabla 81 Flujo de Caja.....	81
Tabla 82 Balance General Proyectado.....	82
Tabla 83 Tasa Mínima Aceptación de Rendimiento .....	83
Tabla 84 Resumen de Flujos .....	84
Tabla 85 Flujos .....	85
Tabla 86 Descripción de Punto de Equilibrio.....	87
Tabla 87 Punto de Equilibrio.....	87
Tabla 88 Índices Financieros.....	89
Tabla 89 Niveles de Calificación.....	91
Tabla 90 Impacto Ambiental .....	92
Tabla 91 Indicador Económico.....	93
Tabla 92 Impacto Productivo .....	94
Tabla 93 Indicador Social.....	95
Tabla 94 Impacto Global .....	96
Tabla 95 Método Francés .....	115

## Índice de Figuras

Figura 1 Producto Interno Bruto .....	5
Figura 2 Producto Interno Bruto Sectorial del Servicio de Comida .....	6
Figura 3 Inflación.....	7
Figura 4 Inflación por Ciudades.....	8
Figura 5 Riesgo País .....	9
Figura 6 Tasa Activa Microcrédito .....	10
Figura 7 Tasa Pasiva .....	11
Figura 8 Población Económicamente Activa.....	12
Figura 9 Empleo.....	13
Figura 10 Desempleo .....	14
Figura 11 Subempleo .....	15
Figura 12 Gestión Admirativa .....	25
Figura 13 Funciones del Gerente .....	26
Figura 14 Gestión Operativa.....	27
Figura 15 Funciones de mesero .....	27
Figura 16 Funciones Auxiliar de cocina .....	28
Figura 17: Logotipo de la Empresa.....	30
Figura 18 Slogan de la Empresa .....	31
Figura 19 Canal Directo.....	32
Figura 20 Asistencia a Cafeterías.....	37
Figura 21 Frecuencia de Asistencia a Cafeterías .....	38
Figura 22 Ingreso a una Cafetería .....	39
Figura 23 Promedio de Gasto.....	40
Figura 24 Satisfacción del Servicio .....	41
Figura 25 Temática de la Cafetería.....	42
Figura 26 Consideración del Servicio.....	43
Figura 27 Tipos de Bebidas .....	44
Figura 28 Tipos de Bebidas Frías .....	45
Figura 29 Tipos de Bebida Calientes .....	46
Figura 30 Tipos de Alimentos.....	47
Figura 31 Macro Localización .....	56
Figura 32 Micro Localización.....	57
Figura 33 Matriz SPL.....	60
Figura 34 Distribución de Planta .....	61
Figura 35 Flujo de Servicio.....	62

---

Figura 36 Punto de Equilibrio ..... 87

## Índice de Anexo

Anexo 1 Imagen y Papelería Corporativa.....	108
Anexo 2 Encuesta .....	110
Anexo 3 Lineamientos y Fichas de Control .....	114
Anexo 4 Método Francés.....	115

## **Resumen Ejecutivo**

El presente proyecto se centra en la realización de un estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería temática ambientada a la Cultura Andina del Ecuador, ubicada en el Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito.

La creación de la cafetería tiene como objetivo ser un negocio innovador y un emprendimiento eficiente con conocimiento del mercado, que parte de la necesidad de potenciar y promover la diversidad cultural del Región Andina del Ecuador

Para el presente proyecto, se realizó un análisis situacional del mercado externo con indicadores y local en relación a los proveedores, clientes y competidores, también se empleó una propuesta estratégica y un estudio de mercado en base a la utilización de datos históricos de la demanda, oferta y productos sustitutos.

En la determinación de la viabilidad del proyecto se empleó un estudio financiero a partir del cálculo de las capacidades que puede generar el servicio de cafetería. Se considera los ingresos, gastos e inversiones para la elaboración de estados financieros que comprobaran la rentabilidad de la microempresa con ayuda de la evaluación financiera con indicadores como VAN, TIR, PRI y Punto de Equilibrio.

También con ayuda del análisis de impactos ambientales, sociales, económicos y productivos se logró determinar la viabilidad del proyecto mediante un análisis no financiero. Los resultados permiten comprobar que la idea de negocio será factible, rentable para el emprendedor, y que espera tener ganancias y beneficios.

## **Abstrac**

The present project focuses on the realization of a feasibility study for the implementation of a thematic cafeteria set in the Andean Culture of Ecuador, located in the Historic Center of the Metropolitan District of Quito.

The creation of the cafeteria aims to be an innovative business and efficient entrepreneurship with knowledge of the market, part of the need to promote and promote the cultural diversity of the Andean Region of Ecuador.

For the present project, a situational analysis of the external market has been carried out with the local indicators and in the relationship with suppliers, customers and competitors, a proposal has also been presented as a market strategy and a basis for the use of the historical data of demand, supply and substitute products.

In the determination of the viability of the project, a financial study was used based on the calculation of the capacities that the cafeteria service can generate. Income, expenses and investments are considered for the preparation of financial statements that will verify the profitability of the microenterprise with the help of the financial evaluation with indicators such as VAN, TIR, PRI and Balance Point.

Also, with the help of the analysis of environmental, social, economic and productive impacts, the viability of the project is determined through a non-financial analysis. The results allow the business idea to be feasible, profitable for the entrepreneur, and that expects to have profits and benefits.

## CAPÍTULO I

### 1. Introducción

#### 1.01 Justificación

En la actualidad, en el Ecuador establecer una empresa que sea un medio de impulso para la economía del país no se ve muy arraigada en los ciudadanos, junto con la falta de consumo de productos hechos en el país y el impulso de la producción de los mismos, que son una parte importante al generar un estancamiento tanto en el desarrollo productivo como económico, así como, el consumo masivo de productos importados que no se producen en el territorio nacional.

Es por ello, que se busca mejorar de manera paulatina en el Ecuador, así como en el sector donde se ubicará la microempresa, el desarrollo económico y productivo con la creación de una cafetería que sea capaz de crear fuentes de empleo, potenciar la elaboración de productos y el consumo de bebidas derivadas del café y chocolate de la mano de promover la cultura Andina del Ecuador.

Con esto, se aplicarán los conocimientos adquiridos en la carrera para determinar la factibilidad de la microempresa.

Además, se ve la idea de negocio como un emprendimiento único que apoya al reconocimiento de la riqueza cultural y productiva del sector Andino del Ecuador, con la temática principal de potenciar y promover la diversidad cultural de la misma al ofrecer alimentos originarios del territorio, utilizando la variedad de productos que se cultivan dentro del país, tanto para, la elaboración de bebidas y otros alimentos para el deleite del consumidor, con una ambientación que contenga todas las

características esenciales que definan en sí a la cultura Andina, como lo es, sus tejidos y figuras representativas.

Finalmente, al desarrollar el presente proyecto de estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería temática ambientada a la cultura Andina del Ecuador, ubicada en el sector centro del Distrito Metropolitano de Quito, pretende ser un negocio eficiente e innovador que busca generar rentabilidad al emprendedor del negocio, esperando tener ganancias y beneficios.

## **1.02 Antecedentes**

“La planta del café tiene diversos estudios afirman que esta tiene más de 1800 años de vida” (García, 2014, Pág. 9).

El café se estima que tiene su origen en suroeste de Etiopía donde se descubrió a la planta cafeto por primera vez, luego se extendió hasta la península de Arabia en XIII, donde se estableció dos tipos de plantas y la vez con dos tipos de procedencias etíope y arábiga. El café se expandió por todos los continentes y con ello se mejoró el tipo de semilla, donde se obtenía una bebida de exquisito sabor y aroma atrayente al tostar el grano. Así surge para el día de hoy la bebida que comúnmente se la llama café.

La creación de una cafetería se remonta a los años 1510 en Arabia donde se servía café, en los llamados «Kaveh kanes», unos lugares muy concurridos en los que se realizaban tertulias de todo tipo, se practicaba el ajedrez y se disfrutaba de la música y del baile (García, 2014, Pág. 9).

Las primeras cafeterías establecidas a lo largo de la historia son tomadas como puntos de encuentros, principalmente para hombres, que buscan discutir de temas de la vida cotidiana.

“En el siglo XVIII, las cafeterías eran frecuentadas por los pensadores del Iluminismo y fueron hasta mismo centros de fomento revolucionario, donde se discutía y discursaba sobre los conflictos políticos que resultarían en la Revolución Francesa, en 1789” (Museu do café, 2019).

Las cafeterías temática en sus inicios fueron creadas en base temas políticos donde solo se permitía el ingreso a personas intelectuales, altos funcionarios o personas empapadas en el tema que daban opinión del tema o formaban partidos políticos dependiendo del conflicto social.

Ya en la actualidad, existen una gran variedad de cafeterías temáticas en el mundo, que combinan su producto principal el café, junto con diseños, detalles, elementos o artículos populares o poco inusuales, que ofrecen a sus comensales algo distinto que solo una taza de café.

Existen una gran variedad de cafeterías temáticas en el mundo como:

Barbie Café que está ubicado en Taiwán y tiene paredes, sillones, mesas y demás adornos alusivos al universo rosa de Barbie. Aquí además de degustar deliciosos postres y bebidas, se podrá adquirir diversos accesorios de la popular muñeca. También se encuentra la cafetería de Snoopy Tower Café, ubicada en Tokio y rinde tributo al personaje creado en el año 1950 por Charles Schulz, el cual ofrece platillos con los rostros de los protagonistas de la serie, así como cafés con la cara del carismático perrito blanco (Ortiz, 2016).

En Ecuador los bares, comedores y cafeterías enfocados en las antigüedades, el anime, los juegos de video y Barcelona brindan a los amantes de estos temas una alternativa para pasar un rato ameno rodeado de una decoración de acuerdo con sus gustos (Rodríguez, 2018).

Las cafeterías temáticas en Ecuador son escasas. Las existentes están ubicadas en su mayoría en la Provincia de Guayas donde no solo son muy solicitadas por los comensales al ser lugares inusuales, en los cuales, se puede disfrutar de un ambiente diferente y disfrutar de buen comida.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis Situacional

#### 2.01 Ambiente Externo

Es el que tiene efectos directos e indirectos en la gestión general de la empresa, y es interesante conocer bien estas interrelaciones, porque pueden aportar a la empresa oportunidades de negocio en otras áreas geográficas, tanto del propio país como de otras comunidades internacionales (Rubio, 2008, Pág. 24).

##### 2.01.01 Factor Económico

“Consiste en los factores que afectan al poder de compra y a los patrones de gasto de los consumidores” (Martan, 2016).

##### 2.01.01.01 Producto Interno Bruto

El PIB, o producto interno bruto, el valor del mercado de bienes y servicios finales producido en una economía de un periodo determinado y se divide en cuatro partes: valor del mercado, bienes y servicios finales, producidos dentro de un país, en un período determinado de tiempo. (Parkin, 2017, Pág. 112)

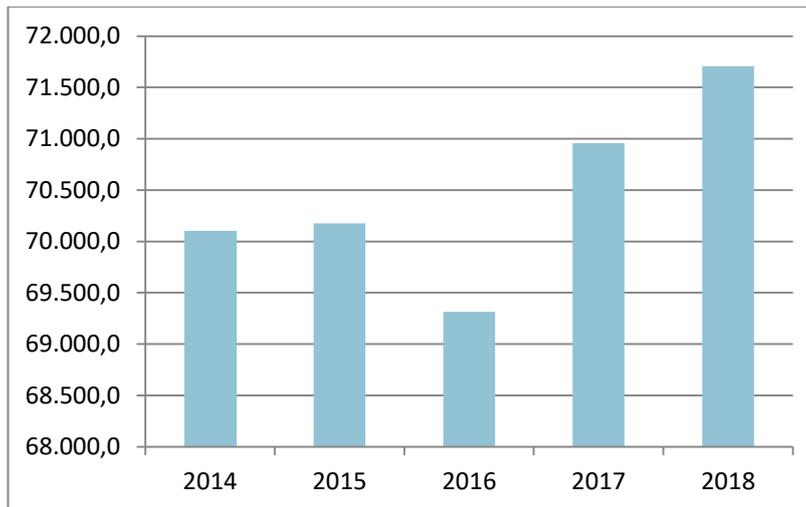
*Tabla 1*

*Producto Interno Bruto*

Fecha	Valores
2014	70.105,4
2015	70.174,7
2016	69.314,1
2017	70.955,7
2018	71.705,2

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 1** Producto Interno Bruto

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado:* Karen Tashintuña

El PIB en Ecuador en los recientes años, ha presentado un crecimiento ascendente, por el aumento productivo de las empresas de bienes y servicios, así como del acrecentamiento del consumo, por lo cual para el presente proyecto representa un indicador positivo, por la existencia de un mercado demandante que aportará al aumento de ingresos a la cafetería.

### 2.01.01.02 Producto Interno Bruto Sectorial

“Muestra como mide los ingresos de un país a través de diversas clasificaciones divididas en tres sectores como lo son el sector primario (extractivo), secundario (transformativo) y el terciario (de servicios)” (Nepo,2017).

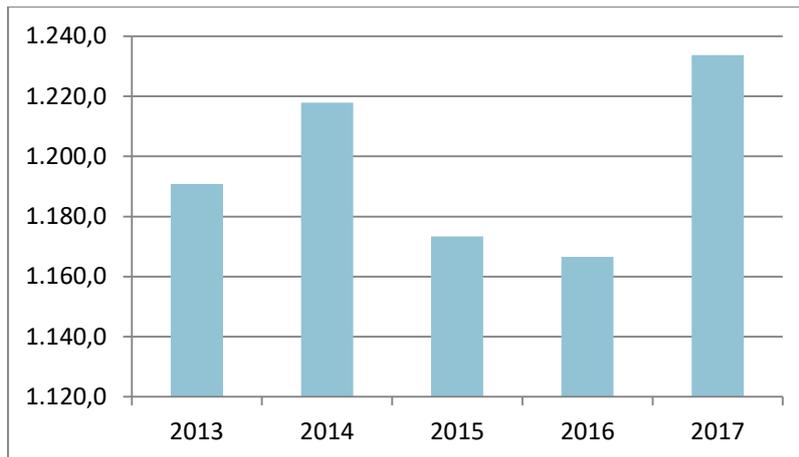
**Tabla 2**

*Producto Interno Bruto Sectorial del Servicio de Comida*

Fecha	Valores
2013	1.190,9
2014	1.217,9
2015	1.173,4
2016	1.166,5
2017	1.233,7

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado:* Karen Tashintuña



**Figura 2** Producto Interno Bruto Sectorial del Servicio de Comida

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado:* Karen Tashintuña

El PIB del sector de servicio para los últimos dos años ha tenido un aumento por la creación de empresas en el sector de servicios de comida, lo cual acrecienta la capacidad productiva y económica del Ecuador demostrando un bienestar paulatino del mercado donde el proyecto se va a ubicar, resultando beneficioso para el mismo.

### 2.01.01.03 Inflación

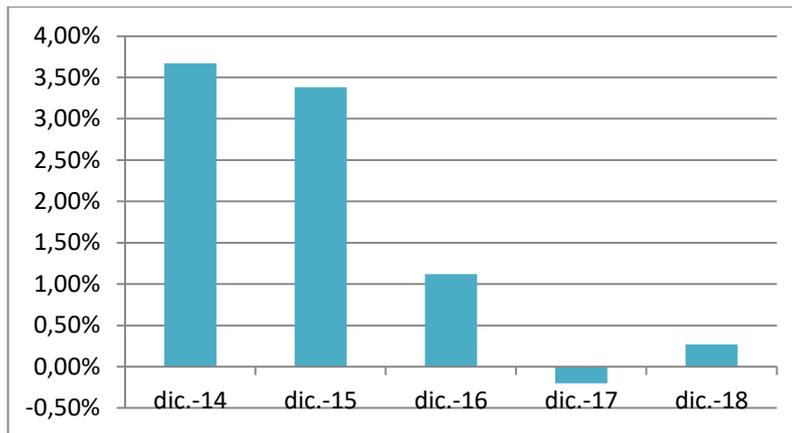
“La inflación, en economía, se refiere al aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo. Es como la disminución del valor del dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden comprar con dicho dinero”. (Nieto, 2008)

**Tabla 3**  
*Inflación*

Fecha	Porcentaje
dic-14	3,67%
dic-15	3,38%
dic-16	1,12%
dic-17	-0,20%
dic-18	0,27%

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado:* Karen Tashintuña



**Figura 3** Inflación

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Karen Tashintuña

La inflación en el Ecuador se muestra con porcentajes bajos en los últimos cinco años, mostrando un déficit en cuanto a su crecimiento, debido a la baja de los precios de los productores por escasos consumidores, por lo tanto, para el presente proyecto representa un indicador negativo en cuanto a la caída de precios en los bienes y servicios debido a que si bajan los precios, los márgenes de utilidad se reducen y peligra la sostenibilidad en el tiempo del proyecto

#### 2.01.01.04 Inflación Por Ciudades

“Recoge una muestra representativa de diversos bienes y servicios que utilizamos habitualmente para subsistir, con el fin de evaluar el impacto que la subida de los precios tiene en el coste de vida de un determinado lugar o ciudad.” (Pedrosa, 2019)

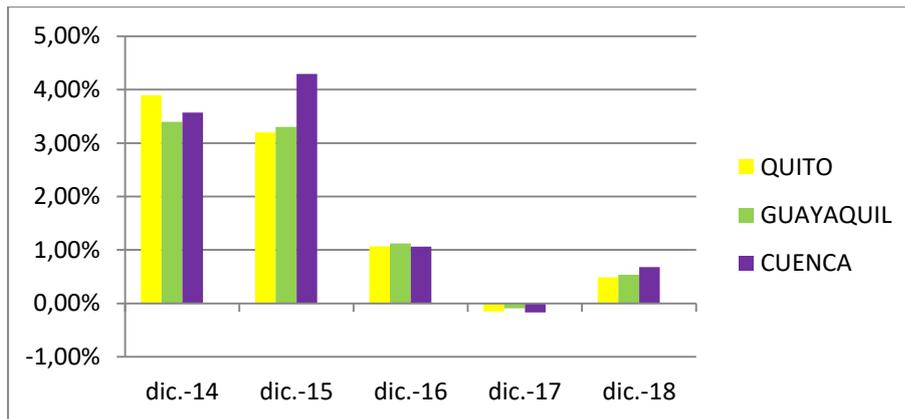
**Tabla 4**

*Inflación por Ciudades*

Fecha	Quito	Guayaquil	Cuenca
dic-14	3,89%	3,40%	3,57%
dic-15	3,20%	3,30%	4,29%
dic-16	1,07%	1,12%	1,06%
dic-17	-0,15%	-0,09%	-0,17%
dic-18	0,49%	0,54%	0,68%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Karen Tashintuña



**Figura 4** Inflación por Ciudades

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Karen Tashintuña

La ciudad de Quito muestra una variación en los porcentajes de la inflación de forma decreciente para los últimos tres años, por precios bajos que las empresas establecen en sus productos por alta competitividad, y al existir precios relativamente bajos no existiría márgenes de ganancias altos por lo que para el presente proyecto resulta un factor negativo al obtener utilidades relativamente pequeñas que no generan sostenibilidad para el proyecto.

### 2.01.01.05 Tasas de Riesgo país

Es la sobretasa de interés que paga cada país para financiarse en el mercado internacional. En esencia, mide la probabilidad (riesgo) de que un Estado logre o no pagar los vencimientos de sus obligaciones (deuda externa, bonos, letras del tesoro) cuando corresponde. (Gonzales, 2018)

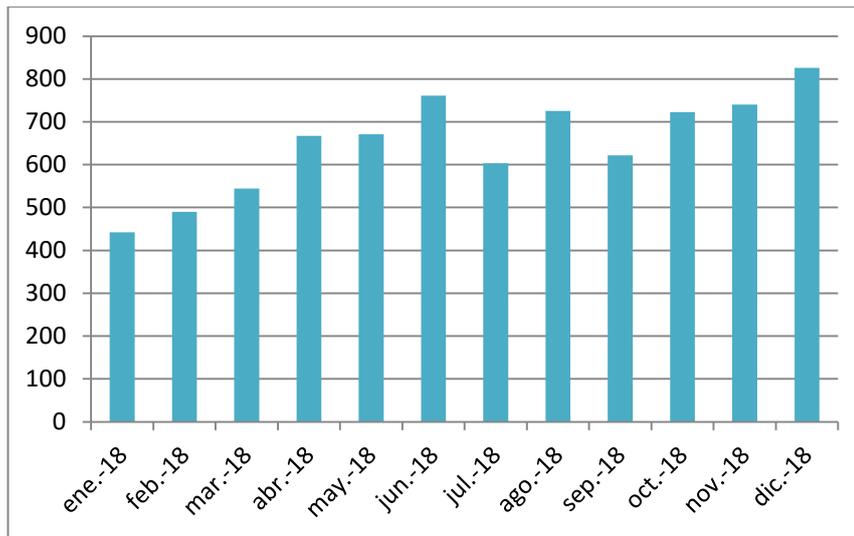
**Tabla 5**

*Riesgo País*

Fecha	Puntos
mar-18	544
abr-18	667
may-18	671
jun-18	761
jul-18	603
ago-18	725
sep-18	622
oct-18	722
nov-18	740
dic-18	826

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Karen Tashintuña



*Figura 5 Riesgo País*

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

El riesgo país en el último año es de tendencia ascendente, y muestran la falta de inversión extranjera en el país al tener altos índices en las puntuaciones, por lo tanto, al ser un indicador que se toma en cuenta para la toma de decisiones de un inversionista extranjero; el presente proyecto considerará al indicador con dos puntos de vista: negativo por la probabilidad que las empresas dentro del país no obtengan inversiones y con ello se disminuya el consumo, como positivo donde las empresas extranjeras se sitúen en el Ecuador y exista una alta competitividad empresarial.

#### **2.01.01.06 Tasa de Interés**

Se define a la tasa de interés como el rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en un mercado competitivo exento de riesgo, o en el que todos los riesgos están ya asegurados mediante primas adecuadas (Ortiz, 2001 Pág. 127).

##### **2.01.01.06.01 Tasa Activa**

“Tasa activa de interés es la que representa el rendimiento que el usuario del crédito paga al intermediario por la utilización de fondos” (Ortiz, 2001 Pág. 128).

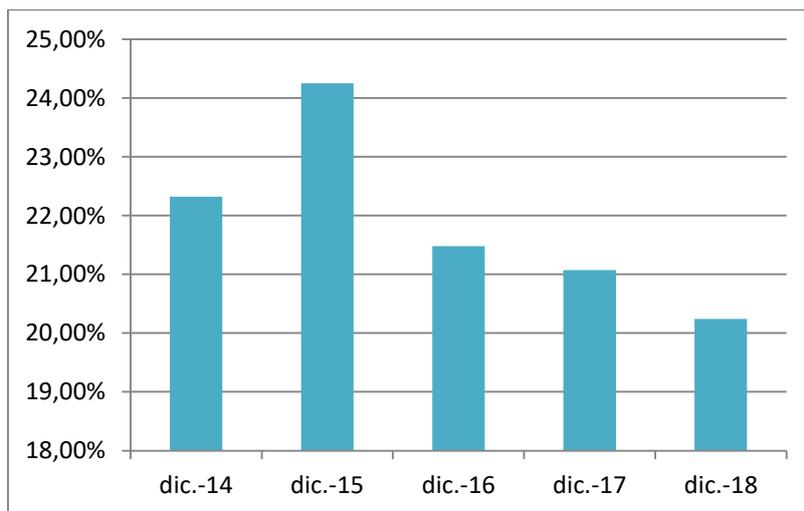
**Tabla 6**

*Tasa Activa Microcrédito*

<b>Fecha</b>	<b>Tasa</b>
dic-14	22,32%
dic-15	24,25%
dic-16	21,48%
dic-17	21,07%
dic-18	20,24%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Karen Tashintuña



**Figura 6** Tasa Activa Microcrédito

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Karen Tashintuña

La tasa activa para el año 2018 se presenta de forma decreciente, haciendo que las tasas de interés de los bancos bajen por alta competitividad de las mismas en cuanto a la emisión de préstamos, con ello para el presente proyecto resultará beneficioso el fácil acceso a recursos.

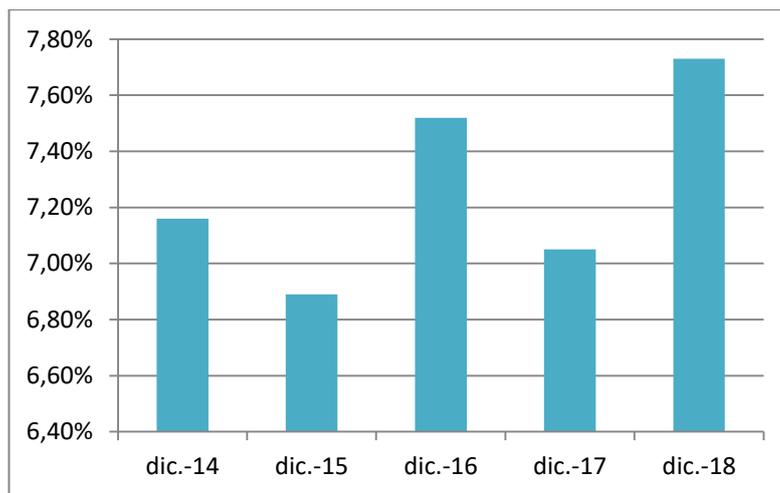
### **2.01.01.06.01 Tasa Pasiva**

“Tasa pasiva de interés es la que representa el rendimiento que el intermediario paga a los propietarios del capital a fondos que se están prestando.” (Ortiz, 2001 Pág. 127)

**Tabla 7**  
*Tasa Pasiva*

Fecha	Tasa
dic-14	7,16%
dic-15	6,89%
dic-16	7,52%
dic-17	7,05%
dic-18	7,73%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado:** Karen Tashintuña



**Figura 7** Tasa Pasiva  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

La tasa pasiva en el último año se muestra de forma ascendente, haciendo que las tasas de interés de los bancos, suban en cuanto al rendimiento que el usuario obtendrá de la entidad financiera por su cuenta de ahorro, depósito o prestación de dinero que el usuario da al banco. Para el presente proyecto la utilización de la tasa pasiva es irrelevante. Pero se percibe como otra forma de inversión, es decir, como un primer costo de oportunidad del presente proyecto.

### 2.01.02 Factor Social

“Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad y se divide en la organización empresarial y el mercado consumidor.” (Peralta, 2010)

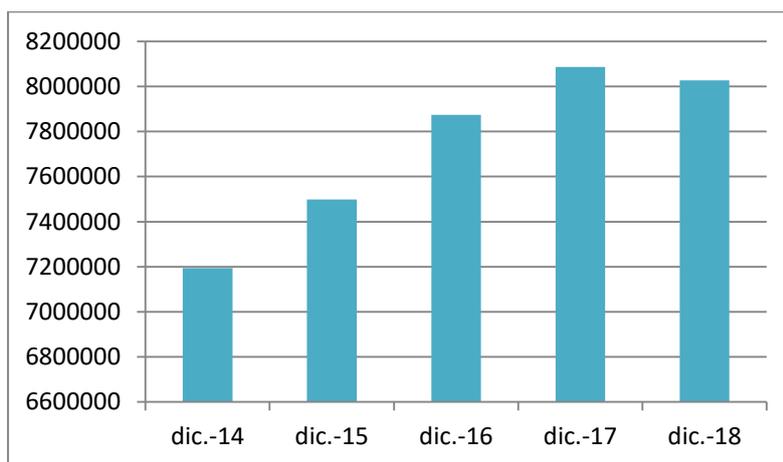
### 2.01.02.01 Población Económicamente Activa

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados).” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

**Tabla 8**  
*Población Económicamente Activa*

Fecha	Valores
dic-14	7194521
dic-15	7498528
dic-16	7874021
dic-17	8086048
dic-18	8027130

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos  
**Elaborado:** Karen Tashintuña



**Figura 8** *Población Económicamente Activa*  
**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística y Censos  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

El crecimiento ascendente de la población económicamente activa del último año muestra el aumento de personas que están en la capacidad de trabajar y que son idóneos para formar parte de la actividad productiva. El presente proyecto contará con una amplia demanda al cual va estar dirigida la cafetería, por tanto, se considera a este un indicador positivo.

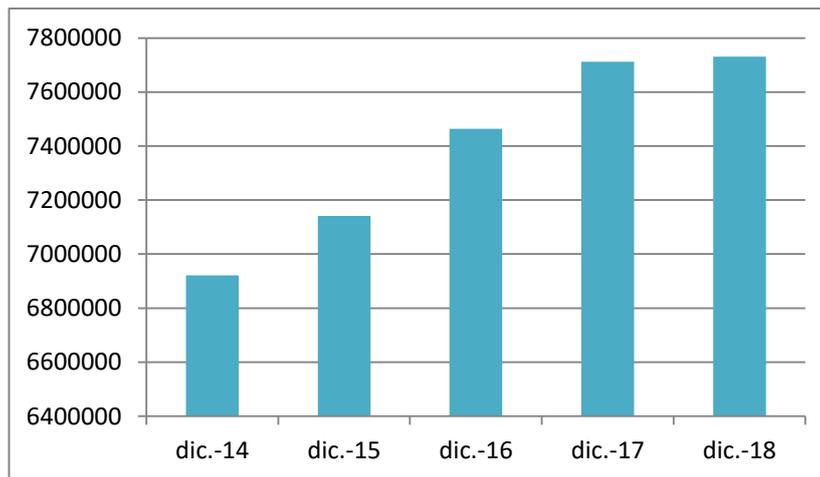
### 2.01.02.02 Empleo

“Personas de 15 años y más que, durante la semana de referencia, se dedicaban a alguna actividad para producir bienes o prestar servicios a cambio de remuneración o beneficios.” (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

**Tabla 9**  
*Empleo*

Fecha	Cantidad	Porcentaje
dic-14	6921107	49,30%
dic-15	7140636	46,50%
dic-16	7463579	41,20%
dic-17	7712177	42,30%
dic-18	7731032	40,60%

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 9** *Empleo*

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

El crecimiento ascendente de las personas que cuentan con un trabajo para los últimos años resulta favorable para el presente proyecto, porque demuestran la capacidad de las personas para adquirir productos o servicios, y en especial se obtiene un alto índice de demanda en el consumo para el proyecto, causando que más personas gasten en el servicio a ofrece

### 2.01.02.03 Desempleo

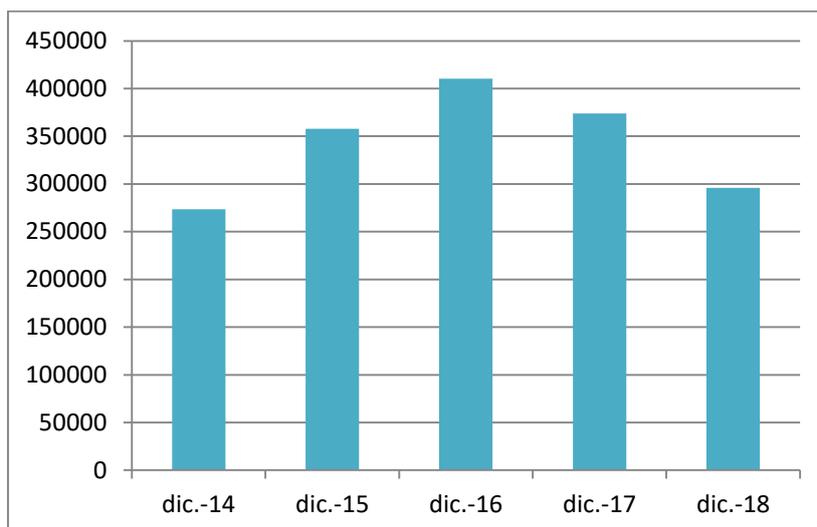
Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados y presentan ciertas características: i) No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar; ii) buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

**Tabla 10**  
*Desempleo*

Fecha	Cantidad	%
<b>dic-14</b>	273414	3,80%
<b>dic-15</b>	357892	4,77%
<b>dic-16</b>	410441	5,20%
<b>dic-17</b>	373871	4,60%
<b>dic-18</b>	296097	3,70%

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 10** *Desempleo*

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

El índice de desempleo para los últimos años se presenta de forma descendente, destacando que las personas sin empleo presentan una desventaja para el presente proyecto, ya que no tendrán la capacidad económica de adquirir el producto en la cafetería.

### 2.01.02.04 Subempleo

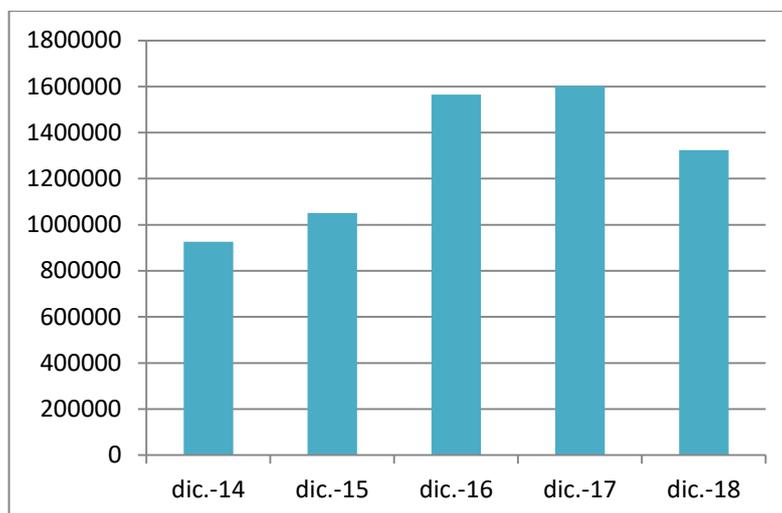
Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. Es la sumatoria del subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo y por insuficiencia de ingresos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)

**Tabla 11**  
*Subempleo*

Fecha	Cantidad	Subempleo
dic-14	925774	12,87%
dic-15	1050646	14,01%
dic-16	1564825	19,87%
dic-17	1602909	19,80%
dic-18	1323724	16,50%

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 11** *Subempleo*

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

En el Ecuador en los últimos años, muestra fluctuaciones en los índices de subempleo los cuales indican a aquellas personas que perciben un salario mínimo y tienen el objetivo principal de priorizar sus necesidades. Por lo tanto, para el presente proyecto el indicador de subempleo revela a parte de la población que no cuenta con el dinero suficiente para adquirir el servicio de la cafetería.

### 2.01.03 Factor Legal

Son los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país. Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga. (Hernández, 2008)

Se ha considerado establecer a la microempresa como de una Persona Natural

No Obligada a Llevar Contabilidad ya que el contribuyente queda por debajo de

los límites de:

**Tabla 12**

*Parámetros de Una Persona Natural No Obligada a Llevar Contabilidad*

Rubros	Valor
Capital	$\leq 180.000$
Ingresos	$\leq 300.000$
Costos y Gastos	$\leq 240.000$

*Fuente: Servicio de Rentas Internas*

*Elaborado por: Karen Tashintuña*

Para establecer una microempresa en el Ecuador que cuente con todo lo necesario para su funcionamiento se lo llevará a cabo y por medio de:

#### 2.1.03.01 Permisos

❖ Emisión del Registro Único del Contribuyente.

- Cédula y papeleta de votación
- Planilla de servicios básicos
- Contrato de arrendamiento (si aplica)
- Formulario del SRI

Una vez que se apertura el RUC se establece la razón social y nombre comercial del proyecto, estos son:

- RAZÓN SOCIAL: Karen Lizeth Tashintuña Loachamin
- NOMBRE COMERCIAL: Café Diablo Huma

❖ Certificado de seguridad emitido por el cuerpo de bomberos.

- Original y copia de compra o recarga de extintor.
  - Fotocopia del RUC.
  - Carta de autorización de quien realiza el trámite.
  - Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local
  - Copia de la patente municipal
  - Copia del contrato de arriendo del bien inmueble
- ❖ Obtención de patente municipal de comerciante.
- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
  - RUC actualizado.
  - Formulario de Patente del comerciante.
  - Copia de cédula y papeleta de votación del dueño.
- ❖ Permiso de Funcionamiento LUAE
- Original y Copia del RUC
  - Original y Copia Cédula de ciudadanía junto con original y copias de papeleta de votación del representante legal
  - Autorización del dueño para colocar rótulo si el local es arrendado
  - Fotografía del rotulo con la fachada.
- ❖ Certificado de Salud de los Trabajadores avalado por el Ministerio de Salud.

#### **2.01.04 Factor Tecnológico**

Factor elemental para el desarrollo y competitividad de las empresas, es por ello que hoy en día se crea la necesidad de estar siempre a la vanguardia con los productos, procesos y tecnologías de las empresas, para hacer frente a la competencia y buscar la posibilidad de ser competitivos y productivos en el ramo que se desarrollen las empresas (Zayas, 2015)

La utilización de la tecnología para el presente proyecto no requiere que sea de punta, las maquinas son de tecnología moderada, necesarias y útiles para el funcionamiento del negocio, además se encuentran disponibles en el Ecuador lo cual evita minimizar costos para la implementación del negocio.

#### **2.02 Entorno Local**

“Todos los elementos que influyen en el proceso de agregación de valor a un producto o bien intermedio pertenecen al microambiente de la empresa.” (Chavarría & Sepúlveda, 2001).

##### **2.02.01 Clientes**

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (Thompson, 2009).

Para el presente proyecto se establecerá variables que permitan identificar a los clientes y para ello se determinará características como: edad, género, frecuencia de consumo, ubicación, motivo de compra, fuente de ingresos y nivel de ingresos; a quienes se pretende acceder con la idea de negocio y poder cumplir con las expectativas de los mismos.

**Tabla 13**  
*Variables de Clientes*

<b>Variable</b>	<b>Respuesta</b>
Nivel de ingreso	Nivel socioeconómico medio y alto
Edad	Entre los 20 a 45 años
Género	Hombres y Mujeres
Ubicación Geográfica	Centro Histórico de Quito y sus alrededores
Frecuencia de Consumo	diaria / semanal y mensual
Fuente de ingresos	Trabajo, dinero propio
Motivo de compra	Sabor, antojo, satisfacción

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado:** Karen Tashintuña

Con la determinación de las variables de clientes se obtiene un público amplio de hombres y mujeres entre los 20 a 45 años, las cuales tienen poder adquisitivo aptas para el consumo de café y otros alimentos dentro del negocio. También el café al ser un producto de consumo masivo y frecuente entre la población a quien se espera ofrecer los diferentes productos se obtenga con el presente proyecto la rentabilidad deseada.

### **2.02.02 Proveedores**

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad.” (Pérez, 2010)

Los proveedores que se establecerán para el proyecto, son seleccionados según la calidad de sus productos, precio de los insumos, descuentos que bajen el costo y convenios que faciliten el estudio financiero del mismo.

**Tabla 14**  
*Proveedores*

<b>Proveedores</b>	<b>Insumo</b>	<b>Dirección</b>	<b>Factor de compra</b>
PlastiFlan	Envases plásticos	Toledo N24-639 y Coura	Precio, descuentos
Maincoffee	Maquinarias y equipos	Cocha,E3-65 y Panamericana Sur	Calidad, garantías
Minerva	Café y derivados	Diario Figueroa N° 339	Calidad
Agrícola Garadez Reysaltiwál	Leche y derivados	Carlos Guardera N47 340	Convenios, calidad
Aroma	Chocolate y derivados	Beto Horizonte 354	Descuentos, convenios
Industria Eguez Cueva Cia. Ltda	Utensilios de cocina y materia prima	6 de Diciembre	Precio, descuentos
Limpio	Útiles de aseo	AV 12 de octubre	Precio
Azúcar Tababuela	Azúcar y derivados	Panamericana Norte km 25	Calidad, precio
Distribuidora Más	Elementos de pastelería y panadería	Calderón	Precio, calidad
Pycca	Vajillas, trastes	Galo Plaza Lazo	Calidad, convenios
Mercado Ofelia	Frutas	Carcelén	Precio, calidad
Cevallos Edson	Empanadas	Calderón	Precio, convenio
Alobuela Enrique	Pastel, pan	Calderón	Precio, calidad
Carmen Díaz	Humitas, quimbolitos	Calderón	Precio, convenio
Casa del bizcocho	Bizcochos	Calderón	Precio, calidad

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para el proyecto, es fundamental contar con proveedores para la entrega de productos, por lo cual, se busca aquellos que mejor se caractericen en el mercado, con los cuales se pueda contar, tanto en factores como de calidad, precio, convenios, garantías y descuentos, que faciliten la adquisición de productos en tiempos de entrega cortos y condiciones de pago que fortalezcan una relación a largo plazo.

### 2.02.03 Competidores

Según Pérez (2008) “la competencia se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.”

Después de realizar un análisis in situ y, mediante la técnica de la observación se detectaron los siguientes competidores:

**Tabla 15**  
*Competidores*

Competidores	Ubicación
Vista Hermosa	Venezuela y Olmedo
Cafe del fraile	Chile 56, Quito
Café San Mateo's	Plaza de las Conceptas, García Moreno y Mejía
Ktedral Cafetería	García Moreno N3-96, Quito 170401
Cafetería Modelo	Benalcázar y Sucre

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Se analizó los principales competidores del sector que intervienen indirectamente en la microempresa y a quienes se deberá tomar en cuenta para el análisis del mercado.

### 2.03 Análisis de FODA

“El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar una análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.” (Riquelme, 2016).

### 2.03.01 Matriz de Factores Externos

La elaboración de la matriz de factores externos se realiza para el análisis de oportunidades y amenazas que puedan afectar al presente proyecto y a los consumidores.

El análisis de dichos factores ayudan a la planeación de estrategias que prevengan problemas futuros y se logre el rendimiento efectivo de la cafetería.

Se tomarán en cuenta algunos factores externos más próximos a influenciar en la cafetería:

**Tabla 16**  
*Factores Externos*

Oportunidades	Amenazas
Existencia de proveedores en gran cantidad.	Competencia.
Ubicación del negocio.	Liderazgo en costos de la competencia.
Alta demanda de consumo.	Fluctuación de la economía en el Ecuador.
Materia prima de fácil acceso	Demanda de productos sustitutos.

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado por: Karen Tashintuña*

Las oportunidades con gran relevancia en el proyecto se pueden determinar en la alta afluencia de demanda que tiene el negocio, porque se establece una ubicación estratégica en el centro histórico de Quito, ya que existe aglomeración de personas que visitan el sector, ya sean turistas, extranjeros o personas propias del lugar.

Las amenazas que se pudo encontrar en el proyecto son: en primera instancia la competencia que existe en el sector, ya que se ubica en el Centro de Quito, un lugar altamente turístico con cafeterías tradicionales que han existido por muchos años, que cuentan con liderazgo en costos.

## 2.04 Propuesta Estratégica

Ayuda al desarrollo de una empresa y la visión de cada trabajador. Conlleva a los valores, creencias y prácticas, por medio de la programación de una serie de actividades, y su éxito dependerá de la buena ejecución de principio a fin. (López, 2013)

### 2.04.01 Misión

“La misión empresarial es el motivo que impulsa la creación de la compañía y detalla la orientación de sus esfuerzos y actividades. En otras palabras, representa la razón de ser de la empresa y orienta su planificación.” (Pérez, 2008)

Por ello la misión que se ha establecido en la microempresa es:

Ofertar alimentos de calidad junto con la exhibición de la diversidad cultural Andina del Ecuador, utilizando elementos y productos característicos del territorio, con el fin de satisfacer las necesidades de consumidores propios del sector, turistas y extranjeros, para posicionar el producto en el mercado.

### 2.04.02 Visión

“La visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar”. (Cuevas, 2003).

La visión principal de la microempresa es:

Llegar a ser un microempresa sólida en el año 2024 con una mayor participación en el mercado nacional, junto con la apertura de sucursales, para un crecimiento económico del negocio, de la región y el país.

### **2.04.03 Objetivos**

#### **2.04.03.01 Objetivo General**

Posicionar en el mercado una marca representativa que garantice la calidad de sus alimentos, productos y servicios con el uso eficiente de los recursos tecnológicos y naturales para conseguir la rentabilidad deseada.

#### **2.04.03.02 Objetivos Específicos**

- Obtener clientes satisfechos que recomienden a más personas sobre el servicio de cafetería que se ofrece.
- Fomentar la marca del negocio, estableciendo lazos de cercanía entre los clientes, los productos y servicios del negocio.
- Hacer un uso eficiente de la tecnología que sea amigable con el ambiente y la ocupación adecuada de los recursos naturales.

#### **2.04.04 Principios y/o Valores**

Para el correcto desenvolvimiento del proyecto se considera adecuado que el mismo siga los lineamientos de los siguientes principios y valores:

##### **❖ Principios Empresariales**

- Calidad
- Compromiso con los clientes
- Responsabilidad Social
- Satisfacción a nuestros clientes

##### **❖ Valores**

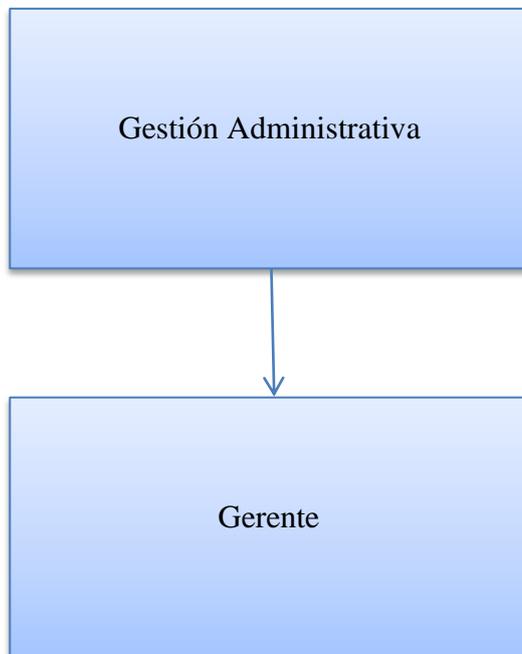
- Honestidad
- Integridad
- Excelencia

### 2.04.05 Gestión Administrativa

Gestión administrativa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con ayuda de las personas y las cosas mediante el desempeño de ciertas labores esenciales como son la planeación, organización, dirección y control (Anzola, 2002, pág. 70).

La aplicación de una gestión administrativa dentro del proyecto permite la realización ordenada de tareas aprovechando los recursos disponibles de capital, materiales, económicos y humanos para el alcance de objetivos de la entidad y su crecimiento.

#### 2.04.05.01 Organigrama



*Figura 12 Gestión Admirativa*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 2.04.05.02 Manual de Funciones

 <p style="text-align: center;"><i>Reconociendo nuestra culturalidad</i></p>	
<b>Cargo</b>	<b>Gerente General</b>
<b>Requerimientos Académicos</b>	Tecnología en Administración Bancaria y Financiera
<b>Experiencia Laboral</b>	Experiencia Mínima un año
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación del personal</li> <li>• Manejo y control de los recursos económicos</li> <li>• Elaboración y cierre de contratos</li> <li>• Controlar los departamentos administrativo, operativo y comercial.</li> <li>• Analizar ganancias y gastos</li> <li>• Declaraciones de impuestos</li> <li>• Facturación</li> </ul>	

*Figura 13 Funciones del Gerente*

*Fuente: Investigación Propia*

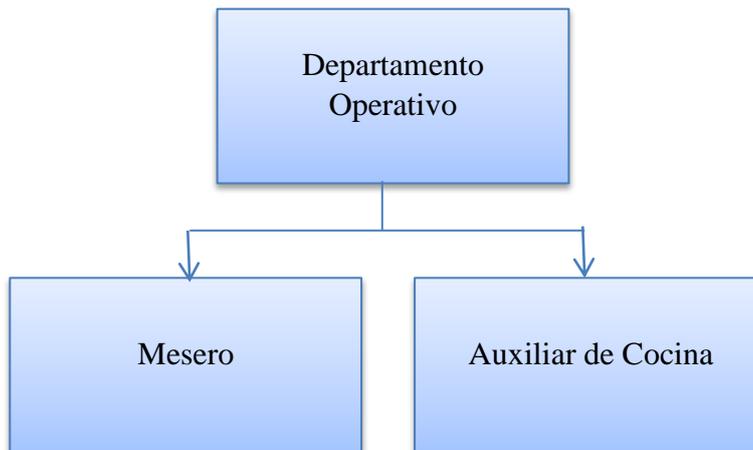
*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 2.04.06 Gestión Operativa

Consiste en desarrollar gráficamente el desarrollo de la gestión para la ejecución de un proyecto o actividad. Con la utilización de esta técnica se tiene de una forma resumida todos y cada uno de los pasos que es necesario dar para llevar a cabo la ejecución de los programas y proyectos que se insertan en el Plan Estratégico; el reparto de tareas, la temporalización de cada acción, la distribución de los recursos (Cembrano, Montesinos, & Bustelo, 2009).

La gestión operativa en la cafetería ayuda a determinar los diferentes procesos y actividades continuas que debe realizarse en el día a día, ocupando al máximo los recursos disponibles para obtener resultados en el menor tiempo posible, y la entidad siga en movimiento y cumpla con sus metas y objetivos.

### 2.04.06.01 Organigrama



*Figura 14* Gestión Operativa  
*Fuente:* Investigación Propia  
*Elaborado:* Karen Tashintuña

### 2.04.06.02 Manual de Funciones

 <p style="text-align: center;"><i>Reconociendo nuestra culturalidad</i></p>	
<b>Cargo</b>	Mesero
<b>Requerimientos Académicos</b>	Bachillerato
<b>Experiencia Laboral</b>	Experiencia Mínima un año
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Aseo de mesas y el local</li> <li>• Servir alimentos</li> <li>• Cobro a clientes</li> <li>• Tomar pedidos</li> <li>• Saber sobre caja</li> <li>• Verificar funcionamiento de máquinas de café</li> </ul>	

*Figura 15* Funciones de mesero  
*Fuente:* Investigación Propia  
*Elaborado:* Karen Tashintuña

 <p style="text-align: center;"><i>Reconociendo nuestra culturalidad</i></p>	
<b>Cargo</b>	Auxiliar de cocina
<b>Requerimientos Académicos</b>	Tecnología o ingeniería en gastronomía
<b>Experiencia Laboral</b>	Experiencia de 3 años
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de alimentos</li> <li>• Aseo de la cocina y utensilios</li> <li>• Información de materia prima y utensilios faltantes</li> <li>• Inventario de productos</li> <li>• Organización de materiales en cocina</li> <li>• Planificación de recursos para la producción</li> </ul>	

*Figura 16 Funciones Auxiliar de cocina*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### **2.04.07 Gestión Comercial**

“La gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado”. (Herrera, 2001, pág. 151)

La gestión comercial es importante porque ayuda a la realización de las ventas con clientes y otras empresas, para generar un intercambio de dinero y productos que generen ingresos a la entidad.

La gestión comercial es un factor que emplea técnicas de mercadotecnia que proporciona conocimiento del producto y servicio a ofrecer hacia el mercado en general, mientras se busca potenciar las ventas del negocio. Para el presente proyecto, este no influirá ya que no se tomará a ningún representante de ventas que

participe en el servicio de cafetería. Las ventas respectivas, cobranza y atención al cliente lo realizará el representante de la gestión operativa.

#### 2.04.07.01 Marketing Mix

##### ❖ **Producto**

“El producto es todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido.

El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad". (Romero, 2010, pág. 156)

Se ha establecido para la microempresa la venta de los siguientes productos:

- **Bebidas calientes:** aquí se podrá encontrar conseguir bebidas para degustar en días fríos, en las mañanas y tardes al ser de carácter caliente, aunque también estarán disponibles cuando el cliente los solicite; se realizará bebidas como: café solo, mocaccino, capuchino, leche con chocolate y té. Para el café y té se lo servirán en tazas de 150ml y para él mocaccino, capuchino, leche con chocolate en tazas de 250ml.
- **Bebidas frías:** están pensadas para días calurosos y se podrá encontrar jugos, frappé y smoothies. A las bebidas se las podrá encontrar en contenedores con tapa o vasos de cristal los cuales se establece en un tamaño 320ml.
- **Bocadillos:** para acompañar las bebidas se podrá encontrar sandwiches, rebanadas de pastel, empanadas, humitas, quimbolitos y biscochos rellenos

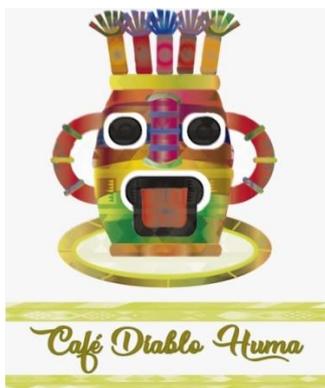
Cada bebida caliente se servirá en tazas que cuenten con diseños representativos de la cultura Andina ya sea con imágenes representativas o símbolos que las caractericen, también para bebidas en contenedores de plástico cerrado tendrán las respectivas etiquetas del logo de cafetería. Mientras que, para el decorado y diseño

del local, se le dará un ambiente moderno pero con elementos decorativos pensados en la cultura tales como tejidos, cuadros con imágenes y figuras colocadas en todo el local; dando así un entorno lo más centrado a la diversidad cultural de la Región Sierra.

❖ **Logotipo:**

El logotipo de la cafetería está centrado en la figura de un diablo huma, el cual es la imagen representativa de la cultura Andina del Ecuador, además el logotipo también costará del nombre de la cafetería “Café Diablo Huma”. Los colores por los que se ha optado son:

- **Dorado:** utilizado para dar color a las letras y algunas partes del diablo huma. El color tiene un significado de belleza, riqueza y se lo relaciona con la felicidad.
- **Rojo:** utilizado para dar color al diablo huma representa la fuerza, valentía, el calor, energía y la vida.
- **Azul:** es considerado como el color de la libertad, la verdad, la armonía y la fidelidad.
- **Verde:** es símbolo de la serenidad y la armonía.
- **Morado:** hace referencia a la espiritualidad, dignidad y creatividad.



*Figura 17: Logotipo de la Empresa*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

### ❖ Slogan:

El slogan utilizado será: “Reconociendo nuestra culturalidad”, el cual debe llamar la atención del cliente, a saber acerca de cómo se quiere representar la cultura de la región. El slogan estar compuesto por: los colores rojo y dorado, tipo de letra *Monotype Corsiva* y 3 líneas paralelas superiores e inferiores.

---

---

## *Reconociendo nuestra culturalidad*

---

---

*Figura 18 Slogan de la Empresa*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

### ❖ Precio

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Kotler, 2008).

La estimación de los productos a servir en la cafetería serán dados por el precio sombra y el precio costeo:

- **Precio sombra:** Es el precio de referencia o precio promedio del mercado que se toman en cuenta, entre competidores de una misma línea de productos.
- **Precio costeo:** El precio en función del costo es la fijación del precio para un producto dependiendo de la cantidad de dinero utilizado para producir el bien tanto en la utilización de materia prima, producción, embalaje, mano de obra junto con el margen de ganancia para cada venta.

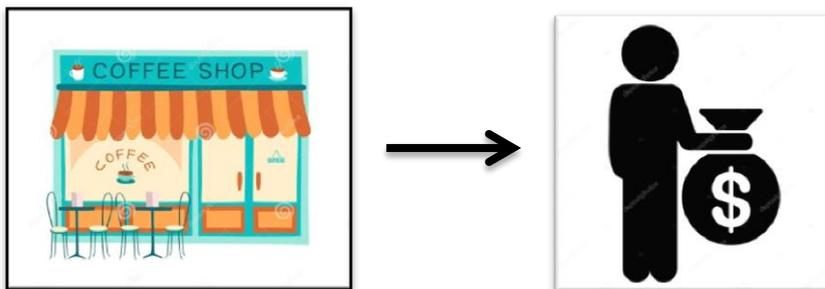
La cafetería utilizará los dos métodos de precio costeo y precio sombra porque se buscará comparar precios con la competencia y además se tomará en cuenta el margen de utilidad para los productos de acuerdo a cuánto dinero se utilizó para

realizar dichos productos. Se fijará los dos métodos para garantizar el precio y evitar el riesgo de pérdidas para la entidad.

### ❖ Plaza

La Plaza o distribución es otra de las famosas P's de la mezcla de mercadeo y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto. (Velásquez, 2015)

El presente proyecto estará ubicado en el Centro Histórico de Quito, en el cual se tomará en cuenta el canal de distribución directa donde solo participará la microempresa y el cliente, sin la necesidad de intermediarios y el cliente pueda adquirir directamente los productos.



**Figura 19** Canal Directo  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

### ❖ Promoción

“La promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”. (McCarthy & Perreault, 2007, pág. 446)

La cafetería utilizará estrategias de comercialización que ayudarán a conocer acerca de lo que se ofrece como son los productos u otros alimentos, el lugar específico del local, pero también ayudará a la interacción del cliente y consumidor con el negocio.

Se utilizará:

- **Entrega de volantes :** la entrega de volantes tendrá mayor presencia en el sector del Centro Histórico de Quito, donde estará ubicada la cafetería, para informar al cliente y consumidor del sector que se ofrece en el local, horarios de atención y platos de la casa con su respectivo precio.
- **Creación de redes sociales:** para la entidad se creará las diferentes redes sociales como medio de difusión de información de la cafetería tales como Facebook, Instagram y correos electrónicos donde se podrá encontrar más información acerca de lo que se ofrece, ubicación y como medio de interacción del cliente con la cafetería.
- **Página web:** la utilización de la página web será como medio de utilización para conocimiento público y medio de contenido de información.
- **Tarjetas de presentación:** Se hará entrega de números de teléfono y ubicación del local a proveedores y personas con las que soliciten el servicio de cafetería.

Todo lo referente a la imagen y papelería corporativa se presenta en el ANEXO 1.

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de Mercado

#### 3.01 Análisis del Consumidor

“El análisis del consumidor se centra en recopilar información sobre el mercado, con el fin de lograr un perfil del consumidor basado en los factores demográficos y en factores de comportamiento tales como: actitudes, preferencias, conducta de compra, motivaciones”. (Tejada, 2006, pág. 138)

##### 3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

###### ❖ Población:

“Una población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado, con alguna característica común observable o medible.”(Dí Rienzo & Cazanovez & González & Tablada, 2008)

*Tabla 17*  
*Población*

Segmento	Habitantes
Ecuador	17.267.986
Sierra	7.733.725
Pichincha	3.172.200
Quito	2.735.987
Centro histórico	47.872
Objetivo	25.976

*Fuente:* Instituto Nacional de Estadística y Censos  
*Elaborado:* Karen Tashintuña

La población que se ha tomado para el estudio del presente proyecto estará segmentada para la ciudad de Quito en el sector del Centro Histórico, ya que es el lugar donde estará ubicada la microempresa.

❖ **Muestra:**

“Se entiende por muestra a todo subconjunto de elementos de la población.” (Di Rienzo & Cazanovez & González & Tablada, 2008)

Para el presente proyecto, en la obtención de la muestra para su respectivo cálculo, se establece la utilización de la fórmula de población finita porque se tiene conocimiento de la población (PEA) y se desea conocer cuál es el total de involucrados a estudiar.

Fórmula Población Finita:

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

Donde los elementos principales de la fórmula serán:

N= Total de la población

p=0,5

q=0,5

e=0,05

z= 1,96

Los valores corresponderán respectivamente a:

N = Población segmentada

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

e = Error de estimación (5%)

Z = Probabilidad del nivel de confianza (1.96)

Con esto se procede a calcular la muestra como sigue:

$$n = \frac{1,96^2 * 25.976 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (25.976 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{3,84 * 25.976 * 0,25}{0,0025 * (25.976 - 1) + (3,84 * 0,25)}$$

$$n = 379$$

### 3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

#### ❖ Encuesta

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”. (Thompson, 2010)

#### ❖ Entrevista

“La entrevista es una forma oral de comunicación interpersonal, que tiene como finalidad obtener información en relación a un objeto.” (Acevedo & Alba, 2000, pag.10)

#### ❖ Observación

La observación es una técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente y agrega: La observación puede definirse, como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación (Sabino, 2002, Pág. 116).

Para el presente proyecto se considera la utilización de la técnica de la encuesta, que consiste en obtener información de personas ubicadas en el sector del Centro Histórico de Quito con el objetivo de determinar la aceptación de la idea de negocio, la misma que se encuentra en el ANEXO 2.

### 3.01.03 Análisis de la Información

**Pregunta 1.** ¿Acude usted a menudo a cafeterías?

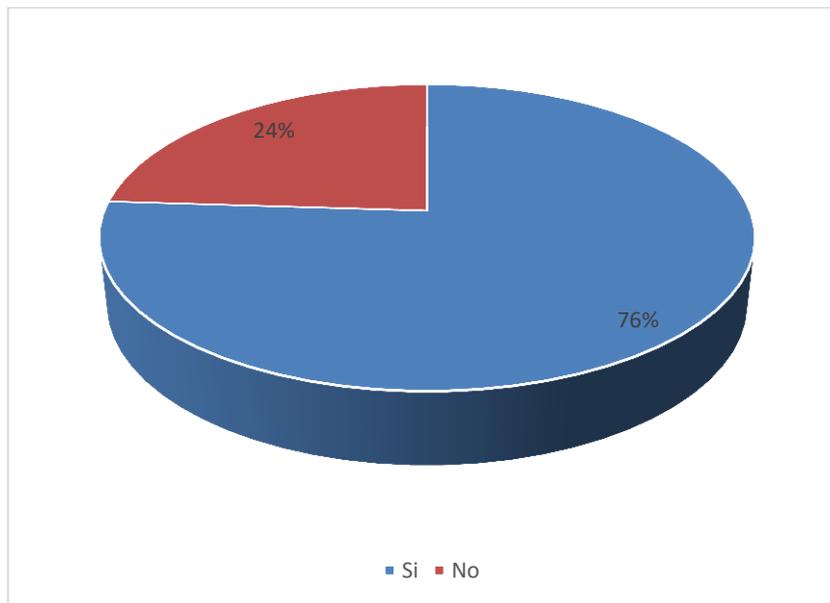
**Tabla 18**

*Asistencia a Cafeterías*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	76%
No	91	24%
Total	379	100%

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 20** Asistencia a Cafeterías

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

De la encuesta realizada se obtiene que 288 personas acuden a cafeterías, las cuales representan el 76% de una muestra total de 379, mientras que 91 personas encuestadas que son el 24% no visitan cafeterías. La información arrojada permite distinguir que para la cafetería se cuenta con una cantidad amplia de personas dispuestas a obtener el servicio de cafetería.

**Pregunta 2.** ¿Con que frecuencia acude usted a cafeterías?

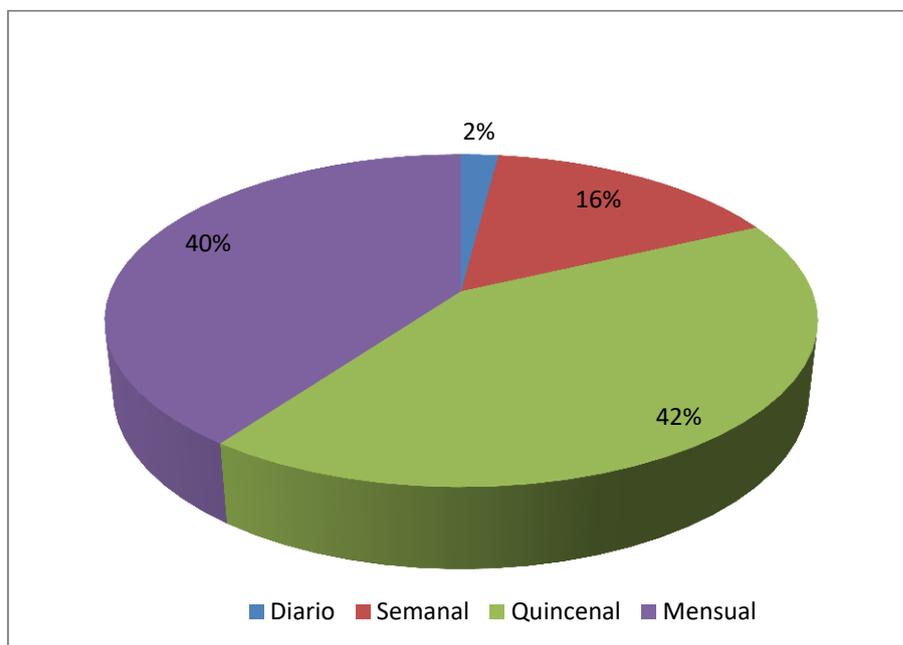
**Tabla 19**

*Frecuencia de Asistencia a Cafeterías*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	6	2%
Semanal	46	16%
Quincenal	121	42%
Mensual	115	40%
Total	288	100%
N/A	91	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 21** Frecuencia de Asistencia a Cafeterías

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

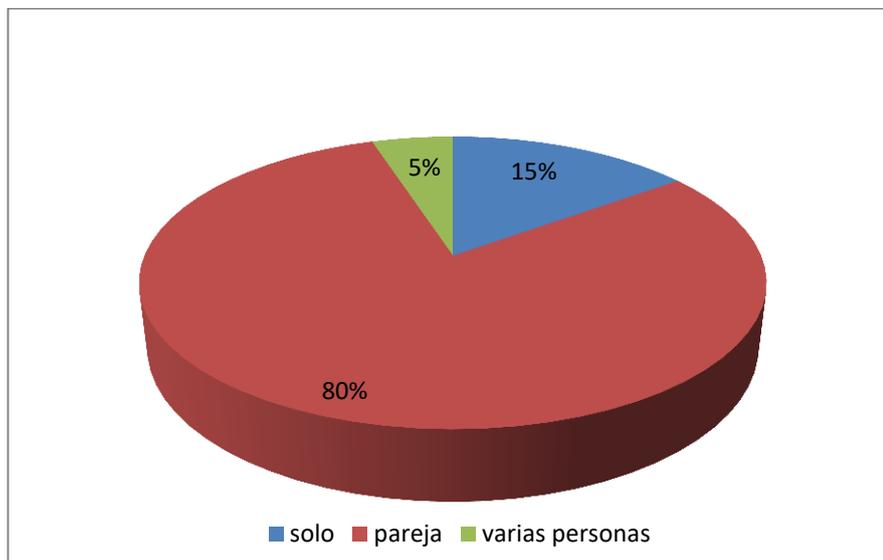
Con la realización de la encuesta se tiene 288 personas de 379 aceptaron visitar cafeterías, las cuales tienen una asistencia de frecuencia diaria, semana, quincenal y mensual. 6 personas que equivalen al 2%, frecuenta una cafetería diariamente, 46 personas son el 16% que acuden semanalmente, 121 encuestados con un 42% visitan cafeterías quincenalmente y 115 personas con el 40% acuden a una cafetería mensualmente. Se llega a la conclusión que un gran porcentaje de personas visitan cafeterías en periodos de tiempo extensos de 15 a un mes y no de forma habitual.

**Pregunta 3.** Al momento de ingresar a una cafetería suele hacerlo en

*Tabla 20 1*  
*ngreso a una Cafetería*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Solo	43	15%
Pareja	230	80%
Varias personas	14	5%
Total	288	100%
N/A	91	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*



*Figura 22 Ingreso a una Cafetería*  
*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

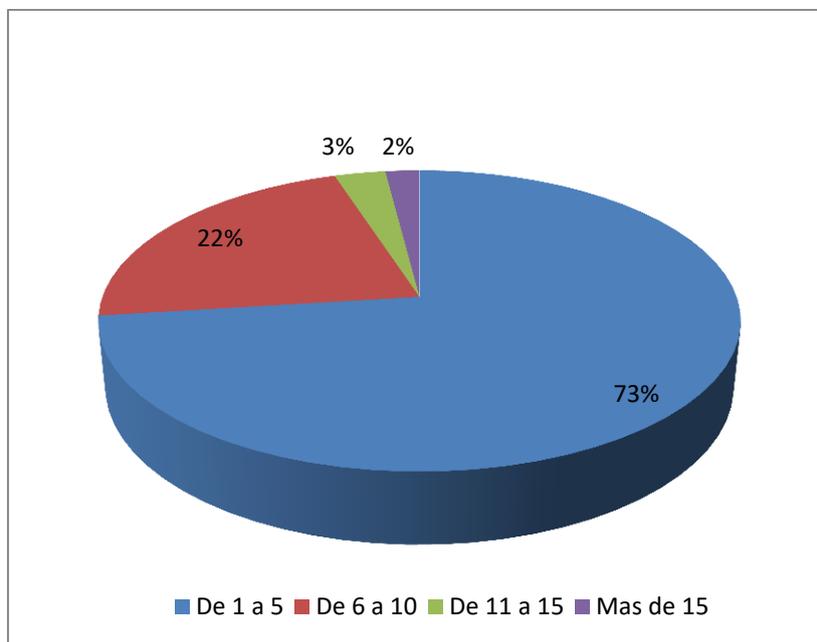
Con ayuda de la realización de la encuesta se puede determinar que el 80% de las personas encuestadas asisten a una cafetería en parejas, mientras que el 15% ingresa solo y el resto de los encuestados acude en un grupo de varias personas. Se la determina que mayoría de las personas encuestadas visitan cafeterías acompañadas.

**Pregunta 4.** ¿Cuánto gasta en promedio cuando va a una cafetería?

**Tabla 21**  
*Promedio de Gasto*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5	210	73%
De 6 a 10	63	22%
De 11 a 15	9	3%
Más de 15	6	2%
Total	288	100%
N/A	91	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 23** Promedio de Gasto  
*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

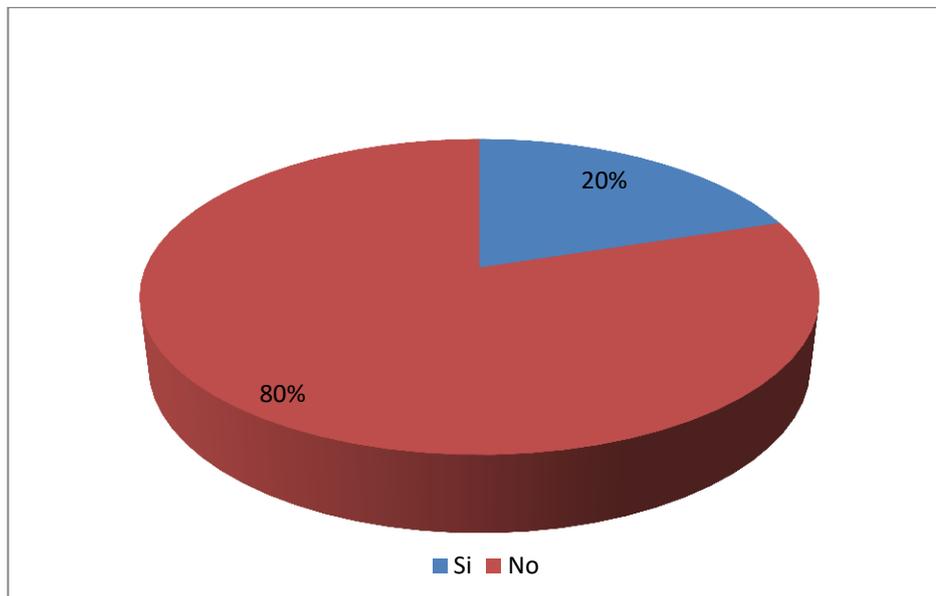
Al obtener información de los encuestados 288 de 379 tiene un gastos promedio para el consumo en una cafetería, en el cual 210 personas son el 73% realizan gastos de 1 a 5 dólares, 63 encuestados obtienen compras por un valor de 6 a 10 \$, el 3% de 288 compra en promedio de 11 a 15 \$ y el 2% lo hace de 15\$ o más. Mientras que 91 personas de 379 no visitan cafeterías por ende no realizan compras.

**Pregunta 5.** ¿Se siente satisfecho con el servicio que ha recibido en las cafeterías que ha asistido?

**Tabla 22**  
*Satisfacción del Servicio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	20%
No	230	80%
Total	288	100%
N/A	91	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 24** *Satisfacción del Servicio*  
*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

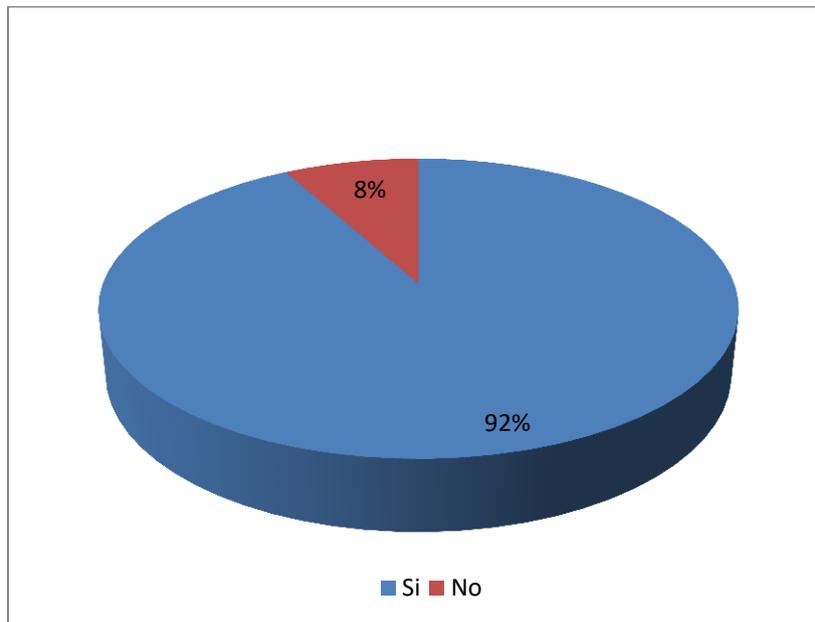
De acuerdo a la satisfacción obtenida por los encuestados el 80% que representa a 230 personas de 288 no se siente satisfecho con el servicio de una cafetería, mientras que el 20%, 58 personas si están satisfechas con el servicio recibido dentro de una cafetería. 91 personas encuestadas de 379 no han recibido un servicio de cafetería por no acudir a una.

**Pregunta 6.** Le gustaría visitar una cafetería ambientada en la Cultura Andina del Ecuador.

**Tabla 23**  
*Temática de la Cafetería*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	349	92%
No	30	8%
Total	379	100%

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 25** *Temática de la Cafetería*  
*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

La encuesta realizada determinó que de 379 encuestados, 349 personas equivalentes al 92%, aceptaría una cafetería ambientada en la Cultura Andina del Ecuador, obteniendo un gran porcentaje de aceptación de la cafetería y la temática a implementar, mientras que solo el 8% equivalente a 30 encuestados que no aceptaría la idea de negocio.

**Pregunta 7.** ¿Qué consideraría usted en un servicio de cafetería?

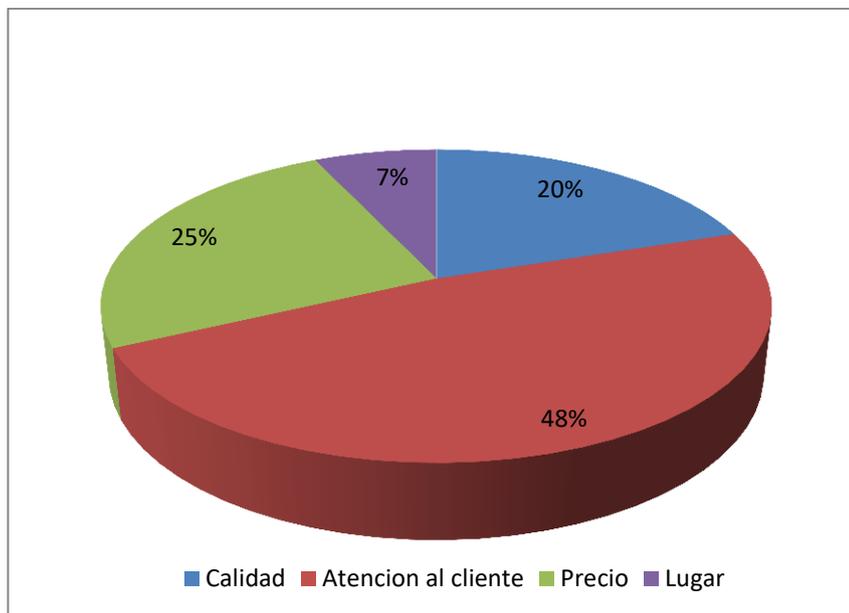
**Tabla 24**

*Consideración del Servicio*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	70	20%
Atención al cliente	168	48%
Precio	87	25%
Lugar	24	7%
Total	349	100%
N/A	30	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 26** Consideración del Servicio

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

En la encuesta realizada a 379 personas se toma en consideración que un servicio de cafetería tendría que disponer de calidad, atención al cliente, precio y lugar, por ello 168 personas toman a consideración en primer lugar la atención al cliente con un porcentaje alto de 48% en comparación de otros ítems, ya que es fundamental al momento de ofrecer un servicio. También se tendrá en cuenta el precio con un 25%

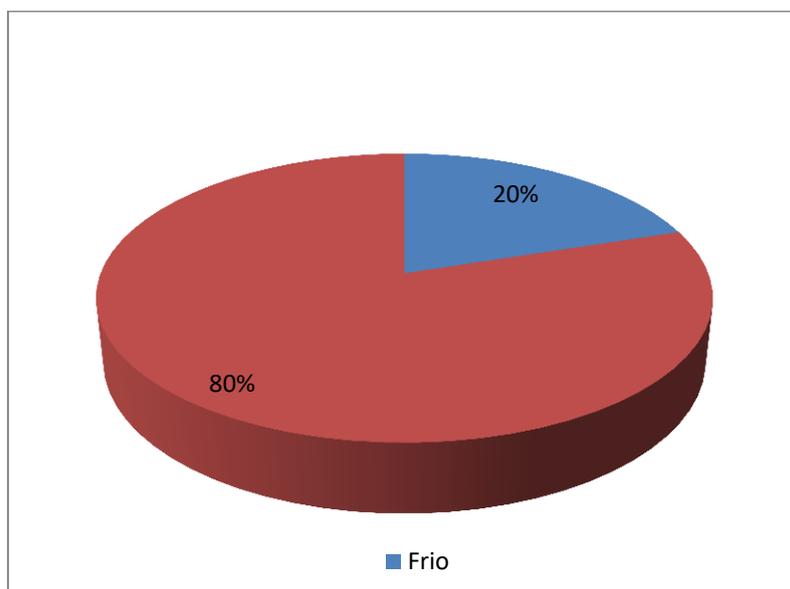
de aceptación, seguido de la calidad con el 20% y por último el 7% para el lugar de un servicio de cafetería.

**Pregunta 8.** ¿Qué tipo de bebidas consume regularmente al visitar una cafetería?

**Tabla 25**  
*Tipos de Bebidas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Frio	70	20%
Caliente	279	80%
Total	349	100%
N/A	30	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 27** *Tipos de Bebidas*  
*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Al momento de elegir el tipo de bebida que más se consume en una cafetería, el 80% de encuestados de 349, consume bebidas calientes, y el 20% que representa a 70 personas consume bebidas frías. Por lo cual 349 personas visitan cafeterías para el consumo de bebidas de tipo caliente o fría. Mientras que 30 personas de 379 no estarían dispuestos a consumir ningún tipo de bebida ya que no aceptaron acudir a una cafetería.

**Pregunta 9.** Dentro de las bebidas frías y calientes cuál sería de su preferencia.

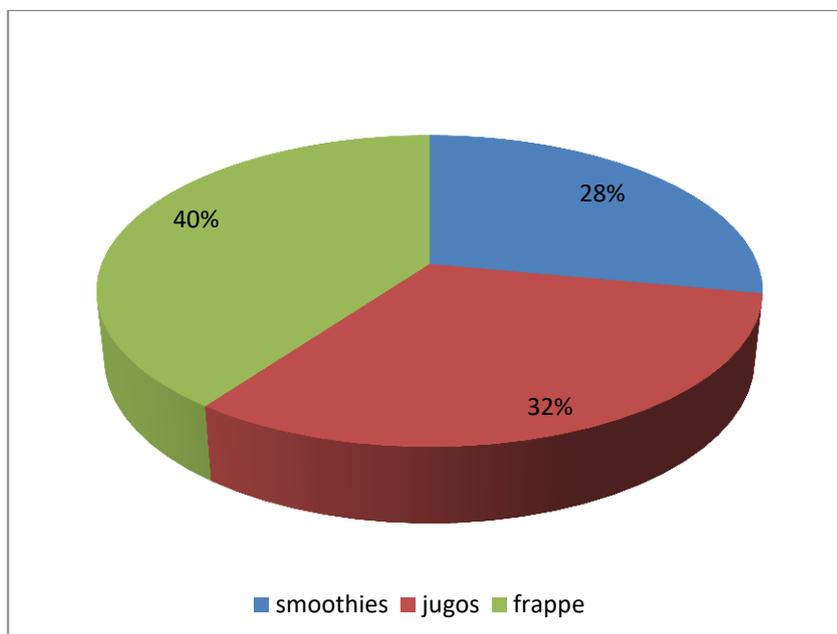
**Tabla 26**

*Tipos de Bebidas Frías*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Smoothies	98	28%
Jugos	112	32%
Frappé	140	40%
Total	349	100%
N/A	30	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 28** *Tipos de Bebidas Frías*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

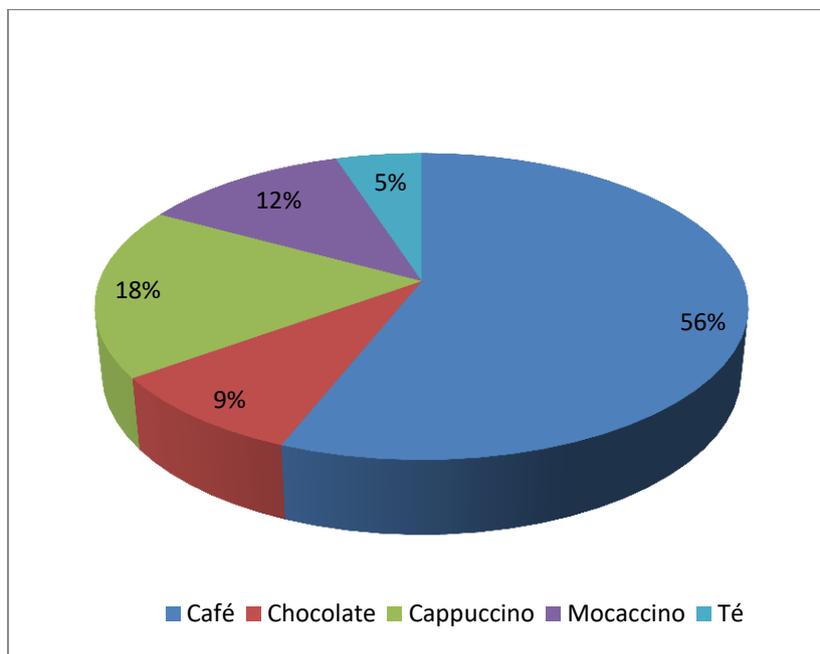
Entre las bebidas frías que el cliente consume se encuentra los jugos, smoothies y frappés, de los cuales se encuentra una preferencia mayoritaria del 40% en frappés, seguido del 32% en jugos y para el 28% de los encuestados prefieren smoothies.

Mientras que 30 personas no prefieren ningún tipo de bebida fría.

**Tabla 27**  
*Tipos de Bebidas Calientes*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Café	195	56%
Chocolate	31	9%
Cappuccino	63	18%
Mocaccino	42	12%
Té	17	5%
Total	349	100%
N/A	30	-
Total	379	-

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado:** Karen Tashintuña



**Figura 29** *Tipos de Bebida Calientes*

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

Entre los tipos de bebidas frías que el consumidor prefiere en un mayor porcentaje se encuentra el café con una aceptación del 56%, mientras que 12%, 18% prefiere el cappuccino y mocaccino respectivamente, y en porcentajes menor los clientes prefieren el chocolate y té con el 9% y 5%.

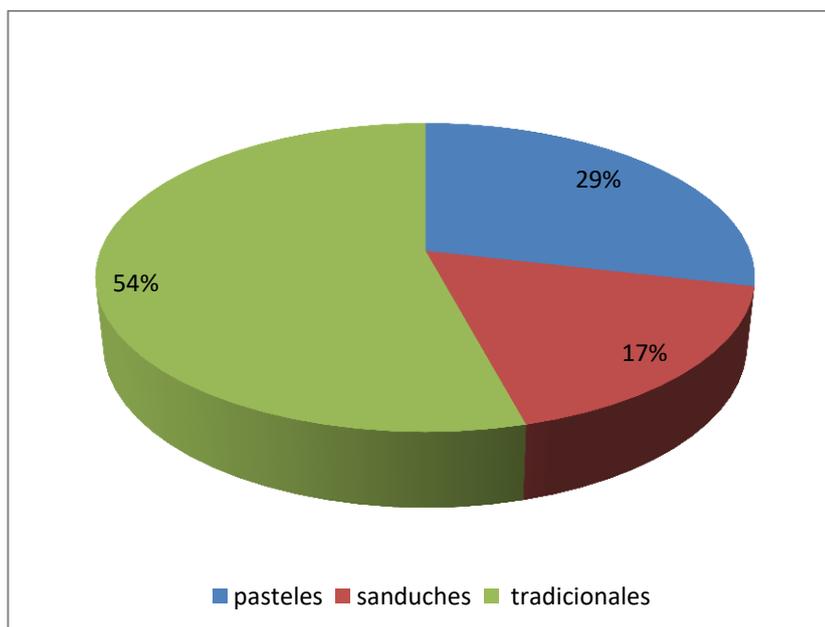
**Pregunta 10.** Qué tipo de alimentos consume usted en una cafetería

**Tabla 28**  
*Tipos de Alimentos*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pasteles	100	29%
Sanduches	60	17%
Tradicionales	189	54%
Total	349	100%
N/A	30	-
Total	379	-

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 30** *Tipos de Alimentos*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Aplicando la encuesta se determina que el 54% de las personas encuestadas prefieren alimentos tradicionales como humitas, empanadas, quimbolitos y biscochos al momento de consumir en una cafetería, el 29% consume alimentos dulces como los pasteles y en un porcentaje minoritario del 17% consume sanduches. La mayor parte de encuestados prefiere consumir alimentos tradicionales.

### 3.02 Demanda

La demanda se define como “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca, 2006, pag.17).

#### 3.02.01 Demanda Histórica

“El objetivo de la demanda histórica es identificar la tendencia del mercado (crecimiento) y la atractividad (consumo per-cápita), aspecto que dan cuenta del potencial que tendría el negocio al implementarse” (Castro, 2017, pág. 50).

**Tabla 29**  
*Demanda Histórica*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
2018	1.302.744
2017	1.267.570
2016	1.233.346
2015	1.200.045
2014	1.167.644

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### 3.02.02 Demanda Actual

Es la capacidad de compra que el consumidor tiene en determinado momento, en función de su poder adquisitivo y en relación con los precios de los productos y servicios que se ofrecen en el mercado. Por lo general este tipo de demanda es estática, a corto plazo por el breve período en que se desenvuelve (Vega, 2005, pág.78).

**Tabla 30**  
*Aceptación del Producto*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Población de Centro Histórico	47872
% aceptación del p/s	92%
<b>Total</b>	<b>44043</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 31**  
*Cálculo de la Demanda*

<b>Detalle</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>valores</b>	<b>Total</b>
Diario	2%	881	317.107
Semanal	16%	7.047	366.434
Quincenal	42%	18.498	443.949
Mensual	40%	17.617	211.404
<b>Total</b>			<b>1.338.894</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 32**  
*Demanda Actual*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
2019	1.338.894

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para el cálculo de la demanda actual se utilizó la población del Centro Histórico por el porcentaje de aceptación de la idea de negocio de la pregunta 5 de la encuesta para su posterior multiplicación con la frecuencia de consumo de día, semana, quincena y mes, dando una suma total de 1.338.894.

### 3.02.03 Demanda Proyectada

“Es aquella que se espera obtener mediante la ejecución de planes de mercadeo de mediano y largo plazo. Precisamente en virtud de la demanda futura que se han desarrollado las técnicas para el pronóstico del mercado” (Vega, 2005, pág. 78).

**Tabla 33**  
*Demanda Proyectada*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
2020	1.375.044
2021	1.412.171
2022	1.450.299
2023	1.489.457
2024	1.529.673

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

La demanda proyectada del presente proyecto se establece de la demanda actual y el crecimiento de la población determinado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

### 3.03 Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo, en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas, tales como la tecnología, la disponibilidad de recursos, los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecen constantes. (Núñez, 2006).

### 3.03.01 Oferta Histórica

“La elaboración de analogías históricas para evaluar situaciones pasadas independientes a la organización y establecer relaciones con la situación que se está estudiando para ayudar a pronosticar la demanda”. (Rodríguez & Martínez, 2006, pág. 158)

**Tabla 34**  
*Oferta Histórica*

Años	Oferta
2018	275.009
2017	282.434
2016	290.060
2015	297.891
2014	305.935

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 3.03.02 Oferta Actual

“Analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta” (Sapag, 2002).

**Tabla 35**  
*Oferta Actual*

Año	Oferta
2019	267.779

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para el cálculo de la oferta actual se utilizó la demanda actual por la aceptación del servicio de la cafetería obtenido de la encuesta.

### 3.03.03 Oferta Proyectada

“Se considera a la evolución esperada de la provisión del bien o servicio por parte de los oferentes actuales o la entrada de nuevos proveedores en al área de influencia” (Ruiz, 2012).

**Tabla 36**  
*Oferta Proyectada*

<b>Años</b>	<b>Oferta</b>
2020	275.009
2021	282.434
2022	290.060
2023	297.891
2024	305.935

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

### **3.04 Productos Sustitutos**

“Los productos sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, pero se basa en una tecnología diferente. Estos productos constituyen una amenaza permanente en la medida en que la sustitución pueda hacerse siempre”. (Rivera & López, 2012, pág. 244)

Se puede encontrar diferentes tipos de productos sustitutos para la cafetería, entre ellos:

- ❖ Bares
- ❖ Restaurantes
- ❖ Comerciantes informales
- ❖ Panaderías
- ❖ Hoteles
- ❖ Mercados

El producto sustituto más relevante al servicio de cafetería que encuentra el presente proyecto es el servicio de hotelería, que es reconocido por la calidad que ofrece en los alimentos como en la atención al cliente principalmente en el Centro Histórico de Quito.

### 3.04.01 Oferta Histórica

*Tabla 37*  
*Oferta Histórica*

Año	Oferta
1	10.896
2	10.792
3	10.689
4	10.588
5	10.487

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 3.04.02 Oferta Actual

*Tabla 38*  
*Oferta actual*

Año	Oferta
2018	11000

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

En Quito existen 11000 plazas de alojamiento, con una concentración de establecimientos de alojamiento entre hostales, hoteles y pensiones destacando categorías de primera clase y de segunda categoría.

### 3.04.03 Oferta Proyectada

*Tabla 39*  
*Oferta proyectada*

Año	Oferta
1	11.105
2	11.210
3	11.316
4	11.424
5	11.533

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 3.05 Balance Oferta-Demanda

Conocido como “Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado”. (Baca, 2010, pág. 16).

### 3.05.01 Balance Actual

Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Baca, 2006, pág. 48)

**Tabla 40**  
*Balance Actual*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2019	1.338.894	267.779	1.071.115

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 3.05.02 Balance Proyectado

“El conocimiento de la demanda y oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto”. (Delgadillo, 2014)

**Tabla 41**  
*Balance Proyectado*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2020	1.375.044	275.009	1.100.036
2021	1.412.171	282.434	1.129.737
2022	1.450.299	290.060	1.160.239
2023	1.489.457	297.891	1.191.566
2024	1.529.673	305.935	1.223.738

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Si bien se ha determinado un mercado amplio, el presente proyecto atenderá lógicamente no en su totalidad, sino que se guiará en la capacidad instalada y óptima para atender su máxima capacidad. Esto, se muestra en el siguiente capítulo.

## CAPÍTULO IV

### 4. Estudio Técnico

“El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima, de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”. (Baca, 2010. Pág. 7)

#### 4.01 Tamaño del Proyecto

“Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Baca, 2010. Pág. 75).

##### 4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Jara, 2015)

**Tabla 42**  
*Capacidad Instalada*

Producto	Descripción	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
BEBIDAS CALIENTES	Café	72	358	1434	17203
	Chocolate	12	58	230	2765
	Capuchino	23	115	461	5530
	Mocaccino	15	77	307	3686
	Té	6	32	128	1536
BEBIDAS FRIAS	Smoothies	9	45	179	2150
	Jugos	10	51	205	2458
	Frappé	13	64	256	3072
ALIMENTOS	Pasteles	46	232	928	11136
	Sanduches	27	136	544	6528
	Tradicionales	86	432	1728	20736
Total		320	1600	6400	76800

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

#### 4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima es el espacio físico que es indispensable para la producción de un bien o un servicio de acuerdo con la naturaleza del negocio, por tanto, se puede considerar como un estudio que genera conciencia de las limitaciones en cuanto al espacio físico. (Carmona, 2003)

**Tabla 43**  
*Capacidad Óptima*

Producto	Descripción	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
BEBIDAS CALIENTES	Café	25	123	493	5914
	Chocolate	4	20	79	950
	Capuchino	8	40	158	1901
	Mocaccino	5	26	106	1267
	Té	2	11	44	528
BEBIDAS FRÍAS	Smoothies	3	15	62	739
	Jugos	4	18	70	845
	Frappé	4	22	88	1056
ALIMENTOS	Pasteles	16	80	319	3828
	Sanduches	9	47	187	2244
	Tradicionales	30	149	594	7128
Total		110	550	2200	26400

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### 4.02 Localización

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (Baca, 2010, pág. 86).

##### 4.02.01 Macro Localización

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico (Hernández, 2012).

**Tabla 44**

*Macro Localización*

<b>Segmento</b>
Ecuador
Sierra
Pichincha
Quito
<b>Centro histórico</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*



**Figura 31** Macro Localización

*Fuente: Google Maps*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### 4.02.02 Micro Localización

“Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.” (Dios, 2012)

El presente proyecto estará ubicado en la parroquia del Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, al que se le determinará una localización óptima, según factores estratégicos claves para la accesibilidad de llegada del cliente al lugar del negocio.



**Figura 32:** Micro Localización

*Fuente:* Google Maps

*Elaborado:* Karen Tashintuña

#### 4.02.03 Localización Óptima

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital de obtener el costo unitario mínimo” (Baca, 2010. Pág. 86)

Para la microempresa se ha señalado 3 alternativas óptimas de ubicación:

- ❖ Alternativa 1: Calle García Moreno y Simón Bolívar
- ❖ Alternativa 2: Calle Venezuela y Sucre
- ❖ Alternativa 3: Calle Guayaquil y Chile

Para seleccionar la localización óptima de la microempresa, se realiza la matriz de ponderación de factores:

**Tabla 45**  
*Localización Óptima*

Factores	Ponderación	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación
Costo	40%	3	1,2	5	2	4	1,6
Infraestructura	15%	3	0,45	5	0,75	4	0,6
Ubicación	15%	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Seguridad	10%	1	0,1	4	0,4	3	0,3
Garantías	5%	2	0,1	4	0,2	5	0,25
Visibilidad	5%	4	0,2	1	0,05	2	0,1
Accesibilidad	10%	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Total	100%	Total	3,05	Total	4,2	Total	3,75

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Aplicando la matriz de ponderación de impactos y mediante la evaluación de los factores se tiene como resultado, que la localización óptima para la microempresa es la alternativa 2: Calle Venezuela y Sucre, con un puntaje total de 4,35, superior al de las demás alternativas, ya que posee índices relativamente elevados en su costo, infraestructura, ubicación y seguridad, mientras que posee puntajes bajos en la accesibilidad y visibilidad. Esta alternativa cuenta con un área de 25 mts cuadrados.

### 4.03 Ingeniería del Producto

“La ingeniería de proyecto resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta”. (Baca, 2010, Pág., 89)

#### 4.03.01 Definición del Servicio

La cafetería “Café Diablo Huma” es un establecimiento donde se ofrecerá café, bebidas frías y calientes de gran variedad, así como aperitivos o bocadillos; dentro de un espacio de confort dedicado a la representación cultural Andina del Ecuador, plasmado en la decoración del lugar y detalles que simbolicen al lugar.

Se ha establecido para la entidad, la venta de los siguientes productos:

- **Bebidas calientes:** aquí se podrá encontrar conseguir bebidas para degustar en días fríos, en las mañanas y tardes al ser de carácter caliente, aunque también estarán disponibles cuando el cliente los solicite; se realizará bebidas como: café solo, mocaccino, capuchino, leche con chocolate y té. Para el café y té se lo servirán en tazas de 150ml y para él mocaccino, capuchino, leche con chocolate en tazas de 250ml.
- **Bebidas frías:** están pensadas para días calurosos y se podrá encontrar jugos, frappé y smoothies. A las bebidas se las podrá encontrar en contenedores con tapa o vasos de cristal los cuales se establece en un tamaño 320ml.
- **Bocadillos:** para acompañar las bebidas se podrá encontrar sandwiches, rebanadas de pastel, empanadas, humitas, quimbolitos y biscochos rellenos.

#### 4.03.02 Distribución de Planta

“La distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.” (Baca, 2010. Pág. 94)

##### 4.03.02.01 Matriz SLP

La utilización de la matriz SLP ayudará a determinar la mejor distribución de la planta y la relación óptima de los departamentos existentes.

Para representar la relación de las áreas dentro del local, por factores de tiempo, riesgo, procesos, higiene, procesos administrativos, conveniencia, se emplea la tabla de códigos de relación y razón de cercanía junto con la matriz SPL.

**Tabla 46**

*Códigos de Relación*

Letra	Importancia
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Importancia ordinaria
U	No importante
X	Indeseable

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

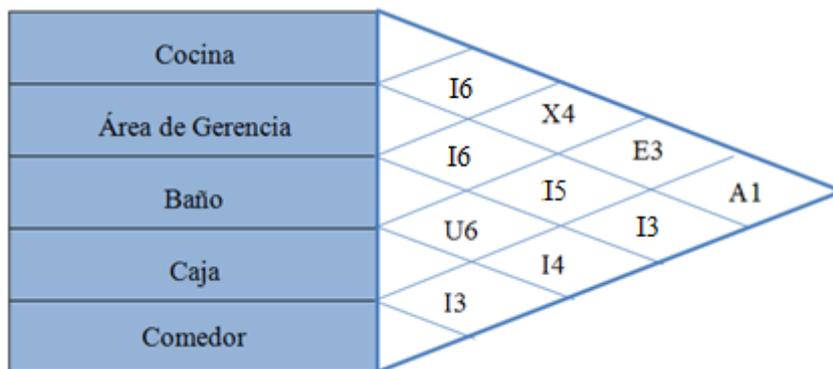
**Tabla 47**

*Razón de Cercanía*

Letra	Importancia
1	Tiempo
2	Riesgo
3	Procesos
4	Higiene
5	Procesos Administrativos
6	Conveniencia

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

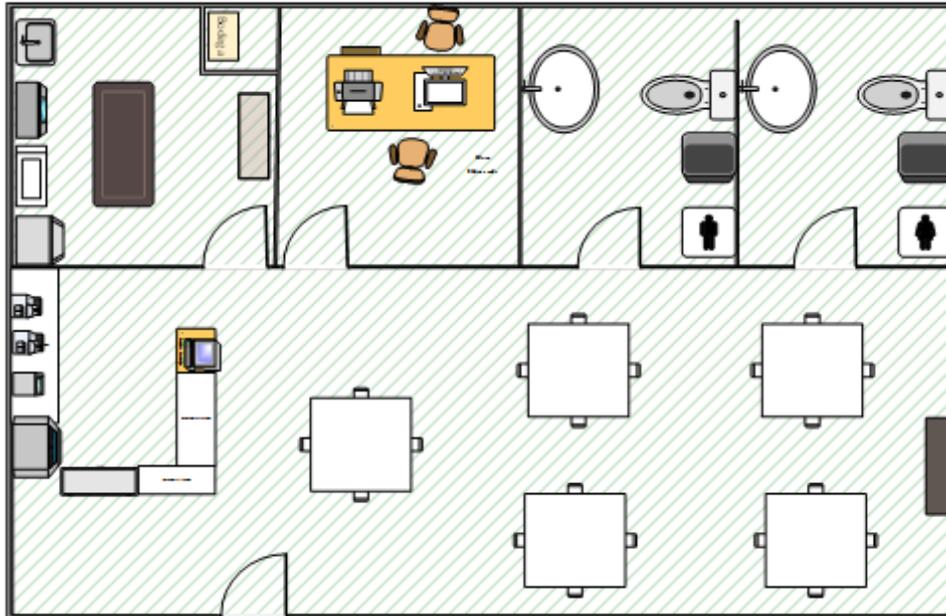


**Figura 33** Matriz SPL

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para el presente proyecto se determina dentro del establecimiento un espacio eficaz, con áreas apropiadas para la realización de cada actividad necesaria a fin de un funcionamiento coordinado de los empleados quienes laboran en la entidad, y el desarrollo general de la misma.



**Figura 34** Distribución de Planta

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Tashintuña Karen*

La perspectiva general de las áreas de la planta será:

**Tabla 48**

*Medidas de Distribución de Planta*

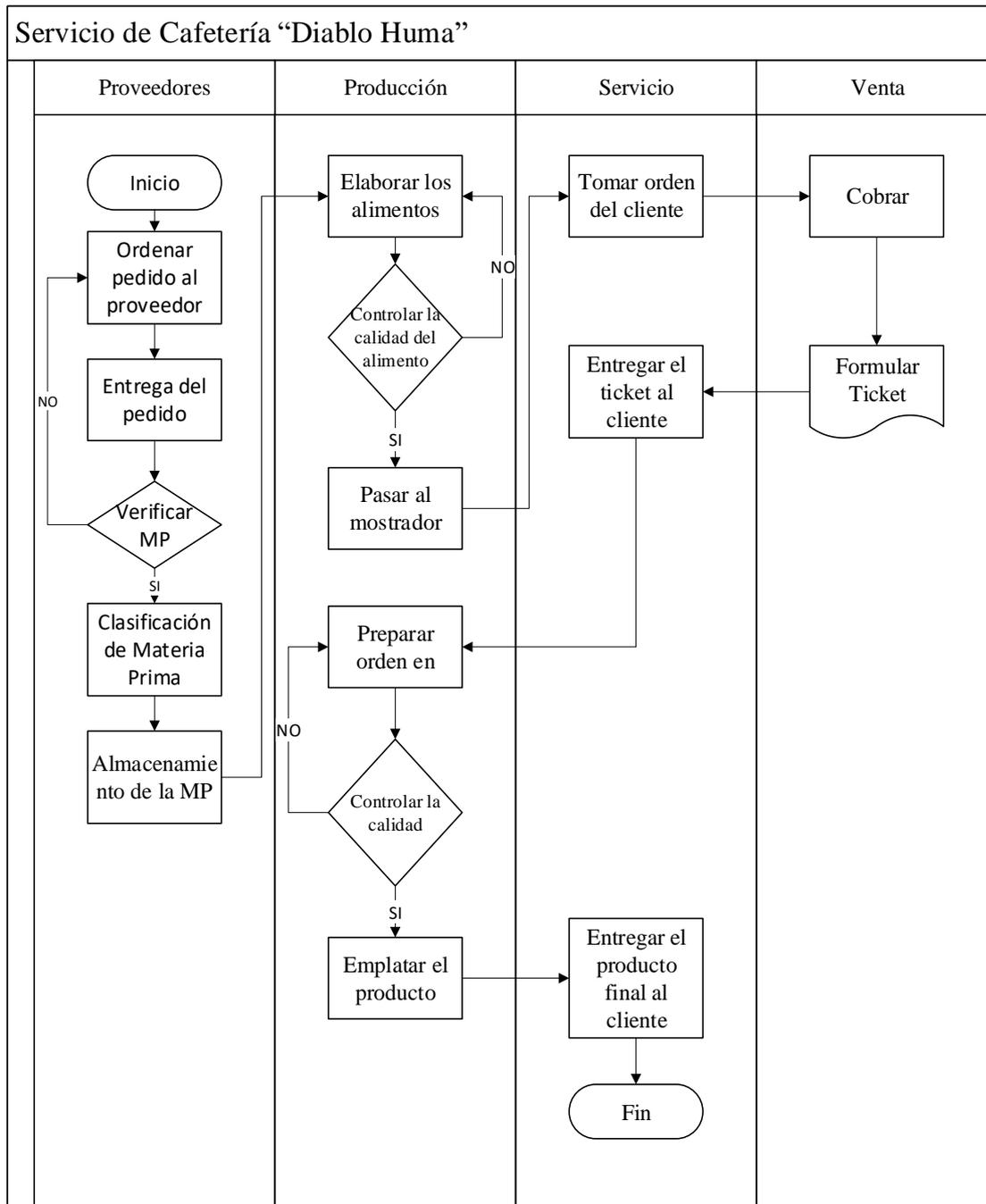
Área	Medida
Baño	6 metros
Cocina	3 metros
Comedor	10 metros
Gerencia	3 metros
Caja	3 metros
Total	25 metros

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Tashintuña Karen*

#### 4.03.03 Proceso Comercial

Se refiere a la serie de pasos o etapas que se siguen para cerrar una venta, desde que se atrae un nuevo prospecto a través del marketing, hasta el servicio que se le ofrece al cliente después de su compra.



**Figura 35** Flujo de Servicio  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Karen Tashintuña

Las actividades del servicio a realizar contarán con una serie de elementos de control de calidad tales como fichas y lineamientos de control que deberán ser utilizados para la realización de los procesos, asegurando que se desarrolle de manera eficiente. Estas fichas y lineamientos se presentan ANEXO 3.

#### 4.03.04 Maquinaria

“Una maquina es un conjunto de mecanismos que entre relacionados entre sí tiene la facultad de generar una función concreta con el objetivo de poder desarrollar rápidamente según las necesidades de diseños” (Costas, 2005, pag.2)

La cafetería contará con un listado de maquinarias, que proporcionan el desarrollo de actividades con mayor rapidez y precisión con su respectivo precio y cantidad, estos son:

**Tabla 49**  
*Maquinaria*

Ítem	Cantidad
Licuadora industrial	1
Caja registradora	1
Refrigerador	1
Congelador	1
Batidora	1
Sanduchera	1
Cocina industrial	1
Sillas	20
Mesas	5
Mesas de trabajo	2
Cafetera	1
Moldes de pastel	3
Enfriador mostrador	1
Vitrina	2
Juego de ollas	2
Menaje	1
Extractor de olores	1

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### 4.03.05 Equipos

“Un equipo se considera un conjunto de requerimientos físicos que permiten la ejecución de una actividad además de facilitar el trabajo y todo tipo de gestión” (Costas, 2005, pag.2).

El proyecto de la cafetería enlistará los equipos necesarios para la realización de actividades de soporte y gestión, necesarios para el proceso administrativo los cuales serán:

**Tabla 50**  
*Equipos*

<b>Ítem</b>	<b>Cantidad</b>
Computadora	1
Escritorio	1
Sillas giratorias	2
Archivador	1
Teléfono	1
Televisor	1
Impresora	1
Equipo de sonido	1
Parlantes	

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio Financiero

#### 5.01 Ingresos

##### 5.01.01 Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales u operativos son una cifra contable que mide la cantidad de ganancia obtenida por las operaciones comerciales de un negocio, después de deducir los gastos operacionales, tales como salarios, depreciación y el costo de mercancía vendida.” (Cardozo, 2015, pág. 320).

*Tabla 51*  
*Ingreso Operacionales*

Ingreso	Año 1ro
37284,59	2020

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

##### 5.01.02 Ingresos No Operacionales

Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma. Las ganancias ocasionales hacen parte de este grupo de ingresos (Guzmán, Guzmán& Romero, 2005, pág.112).

La línea del giro de negocio es principalmente el de ofrecer un servicio de cafetería, el cual será tomada como la principal actividad de venta; por ello se registrará a los ingresos operacionales como el objetivo social de la cafetería.

#### 5.02 Costos

“Se lo considerar como el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren,” (García, 2008, pág. 9).

### 5.02.01 Costos Directos

“Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminadas o áreas específicas” (García, 2008, pág.12).

Los costos directos utilizados en la realización del presente proyecto para la obtención del servicio de la cafetería en su conjunto: materia prima y mano de obra serán:

#### 5.02.01.01 Materia Prima

“Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados” (García, 2008, pág.16).

Se detalla a continuación la materia prima a utilizar en la elaboración de los productos de la cafetería:

#### ❖ Materia Prima Bebidas Calientes

**Tabla 52**

*Materia Prima Taza de Café*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Gramos	0,1
Café líquido	Litros	0,19
Total		0,29

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 53**

*Materia Prima Taza de Chocolate*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Gramos	0,005
Chocolate en polvo	Kilogramos	0,17
Leche	Litros	0,2
Canela en polvo	Gramos	0,05
Total		0,43

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 54**

*Materia Prima Taza de Cappuccino*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Gramos	0,01
Cappuccino líquido	Kilogramos	0,23
Leche	Litro	0,2
Canela en polvo	Gramos	0,1
Total		0,49

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 55**

*Materia Prima Taza de Mocaccino*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Gramos	0,005
Mocaccino líquido	Litros	0,21
Leche	Litro	0,2
Canela en polvo	Gramos	0,05
Total		0,47

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 56**

*Materia Prima Taza de Té*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Gramos	0,1
Té líquido	Kilogramos	0,15
Total		0,25

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### ❖ **Materia Prima Bebidas Frías**

**Tabla 57**

*Materia Prima Smoothie*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Libras	0,03
Pulpa de fruta	Gramos	1,00
Hielo	Kilogramo	0,34
Total		1,38

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 58**

*Materia Prima Jugo*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Libras	0,03
Fruta	Unidades	0,20
Agua	Litros	0,05
Total		0,28

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 59**  
*Materia Prima Frappé*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Libras	0,03
Café soluble	Kilogramos	0,20
Crema chantillí	Gramos	0,19
Chocolate	Mililitros	0,19
Hielo	Kilogramos	0,34
Agua	Litros	0.05
Total		1,04

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

### ❖ Alimentos

**Tabla 60**  
*Materia Prima Pastel*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Azúcar	Libras	0,08
Harina	Libras	0,60
Huevos	Unidades	0,4
Leche	Litro	0,2
Zapallo	Kilogramo	0,3
Polvo de hornear	Gramos	0,37
Mantequilla	Gramos	2,50
Total Rebanadas 10		0,4

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 61**  
*Materia Prima Sandwiches*

Material	Unidad de medida	Costo Unitario
Tomate	Gramos	0,08
Lechuga	Gramos	0,02
Mayonesa	Gramos	0,06
Pan	Unidades	0,2
Jamón	Paquete	0,4
Pollo	Libras	0,05
Total		0,70

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

La materia prima que se requerirá para la microempresa “Cafetería Diablo Huma” es esencial y fundamental para la elaboración de aquellos productos que se ofrecerán dentro del establecimiento.

### 5.02.01.02 Mano de Obra

Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados” (García, 2008, pág.16).

**Tabla 62**

*Costo de Mano de Obra*

Producto	Tiempo Fabricación	Proporción	# de operarios
Café	2	0,03	0,14
Chocolate	2	0,03	0,14
Capuchino	2	0,03	0,14
Mocaccino	2	0,03	0,14
Té	2	0,03	0,14
Smoothies	4	0,09	0,29
Jugos	3	0,08	0,22
Frappé	4	0,10	0,29
Pasteles	5	0,15	0,36
Sanduches	3	0,08	0,22

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

La mano de obra representa a aquellas personas que intervienen en la elaboración de los productos que se ofrecerá en la cafetería Diablo Huma

### 5.02.02 Costos Indirectos

“Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas” (García, 2008, pág.12).

**Tabla 63**

*Costos Indirectos de Fabricación*

Ítem	Unidad de Medida	Costo	Costo Total
Suministros de limpieza	kit	35	420
Suministros de producción	kit	200	2400
Suministros de mantenimiento	kit	300	3600
Total Anual			6420
Producción Anual			26400
CIF Unitario			0,24

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para el presente proyecto se establecerá kits como unidad de medida donde se englobarán a los costos a emplear como suministros de limpieza, producción y mantenimiento de maquinaria los cuales son esenciales para establecer el precio de los productos.

Se detalla un resumen de costos empleados por cada producto a ofrecer en cafetería Diablo Huma:

**Tabla 64**  
*Resume de Costos Por Producto*

<b>Producto</b>	<b>Materia Prima</b>	<b>Mano de Obra</b>	<b>CIF</b>	<b>Costo Unitario</b>
Café	0,29	0,14	0,24	0,67
Chocolate	0,43	0,14	0,24	0,81
Capuchino	0,49	0,14	0,24	0,87
Mocaccino	0,47	0,14	0,24	0,86
Te	0,25	0,14	0,24	0,64
Smoothie	1,38	0,29	0,24	1,91
Jugo	0,28	0,22	0,24	0,74
Frappé	1,04	0,29	0,24	1,57
Pastel	0,37	0,36	0,24	0,98
Sanduches	0,70	0,22	0,24	1,16
Humita	0,4	-	-	0,4
Empanada	0,4	-	-	0,4
Biscochos	0,4	-	-	0,4
Kimbolito	0,4	-	-	0,4

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Con los costos determinados se establecerá el precio de los productos finales:

**Tabla 65**  
*Fijación de Precio Unitario*

<b>Producto</b>	<b>Costo Unitario Total</b>	<b>P.V.U</b>	<b>P.R.M</b>
Café	0,67	1,15	1,25
Chocolate	0,81	1,55	1,75
Capuchino	0,87	1,70	1,75
Mocaccino	0,86	1,70	1,75
Te	0,64	1,15	1,25
Smoothie	1,91	2,60	2,75
Jugo	0,74	1,25	1,25
Frappé	1,57	2,60	2,60
Pastel	0,98	1,50	1,50
Sanduches	1,16	1,99	2,00
Humita	0,4	1,00	1,00
Empanada	0,4	1,00	1,00
Biscochos	0,4	1,00	1,00
Kimbolito	0,4	1,00	1,00

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 5.02.03 Gastos Administrativos

“Son aquellos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas.” (Núñez, 2001)

Los gastos administrativos de la microempresa serán para los próximos 5 años:

**Tabla 66**  
*Gastos Administrativos*

<b>Año</b>	<b>Gasto anual</b>
2020	12359,10
2021	12478,88
2022	12684,78
2023	12894,08
2024	13106,83

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para el presente proyectos los gastos administrativos son presentados por:

- ❖ Gasto sueldo: se estimará el rubro por el sueldo de gerente de la cafetería. Para los próximos 5 años.
- ❖ Gasto Arriendo: se indica un gasto por arriendo del local en el centro histórico de forma anual, fijado por contrato

- ❖ Gasto Servicios Básicos: Se toma en cuenta rubros por gastos en electricidad, agua, potable, teléfono, utilizados dentro del local.
- ❖ Gasto Suministros de Oficina: Aquellos gastos que se toman para la realización de las actividades diarias de la oficina gerencial como resmas de papel, esferos, entre otros.

#### 5.02.04 Gastos de Ventas

“Son los relacionados con la comercialización de los productos de la compañía sueldos de ventas, comisiones de ventas, publicidad, depreciación, renta y servicios públicos de edificios de tiendas, y gastos de envío” (Horngren, Harrison, & Smith, 2003, pág.183).

**Tabla 67**  
*Gasto Ventas*

<b>Año</b>	<b>Gasto Anual</b>
2020	410
2021	262,64
2022	265,32
2023	268,05
2024	270,82

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

El gasto de ventas del presente proyecto se contará únicamente con el gasto de publicidad que empleará la “Cafetería Diablo Huma” para promover la microempresa durante los próximos 5 años, misma que consta de volantes, pagina web, publicidad en redes sociales y tarjetas de presentación.

#### 5.02.05 Gastos Financieros

“Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento” (García, 2008, pág.12)

Se determina la mejor tasa de interés entre cooperativas y el menor interés a pagar, el cual convenga de la mejor forma posible al proyecto para adquirir un préstamo de terceros para poner en marcha a la idea de negocio.

**Tabla 68**  
*Financiamiento*

<b>Institución</b>	<b>Tasa Microcrédito</b>
Cooperativa de Ahorro y Crédito La Dolorosa	22%
Cooperativa de Ahorro y Crédito El Molino	21,6%
Cooperativa de Ahorro y Crédito Llano Grande	23%
Banco de Pacífico	26,48%

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Con la realización de un análisis comparativo de las diferentes instituciones financieras se selecciona a la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Molino por ofrecer la menor tasa de interés en microcrédito para la realización de un préstamo.

#### **5.02.06 Costos Fijos y Variables**

##### **❖ Costos Fijos**

Los costos fijos son aquellos que se mantienen y se debe pagar siempre ya sea que la producción de la microempresa cambie o no.

**Tabla 69**  
*Costo Fijo*

<b>Ítem</b>	<b>Valor</b>
Gato Administrativo	12359,10
Gasto Ventas (parte fija)	410
<b>Total</b>	<b>12769,10</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

##### **❖ Costo Variable**

El costo variable se determinan por el cambio en el volumen de la producción sea en mano de obra, materia prima o costo indirecto de fabricación.

**Tabla 70**  
*Costo Variable*

<b>Producto</b>	<b>Costo Unitario Total</b>
Café	0,67
Chocolate	0,81
Capuchino	0,87
Mocaccino	0,86
Te	0,64
Smoothie	1,91
Jugo	0,74
Frappé	1,57
Pastel	0,98
Sanduches	1,16
Humita	0,4
Empanada	0,4
Biscochos	0,4
Kimbolito	0,4

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

## 5.03 Inversiones

### 5.03.01 Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un años y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades” (Bautista, 2011).

### 5.03.02 Activos Fijos

Los activos fijos tienen en esencia dos características básicas. Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio; es decir, con la razón de ser del ente económico estudiado (Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág.68).

**Tabla 71**  
*Activo Fijo*

<b>Ítem</b>	<b>Valor</b>
Maquinaria	8248
Equipos de computación	200
Equipo de oficina	793
Muebles y enseres	299
<b>Total</b>	<b>9540</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Los activos fijos necesarios para la empresa perderán valor total, con el paso del tiempo dependiendo del activo y el año a depreciarse.

### 5.03.03 Activos Nominales (Diferidos)

“Integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos” (Hernández, 2006, pág.14).

**Tabla 72**

*Activo Nominal*

Ítem	Valor
Gasto constitución	130
Permiso	100
Consultoría	100
Total	330

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Los activos nominales se utilizarán para la iniciación de diligencias de la microempresa y se amortizarán a 5 años.

### 5.03.04 Capital de Trabajo

“El capital de trabajo desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”. (Baca, 2010. Pág. 145).

**Tabla 73**

*Capital de Trabajo*

Ítem	valor
Costo de producción	20743,09
Gasto Administrativo	12359,10
Gasto ventas	410
Sumatoria 1er año	33512,19
Capital de trabajo Diario	93,09
Días de desfase	60
Capital de trabajo	5585,36

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

El capital de trabajo del presente proyecto se calculó mediante el método de los días de desfase, con 60 días que es el tiempo que tardará el proyecto hasta generar el ingreso necesario para poder cubrir las deudas de operaciones de corto plazo.

**Tabla 74**

*Resumen de Inversiones*

Tipo de inversión	Valor
Activo Fijo	9540
Capital de trabajo	5585,36
Activos Nominales	330
Total	15455,36

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

“Las fuentes de financiamiento de la empresa son de carácter interno o externo, las cuales, a su vez, se subdividen en recursos provenientes del sistema financiero nacional y externo a la economía” (Levy, 1994, pág.167).

Las fuentes de financiamiento utilizadas para el negocio son dos: por medio de recursos propios del dueño de la microempresa y el financiamiento mediante un préstamo en una institución financiera.

**Tabla 75**

*Fuentes de Financiamiento*

Fuente	Aporte	Participación
Recursos propios	9455,36	61%
Deuda	6000	39%
Total	15455,36	100%

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

La fuente de financiamiento del proyecto se realizará con un 61% con recursos propios y una adquisición de una deuda del 39% de un valor total del \$15.455,36.

### 5.03.06 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

La amortización financiera es el reintegro de un capital propio o ajeno, habitualmente distribuyendo pagos en el tiempo. Suele ser el producto de una prestación única, que genera una contraprestación múltiple con vencimiento de desembolso escalonados en el tiempo, aunque también se puede acordar un solo pago al final del periodo. (Martínez, 2016).

Para la amortización del préstamo se pueden utilizar dos metodologías:

#### ❖ Método Alemán

“Este sistema se caracteriza principalmente por el pago de intereses anticipados al principio del periodo correspondiente a tipo de interés prepagable ( $i$ ), mientras que las cuotas de amortización siguen siendo pos pagables” (García, 2008, pág. 131).

#### ❖ Método Francés

Lo más importante es que con esta amortización terminamos pagando siempre la misma cuota. El dinero a devolver se distribuye por períodos entre los intereses se calculan sobre el valor pendiente que va quedando por cancelar. Así, la parte de la cuota que corresponde a los intereses se va reduciendo en proporción a la amortización del capital (Guarino, 2016, pág. 15)

Para el presente proyecto se selecciona el método de amortización Alemán para la adquisición de la deuda del proyecto. A continuación se presenta las condiciones iniciales:

**Tabla 76**  
*Condiciones de Financiamiento*

Condiciones	Valor
Capital	6000
Plazo	5 Años
Tasa	21,6%

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 77**  
*Método de Amortización Alemán*

Periodo	Saldo Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Final
0					6000
1	6000	1296	2496	1200	4800
2	4800	1036,8	2236,8	1200	3600
3	3600	777,6	1977,6	1200	2400
4	2400	518,4	1718,4	1200	1200
5	1200	259,2	1459,2	1200	0
<b>Total</b>		<b>3888</b>		<b>6000</b>	

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para la realización comparativa entre las dos metodologías de la adquisición del préstamo se presenta el Método Francés en el ANEXO 3.

### 5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)

“El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos, es decir, se deprecian”. (Baca, 2010. Pág. 144).

Se presenta a continuación, la tabla de depreciación de los activos de la microempresa Cafetería Diablo Huma:

**Tabla 78**  
*Depreciaciones*

Activos Fijos	Costo	Vida Útil	2020	2021	2022	2023	2024	Valor en libros
Maquinaria	8248	10	824,8	824,8	824,8	824,8	824,8	4124
Equipos de Computación	200	3	66,67	66,67	66,67			0
Equipo de oficina	793	10	79,3	79,3	79,3	79,3	79,3	396,5
Muebles y enseres	299	10	29,9	29,9	29,9	29,9	29,9	149,5
<b>Total</b>	<b>9540</b>		<b>1000,67</b>	<b>1000,67</b>	<b>1000,67</b>	<b>934</b>	<b>934</b>	<b>4670,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Para la depreciación de los activos fijos de la microempresa se utilizó el método de línea recta, el cual sufrirá un desgaste en el valor de forma constante con el paso del tiempo.

### 5.03.08 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado” (Flores, 2013).

Se presenta el Estado de Situacional Inicial de la Microempresa Cafetería Diablo Huma.

**Tabla 79**  
*Estado de Situación Inicial*

<b>"CAFÉ DIABLO HUMA"</b>	
<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>	
<b>Al 31 de Diciembre del 2019</b>	
<b>Activo</b>	
Activo Corriente	
Caja	5585,36
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>5585,36</b>
Activo Fijos	
Maquinaria	8248,00
Depr. Acumulada Maquinaria	0,00
Equipo de Oficina	793,00
Depr. Acumulada Equip. Ofic.	0,00
Equipo de Computación	200,00
Depr. Acumulada Equip. Comp.	0,00
Muebles y Enseres	299,00
Depr. Acumulada Muebl. y Enser.	0,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>9540,00</b>
Activo Nominales	330,00
Amort. Actv. Nominales	0,00
Activo Activo Nominales	<b>330,00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>15455,36</b>
<b>Pasivos</b>	
Pasivos No Corrientes	
Documentos por Pagar L/P	6000
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>6000</b>
<b>Patrimonio</b>	
Capital	9455,36
<b>Total Patrimonio</b>	<b>9455,36</b>
<b>Total Pasivo+ Total Patrimonio</b>	<b>15455,36</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

El Estado de situación inicial identifica cada una de las cuentas empleadas con sus respectivos valores que la empresa ha utilizado para la iniciación de sus operaciones.

Refleja la situación financiera, económica que se dispone en relación al activo,

pasivo y patrimonio de forma anual.

### 5.03.09 Estado de Resultados Projectado (A Cinco Años)

Este estado condensa las condiciones presupuestarias que se han realizado, dando una visión integral acerca de cuáles serán los posibles resultados de la empresa para los próximos doce meses, y para los siguientes cuatro años. Ahora se está ante el resultado final de todos los presupuestos operativos que se han venido preparando, ingresos, producción, mercadeo y ventas, administración y financieros. Se tiene ahora e resultado neto de las operaciones de los periodos que ha presupuestado (Leiva, 2007, pág.102)

**Tabla 80**  
*Estado de Resultados Projectado*

<b>"CAFÉ DIABLO HUMA"</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS</b>					
<b>Del 2020 al 2024</b>					
Cuenta	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	37284,59	38253,99	39248,59	40269,06	41316,05
Costos de producción	20743,09	21282,41	21835,75	22403,48	22985,97
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>16541,50</b>	<b>16971,58</b>	<b>17412,84</b>	<b>17865,57</b>	<b>18330,08</b>
Gastos administrativos	12359,10	12478,88	12684,78	12894,08	13106,83
Gastos de Ventas	410	262,64	265,32	268,05	270,82
Gastos de Depreciaciones	1000,67	1000,67	1000,67	934	934
Gastos de Amortizaciones	66	66	66	66	66
<b>Utilidad operacional</b>	<b>2705,73</b>	<b>3163,40</b>	<b>3396,07</b>	<b>3703,45</b>	<b>3952,43</b>
Gasto Financieros	1296	1036,8	777,6	518,4	259,2
<b>Utilidad Ante-Part. Trabajadores</b>	<b>1409,73</b>	<b>2126,60</b>	<b>2618,47</b>	<b>3185,05</b>	<b>3693,23</b>
15% Part Trabajadores	211,46	318,99	392,77	477,76	553,98
<b>Utilidad Ante de Im. Rent</b>	<b>1198,27</b>	<b>1807,61</b>	<b>2225,70</b>	<b>2707,29</b>	<b>3139,24</b>
Impuesto la renta	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Neta</b>	<b>1198,27</b>	<b>1807,61</b>	<b>2225,70</b>	<b>2707,29</b>	<b>3139,24</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

El estado de resultados del presente proyecto refleja las ganancias futuras obtenidas por los ingresos, gastos para un periodo de tiempo de 5 años.

### 5.03.10 Flujo Caja

El flujo de efectivo se refiere al propósito diario, semanal, mensual o anual de todos los cobros y pagos en efectivos, en función de la diferencia de estos dos últimos términos, se determina el excedente o déficit de caja para un período determinado (Leiva, 2007, Pág.103).

**Tabla 81**  
*Flujo de Caja*

<b>"CAFÉ DIABLO HUMA"</b>						
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>DEL 2019 AL 2024</b>						
<b>Cuentas</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Utilidad Operacional		2705,73	3163,40	3396,07	3703,45	3952,43
Gasto Depreciaciones		1000,67	1000,67	1000,67	934	934,00
Gasto amortización		66	66	66	66	66
15% Part. Trabajadores		211,46	318,99	392,77	477,76	553,98
Impuesto a la renta		0	0	0	0	0
F.E.O	0	3560,94	3911,07	4069,97	4225,69	4398,44
Inversión Activos Fijos	-9540					
Recuperación de activos Fijos						5800,50
Inversión capital de trabajo	-5585,36					
Recuperación de capital de trabajo						5585,36
Inversión activos nominales	-330					
Flujo de caja de proyecto	-15455,36	3560,94	3911,07	4069,97	4225,69	15784,31
Préstamo	6000					
Gasto Financiamiento		1296	1036,8	777,6	518,4	259,2
Devolución de préstamo		1200	1200	1200	1200	1200
Flujo de caja del inversionista	-9455,36	1064,94	1674,27	2092,37	2507,29	14325,11

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

### 5.03.11 Balance General Proyectado

“La proyección del balance general consiste en mostrar la posición financiera de una organización en un periodo contable (un mes, un semestre, un año u otro lapso) después del último corte contable” (Ramírez & Cajigas, 2004, pág.235)

**Tabla 82**  
*Balance General Proyectado*

<b>"CAFÉ DIABLO HUMA"</b>						
<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
<b>DEL 2019 AL 2024</b>						
Cuenta	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Activo</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Caja	5585,36	6650,31	8324,58	10416,95	12924,24	27249,35
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>5585,36</b>	<b>6650,31</b>	<b>8324,58</b>	<b>10416,95</b>	<b>12924,24</b>	<b>27249,35</b>
<b>Activo Fijos</b>						
Maquinaria	8248,00	8248,00	8248,00	8248,00	8248,00	0,00
Depr. Acumulada Maquinaria	0,00	824,8	1649,6	2474,4	3299,2	0
Equipo de oficina	793,00	793,00	793,00	793,00	793,00	0,00
Depr. Acumulada Equip. Ofic.	0,00	79,3	158,6	237,9	317,2	0
Equipo de Computación	200,00	200,00	200,00	0,00		
Depr. Acumulada Equip. Comp.	0,00	66,67	133,33	0,00		
Muebles y Enseres	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00	0,00
Depr. Acumulada Muebl. y Enser.	0,00	29,9	59,8	89,7	119,6	0
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>9540,00</b>	<b>8539,33</b>	<b>7538,67</b>	<b>6538,00</b>	<b>5604,00</b>	<b>0,00</b>
Activo Nominales	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00
Amort. Actv. Nominales	0,00	66	132	198	264	330
Activo Activo Nominales	330,00	264,00	198,00	132,00	66,00	0,00
<b>Total Activos</b>	<b>15455,36</b>	<b>15453,64</b>	<b>16061,25</b>	<b>17086,95</b>	<b>18594,24</b>	<b>27249,35</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Pasivos no Corrientes</b>						
Documentos por Pagar L/P	6000	4800	3600	2400	1200	0
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>6000</b>	<b>4800</b>	<b>3600</b>	<b>2400</b>	<b>1200</b>	<b>0</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital	9455,36	9455,36	9455,36	9455,36	9455,36	9455,36
Utilidad Retenida	0,00	1198,27	3005,88	5231,58	7938,88	17793,98
<b>Total Patrimonio</b>	<b>9455,36</b>	<b>10653,64</b>	<b>12461,25</b>	<b>14686,95</b>	<b>17394,24</b>	<b>27249,35</b>
<b>Total Pasivo+ Total Patrimonio</b>	<b>15455,36</b>	<b>15453,64</b>	<b>16061,25</b>	<b>17086,95</b>	<b>18594,24</b>	<b>27249,35</b>

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

## 5.04 Evaluación Financiera

### 5.04.01 Tasa de Descuento

La tasa de descuento de los flujos de fondos o flujo de caja de un proyecto mide el coste de oportunidad de los fondos y recursos que se utilizan en el mismo. Los fondos se obtienen básicamente del mercado de capitales, sea por emisión de acciones o uso de fondos propios o mediante toma de deuda para financiar parte del proyecto (Herrera, 2011).

Las tasa de descuento más importante y utilizadas para la implantación en un proyecto son:

#### ❖ **TMAR**

La tasa mínima aceptación de rendimiento que soporta un proyecto contempla el valor mínimo que debe rendir la cafetería para el pago de la deuda y de los inversionistas.

#### ❖ **WACC**

El coste medio ponderado del capital toma en cuenta los recursos de una entidad ya sean propios o de deuda para establecer una tasa de descuento que ayude a la obtención del valor actual neto.

Mediante el análisis de las tasas de descuento, se aplicará al proyecto la tasa de descuento TMAR porque se busca encontrar el valor mínimo de rendimiento que debe tener la cafetería.

**Tabla 83**  
*Tasa Mínima Aceptación de Rendimiento*

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>
Inflación promedio	1,65%
Tasa riesgo país	6,51%
Prima de riesgo	2%
<b>Total</b>	<b>10,16%</b>

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado:** Karen Tashintuña

Se determinará un porcentaje de 10,16% como tasa mínima de rendimiento.

Para el cálculo de los indicadores de evaluación y aceptación del proyecto se presenta la tabla de resumen de flujos que se va a evaluar:

**Tabla 84**  
*Resumen de Flujos*

Año	Periodo	Flujos
0	2019	-15455,36
1	2020	3560,94
2	2021	3911,07
3	2022	4069,97
4	2023	4225,69
5	2024	15784,31

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### 5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. (Santa Cruz, 2017)

$$VAN = \sum \frac{FF}{(1 + TMAR)^N} + (-INVERSIÓN)$$

$$VAN = \sum \frac{3560,94}{(1 + 0,1016)^1} + \frac{3911,07}{(1 + 0,1016)^2} + \frac{4069,97}{(1 + 0,1016)^3} + \frac{4225,69}{(1 + 0,1016)^4} + \frac{15784,31}{(1 + 0,1016)^5} + (-15455,36)$$

$$VAN = 6643,90$$

Se determina un valor presente de \$ 6231,99, mayor que cero, resultando un proyecto viable porque al recuperar la inversión inicial de los flujos queda ganancia para el inversionista.

#### 5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La TIR se define como aquel tipo de interés que iguala el valor actual de los flujos netos de caja con el desembolso inicial, es decir, es la tasa de actualización que iguala a cero el valor actual neto” (Aguiar, 2009, pág.88).

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = \sum \frac{3560,94}{(1 + TIR)^1} + \frac{3911,07}{(1 + TIR)^2} + \frac{4069,97}{(1 + TIR)^3} + \frac{4225,69}{(1 + TIR)^4} + \frac{15784,31}{(1 + TIR)^5} + (-15455,36)$$

$$TIR = 22,19\%$$

Con el cálculo de la tasa interna de retorno del presente proyecto se sustenta que al ser mayor que la TMAR, el negocio en marcha es rentable.

#### 5.04.04 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

“El periodo o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto”. (Ketelhohn, Marín & Montiel, 2004, pág. 52)

**Tabla 85**  
Flujos

Año	Periodo	Flujos	F. Descontados	F. Acumulado
0	2019	-15455,36	-15455,36	-15455,36
1	2020	3560,94	3232,52	-12222,85
2	2021	3911,07	3222,91	-8999,94
3	2022	4069,97	3044,52	-5955,41
4	2023	4225,69	2869,47	-3085,94
5	2024	15784,31	9729,84	6643,90

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

$$PRI = \text{AÑO ÚLTIMO FLUJO ACUMULADO } (-) + \frac{\text{ÚLTIMO FLUJO ACUMULADO } (-)}{\text{SIGUIENTE FLUJO DESCONTADO}}$$

$$PRI = 4 + \frac{3085,94}{9729,84}$$

$$PRI = 4 + 0,32$$

$$PRI = 4,32$$

El plazo para recuperar el capital invertido es de 4 años, 3 meses y veinticinco días por ende el proyecto es recuperable porque se considera que se encuentra dentro de la vida útil del proyecto de 5 años.

#### 5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC)

Compara los beneficios y los costos de un proyecto particular y si los primeros exceden a los segundos entrega un elemento de juicio inicial que indica su aceptabilidad. Si, por el contrario, los costos superan a los beneficios, el proyecto debe ser en principio rechazado (Cohen & Franco, 2006, pág.171).

$$RBC = \sum \frac{FF}{(1 + TMAR)^N} \div (-INVERSIÓN)$$

$$RBC = \frac{3418,10}{(1 + 0,1016)^1} + \frac{3764,52}{(1 + 0,1016)^2} + \frac{3919,60}{(1 + 0,1016)^3} + \frac{4071,41}{(1 + 0,1016)^4} + \frac{15226,26}{(1 + 0,1016)^5} \div (-15055,60)$$

$$RBC = 1,41$$

Para el presente proyecto se ha obtenido de la relación costo beneficio el \$ 1,41, determinando la rentabilidad del mismo porque se obtendrá de cada dólar invertido \$ 0,41 de ganancia.

#### 5.04.06 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es definido como las unidades físicas o monetarias requeridas en la producción, comercialización o prestación del servicio, sin que la empresa presente utilidades o genere pérdidas. Es decir, las ventas igualan el nivel de los costos totales; en resumen, es el punto donde la utilidad operacional es igual a cero (Baena, 2014, pág. 314).

**Tabla 86**  
Descripción de Punto de Equilibrio

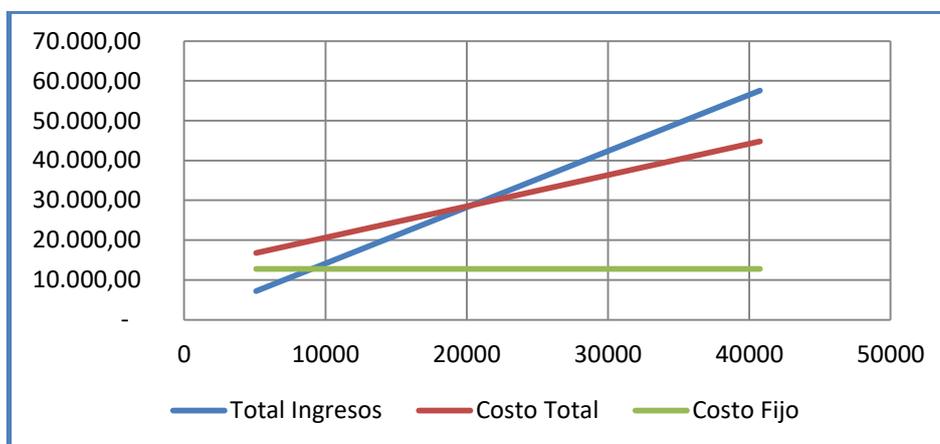
Producto	Cantidad	%	P.V	C.U	M.C	M.C %	C.F	PE. E
Café	5914	0,22	1,15	0,67	0,47	0,11	12769,10	4.565
Chocolate	950	0,04	1,55	0,81	0,74	0,03		734
Capuchino	1901	0,07	1,70	0,87	0,82	0,06		1.467
Mocaccino	1267	0,05	1,70	0,86	0,84	0,04		978
Te	528	0,02	1,15	0,64	0,51	0,01		408
Smoothie	739	0,03	2,60	1,91	0,70	0,02		571
Jugo	845	0,03	1,25	0,74	0,51	0,02		652
Frappé	1056	0,04	2,60	1,57	1,04	0,04		815
Pastel	3828	0,15	1,50	0,98	0,52	0,08		2.955
Sanduches	2244	0,09	1,99	1,16	0,83	0,07		1.732
Humita	1782	0,07	1,00	0,4	0,60	0,04		1.376
Empanada	1782	0,07	1,00	0,4	0,60	0,04		1.376
Biscochos	1782	0,07	1,00	0,4	0,60	0,04		1.376
Kimbolito	1782	0,07	1,00	0,4	0,60	0,04		1.376
<b>Total</b>	<b>26400</b>	<b>1,00</b>			<b>9,37</b>	<b>0,63</b>		<b>20.379</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Karen Tashintuña

**Tabla 87**  
Punto de Equilibrio

Cantidad	Total ingreso	Costo unitario	Costo fijo	Costo total	Utilidad /perdida
5094	7.194,23	4.002,47	12769,10	16.771,57	- 9.577,34
10189	14.389,87	8.005,73	12769,10	20.774,83	- 6.384,96
<b>20.379</b>	<b>28.781,59</b>	<b>16.012,49</b>	<b>12769,10</b>	<b>28.781,59</b>	<b>0</b>
30568	43.171,04	24.017,98	12769,10	36.787,08	6.383,95
40757	57.560,91	32.023,72	12769,10	44.792,82	12.768,09

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Karen Tashintuña



**Figura 36** Punto de Equilibrio  
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Karen Tashintuña

Para llegar al punto de equilibrio del proyecto se deberá vender 20379 productos para no generar ganancias ni pérdidas; pero si se llega a realizar ventas de menos productos se presentaría una pérdida para el negocio, pero si se llega a realizar mayores ventas se obtendría utilidades.

#### **5.04.07 Análisis de Índices Financieros**

Según Baca (2010, pág. 189), dice “Un buen análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles del negocio. Es claro esforzarse por mantener los puntos fuertes y corregir los puntos débiles antes que causen problemas.”

##### ❖ Relación Pasivo Activo

“Este indicador es la que mide que proporción de la empresa se encuentra financiada con recursos de terceros (endeudamiento) y se acostumbra medirla con porcentajes” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

##### ❖ Relación Patrimonio Activo

“La relación del patrimonio y el activo determinan cuantas unidades monetarias invertidas provenientes de recursos de terceros (endeudamiento) están endeudado por cada unidad monetaria prevista por el inversionista” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

##### ❖ Margen Bruto.

“El margen bruto, también llamado utilidad bruta, es el excedente de las ventas por arriba del costo de los bienes vendidos” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

❖ Margen Operativo.

Es aquella que mide la rentabilidad de la empresa y se obtiene de la relación de ingresos menos los gastos operacionales para sus ventas, en si es el margen antes de descontar intereses, impuestos entre otros y su medición es en porcentajes midiendo el beneficio por cada unidad monetaria. (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

❖ Margen Neto.

“Esta mide el porcentaje de utilidad neta que está quedando a los propietarios por cada unidad monetaria, esta es el resultado después de deducir los gastos como son impuestos sobre la renta” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

❖ Rendimiento Sobre Capital

El Rendimiento sobre el capital mide la eficiencia con que la administración de la empresa genera utilidades a partir de la cantidad de dinero invertida por los accionistas. En la medida en que el porcentaje que se genere de rendimiento sobre el capital sea mayor, será mucho mejor. (Guevara, 2015, pág. 30).

❖ Rendimiento Sobre Activos

“El rendimiento sobre activos mide la eficiencia de la administración de la empresa para generar utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos, tanto mejor” (Guevara, 2015, pág. 26).

**Tabla 88**  
Índices Financieros

<b>Ratio Financiero</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Relación Pasivo Activo	38,82%	31,06%	22,41%	14,05%	6,45%	0,00%
Relación Patrimonio Activo	61,18%	68,94%	77,59%	85,95%	93,55%	100%
Margen Bruto	N/A	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44
Margen Operativa	N/A	0,07	0,08	0,09	0,09	0,10
Margen Neto	N/A	0,03	0,05	0,06	0,07	0,08
R.O.E	N/A	12,67%	19,12%	23,54%	28,63%	33,20%
R.O.A	N/A	7,75%	11,25%	13,03%	14,56%	11,52%

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado:** Karen Tashintuña

De los índices financieros del proyecto se puede analizar que:

En la relación de pasivo activo se encuentra en un 38,82% de los activos se encuentra siendo financiado por entidades financieras o está ocupado por deuda.

En la relación de patrimonio activo se encuentra que un el 61,18% de los activos está siendo financiado con recursos propios del proyectista.

Se obtiene en el margen bruto: por cada dólar que la microempresa vende le queda \$0,44 centavos para cubrir sus los operacionales.

Se obtiene en el margen operativo: por cada dólar que la microempresa vende le queda \$0.07 centavos para cubrir los gastos financieros.

Se obtiene en el margen neto: por cada dólar que la microempresa vende le queda alrededor \$0.03 centavos para impartir al dueño del proyecto.

Se obtiene que la rentabilidad sobre el patrimonio es del 12,67% determinando que es aceptable por ser mayor al costo de oportunidad inicial.

Se obtiene en la rentabilidad sobre el activo: por cada dólar que la empresa invierte en activos se genera un rendimiento de \$0.08 centavos.

## CAPÍTULO VI

### 6. Análisis de Impactos

La Evaluación de Impacto Ambiental es un instrumento de planificación y gestión ambiental cuyo objetivo es la prevención de daños al medio ambiente la prevención *a priori*, que se aplica y reconoce como tal en muchos países por gobiernos centrales y locales, por organismos internacionales, y que además está en constante ampliación (Pardo, 2002, pág. 27).

Los impactos a analizar en la microempresa son:

- ❖ Impacto Ambiental
- ❖ Impacto Económico
- ❖ Impacto Productivo
- ❖ Impacto Social

Para medir los niveles de impactos se utilizarán 7 calificadores:

**Tabla 89**  
*Niveles de Calificación*

Calificación	Significado
-3	Impacto Negativo Alto
-2	Impacto Negativo Medio
-1	Impacto Negativo Bajo
0	Impacto Nulo
1	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
3	Impacto Positivo Bajo

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

#### 6.1 Impacto Ambiental

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico (medio ambiente), debido a la acción antrópica o a eventos naturales. (Gutiérrez & Sánchez, 2009).

**Tabla 90**  
*Impacto Ambiental*

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación visual			X					-1
Contaminación por emisión de gases		X						-2
Manejo de desechos						X		2
Contaminación por emisión de residuos		X						-2
Consumo de recursos energéticos			X					-1
<b>Total</b>		-4	-2			2		-4

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Promedio del Impacto Ambiental:

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total general}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{-4}{5}$$

$$\text{Promedio} = -0,8 = -1$$

Al analizar y evaluar diferentes indicadores ambientales en relación al presente proyecto, da como resultado un promedio de -1 como un impacto negativo bajo, calificación que se obtuvo por generar contaminación visual, contaminación por emisión de gases, contaminación por emisión de residuos y por consumo de recursos energéticos de mediana y baja medida; sin embargo, se provee de un aspecto positivo medio al contar con políticas de manejo de residuos dentro del establecimiento y para los desechos que se generen, minimizando la posible contaminación ambiental.

## 6.2 Impacto Económico

“Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socio económico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios” (Peláez, Lorenzo y Cañizares, 2012).

**Tabla 91**  
*Indicador Económico*

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Perspectiva de crecimiento					X			1
Rentabilidad del proyecto						X		2
Índice de inflación en bajos niveles			X					-1
Posibilidades de reinversión					X			1
Demanda						X		2
Total			-1		2	4		5

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Promedio del Impacto Económico:

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total general}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{5}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1$$

Al analizar y evaluar diferentes indicadores económicos en relación al presente proyecto, da como resultado un promedio de 1 como un impacto positivo bajo, calificación que se obtuvo por tener una perspectiva de crecimiento en el negocio, contar con una rentabilidad deseada, con posibilidades de reinversión y una economía creciente por aumento de la demanda, aunque la inflación del Ecuador posee índices bajos, el análisis arroja índices económicos favorables para el proyecto.

### 6.3 Impacto Productivo

La degradación del medio ambiente incide en la competitividad del sector productivo a través de varias vertientes, entre otras: (I) falta de calidad intrínseca a lo largo de la cadena de producción; (II) mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados; y (III) efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del Medioambiente (Gutiérrez & Sánchez, 2009).

**Tabla 92**  
*Impacto Productivo*

Indicadores	Calificaciones						Total
	-3	-2	-1	0	1	2	
Uso de materia prima local						X	2
Adquisición de maquinarias			X				-1
Aporte al PIB sectorial					X		1
Dinamización de la producción					X		1
Aumento de la oferta					X		1
Total			-1		3	2	4

*Fuente: Investigación Propia*  
*Elaborado: Karen Tashintuña*

Promedio del Impacto Productivo:

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total general}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{4}{5}$$

$$\text{Promedio} = 0.8 = 1$$

Al analizar y evaluar diferentes indicadores productivos en relación al presente proyecto, da como resultado un promedio de 1 como un impacto positivo bajo, calificación que se obtuvo por el fácil acceso a la materia prima local, por el aporte al PIB sectorial y dinamización de la producción que genera el negocio en el mercado, así como el aumento a la oferta en el mercado, aunque la adquisición de maquinaria para la cafetería no son de fácil acceso por no encontrarse en el país, no afecta de sobre manera la puesta en marcha del proyecto.

## 6.4 Impacto Social

“Los impactos sobre el medio social afectan a distintas dimensiones de la existencia humana” (Gutiérrez & Sánchez, 2009).

**Tabla 93**  
*Indicador Social*

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de fuentes de empleo					X			1
Ingresos Fijos					X			2
Responsabilidad Social					X			1
Mejora de la calidad de vida						X		2
Promover la cultura						X		2
Total					3	4		7

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Promedio del Impacto Social:

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total general}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{5}$$

$$\text{Promedio} = 1,4$$

Al analizar y evaluar diferentes indicadores sociales en relación al presente proyecto, da como resultado un promedio de 1 como un impacto Positivo bajo, calificación que se obtuvo por que la entidad generaría fuentes de empleo, proporcionara ingresos fijos al dueño del negocio y sus empleados, ayudará con l responsabilidad social, mejorará la calidad de vida de la de quienes conforman la entidad y promoverá la diversidad cultural de la región Andina del Ecuador.

## 6.5 Impacto Global

**Tabla 94**  
*Impacto Global*

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental			X					-1
Impacto Económico					X			1
Impacto Productivo					X			1
Impacto Social					X			1
Total			-1		3			2

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

Promedio del Impacto Global:

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total general}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{2}{4}$$

$$\text{Promedio} = 0,5 = 1$$

Al analizar y evaluar los indicadores globales da como resultado un promedio de 1 como un impacto positivo bajo, calificación que determina que la entidad a crearse también es viable desde la perspectiva de un análisis no financiero, ese decir, desde el punto de responsabilidad social.

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

- ❖ Para la determinación de un proyecto se debe tomar en cuenta la ubicación idónea, en dónde se va a asentar el emprendimiento; se establecerá un estudio técnico de la localización óptima junto con el análisis de observación del sector para establecer una matriz de ponderación de impactos en donde se enlista aquellos factores que benefician al proyecto tanto en la cercanía con los clientes, la competencia y su fácil localización
- ❖ El estudio de campo es preciso su aplicación para el presente proyecto, porque ayuda a la recolección de información específica del lugar, en cuanto al futuro consumidor, quien se interesará del producto o servicio que se pretende ofrecer, también proporciona un enfoque de cómo va ir dirigido el negocio.
- ❖ La aplicación de técnicas de investigación es fundamental para la creación de un proyecto dependiendo del tipo que sea porque ayuda a generar conocimientos detallados del campo al cual se va aplicar la investigación por medio de técnicas como la encuesta entrevista y observación.
- ❖ Es preciso el uso de datos estadísticos para el desarrollo del proyecto en cuanto al establecimiento de tasas de crecimiento poblacional, crecimiento de los sectores de producción.
- ❖ Para la evaluación de un proyecto de factibilidad es fundamental la aplicación de un estudio financiero porque ayuda al análisis de la sustentabilidad,

rentabilidad y viabilidad del proyecto con el tiempo, así como su capacidad máxima de producción y la demanda que tiene en el mercado.

## 7.2 Recomendaciones

- ❖ Al establecer una microempresa o empresa se recomienda tomar en cuenta en primer lugar el capital disponibles que posee el proyectista para iniciar el emprendimiento, porque mientras más poder adquisitivo se posea se podrá manejar de mejor manera la adquisición de los recursos necesarios para la puesta en marcha del negocio.
- ❖ La determinación de precios, gastos y costos lo más reales posibles ayudan a establecer valores posiblemente exactos de lo que en verdad cuesta potenciar un negocio. Por ello con la determinación de valores reales y el estudio financiero, determinan la factibilidad de un proyecto.
- ❖ Es necesario el establecimiento de políticas en cuanto el aprovechamiento máximo de la materia prima, evitando el desperdicio y con ello el aumento de desechos en el sector que la microempresa puede generar.

## BIBLIOGRAFÍAS

- García, B. (2014, Pág. 9). *AMOR POR EL CAFÉ*. 1ra Edición. España: e PUB.
- Museu do café. (2019). *La historia de las cafeterías*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Museudocafé.org.br: [www.museudocafe.org.br/es/cafeteria-es/la-historia-de-las-cafeterias](http://www.museudocafe.org.br/es/cafeteria-es/la-historia-de-las-cafeterias)
- Ortiz, A. (2016). *Cafeterías temáticas alrededor del mundo*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Foodantravel.mx: [www.foodandtravel.mx/cafeterias-tematicas-alrededor-del-mundo](http://www.foodandtravel.mx/cafeterias-tematicas-alrededor-del-mundo)
- Rodríguez, M. (2018). *Restaurantes temáticos son otra opción para guayacos*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de eltelegrafo.com.ec: [www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/restaurante-tematico-guayaquil](http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/restaurante-tematico-guayaquil)
- Rubio, P (2008, Pág. 24). *Introducción a la Gestión Empresarial*. 1ra Edición. Madrid: Instituto Europeo De Gestión Empresarial.
- Martan, M. (2016). *Factores económicos en la empresa*. Recuperado el 15 de enero del 2019, de GESTION.ORG: [www.gestion.org/factores-economicos-en-la-empresa/](http://www.gestion.org/factores-economicos-en-la-empresa/)
- Parkin, M (2017, Pág. 112). *MACROECONOMÍA*. 7ma Edición. México: Pearson Educación.
- Nepo, C (2017). *PIB Sectorial*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Slideshare.net: [www.es.slideshare.net/jhonchristiannepovillano/pbi-sectorial](http://www.es.slideshare.net/jhonchristiannepovillano/pbi-sectorial)
- Nieto, A. (2008). *Qué es la inflación*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Elblogsalmon.com: [www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion](http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion)
- Pedrosa, S. (2019). *Diferencia entre IPC e inflación*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Economipedia.com: [economipedia.com/definiciones/diferencia-ipc-e-inflacion.html](http://economipedia.com/definiciones/diferencia-ipc-e-inflacion.html)
- Gonzales, A. (2018). *Qué es el riesgo país, cómo se mide y por qué aumenta*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Perfil.com: [www.perfil.com/noticias/economia/que-es-el-riesgo-pais-y-cuales-son-las-razones-por-las-que-aumenta.phtml](http://www.perfil.com/noticias/economia/que-es-el-riesgo-pais-y-cuales-son-las-razones-por-las-que-aumenta.phtml)
- Ortiz, O. (2001). *El dinero: la teoría, la política y las instituciones*. 1ra Edición. México: Universidad Nacional Autónoma de México UNAM.
- Peralta, I. (2010). *Factor Social*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Slideshare.net: [es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social](http://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social)

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Ecuadorencifras.gob.ec: [www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Junio-2016/Presentacion\\_Empleo\\_Junio2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Junio-2016/Presentacion_Empleo_Junio2016.pdf)
- Hernández, P. (2008). *Factores legales*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Factores legales: [www.factorleslegales.blogspot.com/](http://www.factorleslegales.blogspot.com/)
- Zayas, I. (2015). *La innovación, competitividad y desarrollo tecnológico en las MIP y ME's del municipio de Angostura, Sinaloa*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Scielo.org: [www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-09342015000300013](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342015000300013)
- Chavarría, H & Sepúlveda, S (2001, Pag.11) *Factores no Económicos de la Competitividad*. 1ra Edición. Colombia: IICA
- Thompson, I. (2009). *Definición de Cliente*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Promonegocios: [www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html](http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html)
- Pérez, J. (2010). *Definición de proveedor*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Definición: [definicion.de/proveedor/](http://definicion.de/proveedor/)
- Pérez, J. (2008). *Definición de competidor*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Definicion.de: [www.definicion.de/competidor/](http://www.definicion.de/competidor/)
- Riquelme, L (2016). *FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Analisisfoda.com: [www.analisisfoda.com/](http://www.analisisfoda.com/)
- López, Y. (2013). *Filosofía organizacional y su importancia*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Gestipolis.com: [www.gestipolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/](http://www.gestipolis.com/filosofia-organizacional-y-su-importancia/)
- Cuevas, A. (2003). *Concepto de visión*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de Gestipolis.com: [www.gestipolis.com/concepto-de-vision/](http://www.gestipolis.com/concepto-de-vision/)
- Anzola, S. (2002, pág. 70). *Administración de pequeñas empresas*. 2da Edición. México: McGraw Hill.
- Cembrano, P, Montesinos, R. & Bustelo, A. (2009). *La Gestión Operativa*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de WORDPRESS: [ww.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf](http://ww.wordpress.com/2011/02/apuntes-gestion-operativa.pdf)
- Herrera, J. (2001, Pág. 151). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. 1ra Edición. Madrid: Paraninfo
- Romero, R. (2010, Pág. 156). *Marketing*. 3ra Edición. España: Palmir E.I.R.L.
- Kotler, P. (2008). *Definición de precio*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de MARKETING-FREE: [www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html](http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html)

- Velásquez, G. (2015). *Diversas perspectivas del Marketing*. Recuperado el 15 de enero del 2019; de German Velásquez: [www.germanvelasquez.blogspot.com](http://www.germanvelasquez.blogspot.com)
- McCarthy, J. & Perreault, W. (1997, Pág. 446). *Marketing*. 11mo Edición. México: McGraw Hill Interamericana.
- Tejada, B. (2006, Pág. 138). *Administración de servicios de alimentación, calidad y nutrición, productividad*. 2da Edición. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Di Rienzo, J. & Cazanovez, F. & González, L & Tablada, E. (2008, Pág. 2) *Estadística para las Ciencias Agropecuarias*. Séptima Edición. Córdoba: Brujas
- Thompson, I. (2010). *Definición de encuesta*. Recuperado el 15 de enero del 2019, de Promonegocios.Net: [www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion)
- Acevedo, A. & Alba, F (2000, Pág.10) *El proceso de la entrevista conceptos y modelos*. 3ra Edición:
- Sabino, C. (2002, Pág. 116). *El proceso de investigación*. 2da Edición. Buenos aires: Panapo.
- Baca, G. (2006, Pág. 17). *Evaluación de proyectos*. 4ta Edición. México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Castro, H. (2017, Pág. 50). *Proyectos de inversión 1, 2, 3: de la teoría a la práctica*. 1ra Edición. Limburg: Autoreseditores S.A.S.
- Vega, V. (2005, Pág. 78). *Mercadeo básico*. 3ra Edición. San José: Editorial Universidad Estatal a la Distancia.
- Rodríguez, N. & Martínez, W. (2006, Pág. 158). *Planificación y Evaluación de Proyectos Informáticos*. 3ra Edición. San José - Costa Rica: EUNED
- Sapag, N. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Recuperado el 04 de febrero del 2019, de TESIS: <file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Ruiz, P. (2012). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 04 de febrero del 2019, de Bomberos.cl: [www.bomberos.cl/bomberos2011/area\\_proyectos/fndr/FNDR%20\\_Metodologia\\_Preparacion\\_Evaluacion\\_Proyectos.pdf](http://www.bomberos.cl/bomberos2011/area_proyectos/fndr/FNDR%20_Metodologia_Preparacion_Evaluacion_Proyectos.pdf)
- Rivera, J. & López, M. (2012, Pág. 244). *Dirección de Marketing*. 3ra Edición. Madrid: ESIC Editorial.
- Baca, G. (2010 Pág. 16). *Evaluación de proyectos*. 6ta Edición. México: McGraw Hill/Interamericana Editores S.A.

- Delgadillo, J. (2014). *Balance entre la oferta y la demanda*. Recuperado el 04 de Febrero de 2019, de Prezi: [www.prezi.com/pfdgt2gzsojn/balance-entre-la-oferta-y-la-demanda/](http://www.prezi.com/pfdgt2gzsojn/balance-entre-la-oferta-y-la-demanda/)
- Jara, L. (2015). *Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria* Recuperado el 04 de febrero del 2019; de Observatorio.unr.edu.ar: [www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/](http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/)
- Carmona, L. (2003, Pág. 11) *El Café, rey de los sentidos*. Primera edición. Almería: Escobar Impresiones.
- Hernández, A. (2012). *Macro y micro localización*. Recuperado el 08 de febrero de 2019, de BLOGSPOT: <http://ishmacroymicrolocalizacion.blogspot.com/2012/01/macro-y-micro-localizacion.html>
- Cardozo, C. (2015). *Auditorias del Sector Solidario; Ciencias Empresariales*. 2da Edición Lima: ECOE.
- Guzmán, A. & Romero, T. (2005, Pág. 68, 112). *Contabilidad financiera*. 1ra Edición. Bogotá: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.
- García, J. (2008, Pág. 9, 12, 16). *Contabilidad de costo*. 3ra Edición. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Horngren, C. Harrison, W. & Smith, L. (2003, Pág.183). *Contabilidad*. 5ta Edición. México: Pearson Educación.
- Bautista, I. (2011). *Clasificación de las inversiones*. Recuperado el 22 de febrero de 2019, de UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO: [www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion\\_de\\_las\\_inversiones](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones)
- Hernández, G. (2006, Pág.14). *Diccionario de economía*. 1ra Edición. Medellín: Universidad de Colombia.
- Levy, N. (2003, Pág.167). *Cambios institucionales del sector financiero y su efecto sobre el fondeo de la inversión*. 2ra Edición. México: Facultad de Economía, UNAM.
- Martínez, A. (2006). *Factor económico*: recuperado el 22 de febrero de 2019, de Blogspot: [www.alanuardobaosmartinez.blogspot.com/2007/01/factor-econmico.html](http://www.alanuardobaosmartinez.blogspot.com/2007/01/factor-econmico.html)
- Guarino, J. (2016, Pág. 15). *Mitos de la economía Argentina*. 1ra Edición: Buenos Aires: Ediciones B Argentina S.A.
- Leiva, J. (2007, Pág.102, 103). *Los emprendedores y la creación de las empresas*. 1ra Edición. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Ramírez, E. & Cajigas, M. (2004, Pág.235). *Proyectos de inversión competitivos*. 1ra Edición. Palmira: Universidad Nacional de Colombia

Herrera, J. (2001, Pág. 151). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. 1ra Edición. Madrid: Paraninfo.

Santa Cruz, E. (2017). *Fundamentos financieros: El valor actual neto (VAN)*. Recuperado el 01 de marzo de 2019, de Conexionesan:  
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>

Aguiar, I. (2009, Pág. 88, 89). *Finanzas corporativas en la práctica*. 2da Edición. Madrid: Delta, Publicaciones Universitarias.

Ketelhn, W. Marín, N., & Montiel, E. (2004 Pág. 52). *Inversiones, análisis de inversiones estratégicas*. 20ma Edición. Bogotá: Editorial Norma S.A.

Cohen, E. & Franco, R. (2006, Pág.171). *Evaluación de proyectos sociales*. 7ma Edición. México: Pearson Educación.

Baena, D. (2014, Pág. 314). *Análisis financiero enfoque y proyecciones*. 2da Edición. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Horngren, Ch. Sundem, G. & Stratton, W. (2006, Pág.62). *Contabilidad administrativa*. 10ma Edición. México: Pearson Educación.

Guevara, J. (2015, Pág. 30). Valoración de empresas. 1ra Edición. Quito: Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Pardo, M. (2002, Pág. 27). La evaluación del impacto ambiental y social para el siglo XXI. (1ra Edición). Madrid: Editorial Fundamentos.

Gutiérrez, J & Sánchez, L. (2009). Impacto Ambiental. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de UNIVERSIDAD LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE:  
[http://files.uladech.edu.pe/docente/17817631/mads/Sesion\\_1/Temas%20sobre%20medio%20ambiente%20y%20desarrollo%20sostenible%20ULADECH/14.\\_Impacto\\_ambiental\\_lectura\\_2009\\_.pdf](http://files.uladech.edu.pe/docente/17817631/mads/Sesion_1/Temas%20sobre%20medio%20ambiente%20y%20desarrollo%20sostenible%20ULADECH/14._Impacto_ambiental_lectura_2009_.pdf)

Peláez, J. Lorenzo, P. & Cañizares, E. (2012). Estudios de impactos económicos. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de SECTOR PÚBLICO:  
<https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>

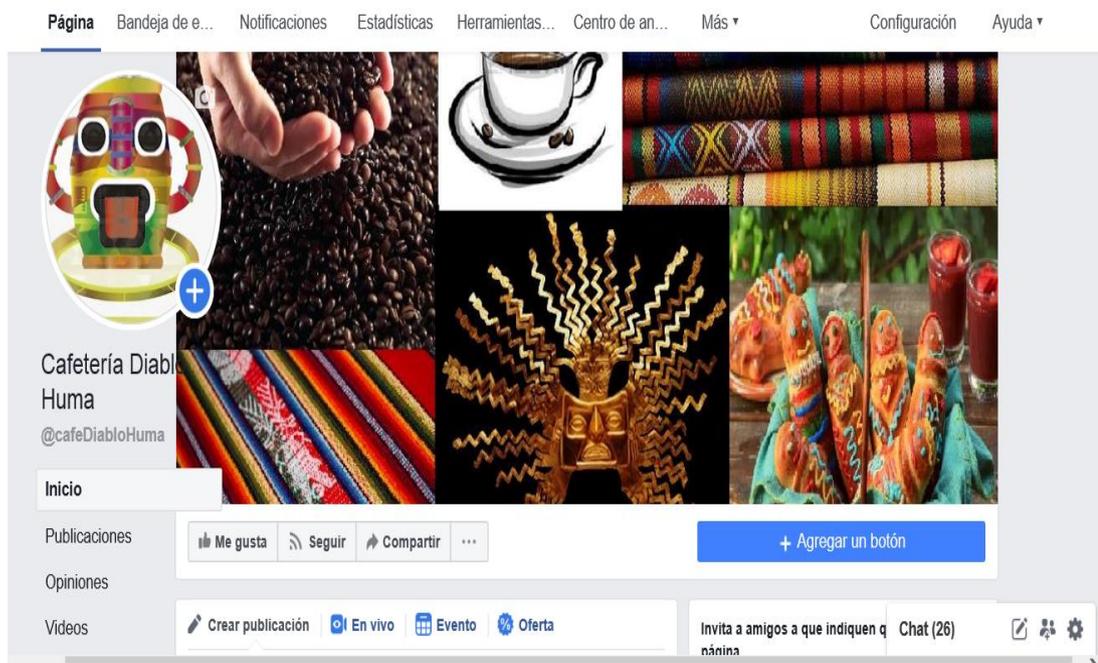
# ANEXOS

## 1. Volantes

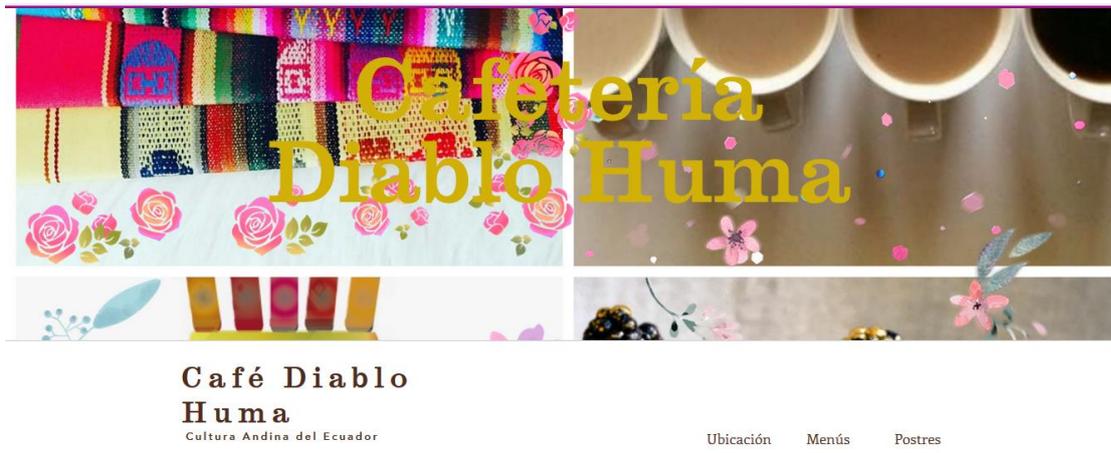


## 2. Redes sociales

### 2.1 Facebook



## 2.2 Página Web



© 2023 by CaféDiablo Huma. Proudly created with [Wix.com](https://www.wix.com)



### *Cultura Andina del Ecuador* **Nuestro Café**

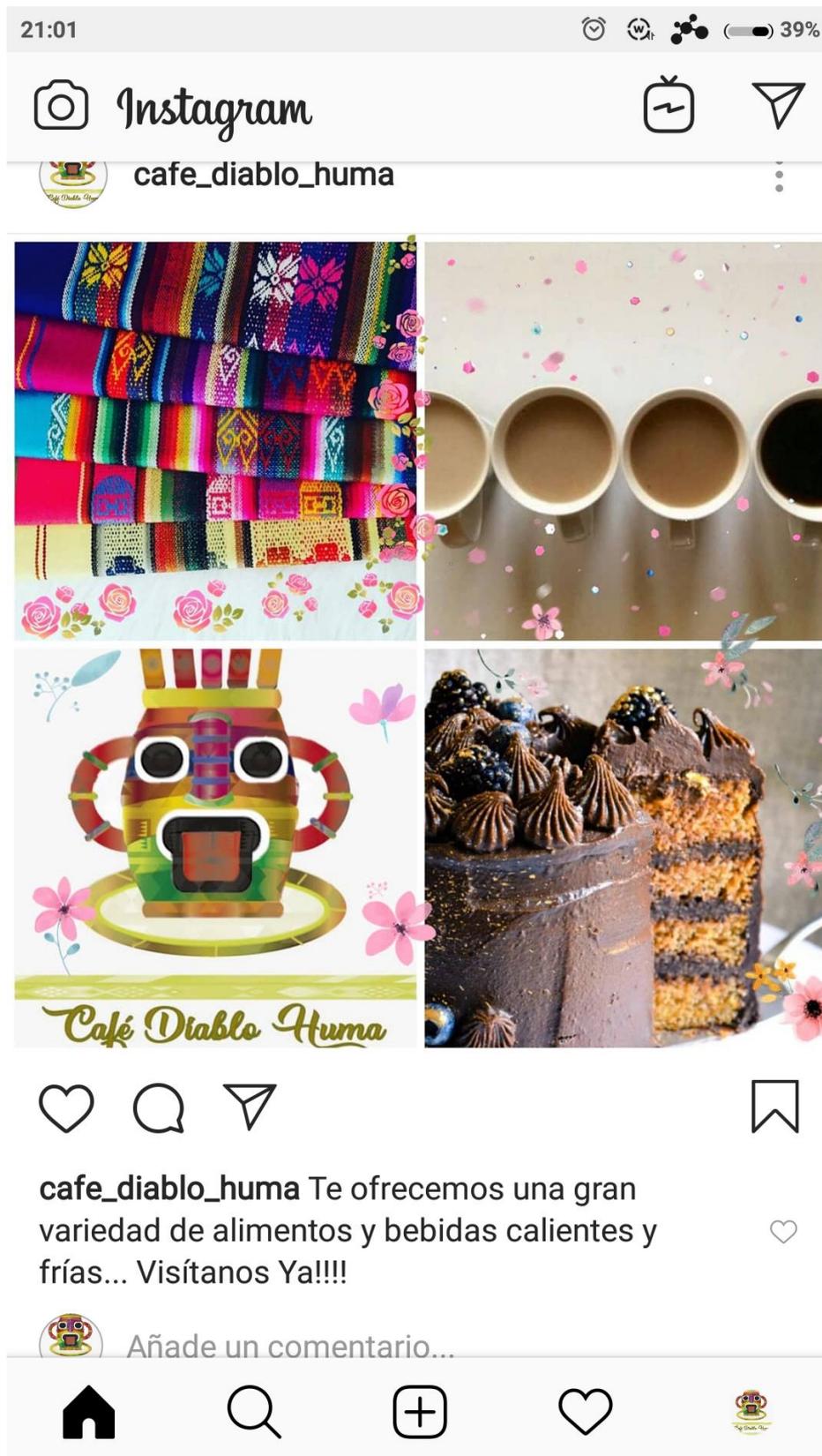
La Cafetería Diablo Huma está ambientada a la cultura andina del Ecuador, con productos elaborados propios de la región y elementos que llevan a vivir un ambiente satisfactorio sobre nuestras raíces.

### *Sabor de la Casa* **Amor al café**

En nuestra tienda se podrá encontrar una gran variedad de bebidas derivadas del café así como otros postres y alimentos característicos de la zona.



### 2.3 Instagram



### 3. Gigantografía



### 4. Tarjeta de presentación



Anexo 1 Imagen y Papelería Corporativa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Karen Tashintuña

## Cafetería Diablo Huma

La presente encuesta tiene como objetivo el lanzamiento de un nuevo servicio de cafetería, centrada en la temática de la cultura Andina del Ecuador, ubicada en el Centro Histórico de Quito. Dicha información será de uso académico.

### Preguntas:

1. ¿Acude usted a menudo a cafeterías?

Si

No

\*\*\*SI SU RESPUESTA FUE NO, POR FAVOR RESPONDA LA PREGUNTA 5

\*\*\*

2. ¿Con que frecuencia acude usted a cafeterías?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

3. Al momento de ingresar a una cafetería suele hacerlo en

Solo

En pareja

Varias personas

4. ¿Cuánto gasta en promedio cuando va a una cafetería?

De 1 a 5

De 6 a 10

De 11 a 15

Más de 15

5. ¿Se siente satisfecho con el servicio que ha recibido en las cafeterías que ha asistido?

Si

No

6. Le gustaría visitar una cafetería ambientada en la Cultura Andina del Ecuador

Si  No

\*\*\*SI SU RESPUESTA FUE **NO** LA ENCUESTA HA TERMINADO. \*\*\*

7. ¿Qué consideraría usted en un servicio de cafetería?

Calidad  Atención al cliente  Precio  Lugar

8. ¿Qué tipo de bebida consume regularmente al visitar una cafetería?

Bebidas Frías  Bebidas Calientes

9. Dentro de las bebidas frías y calientes cuál sería de su preferencia.

(seleccione una por categoría)

Bebidas Frías		Bebidas Calientes	
Smoothies	<input type="checkbox"/>	Café	<input type="checkbox"/>
Jugos	<input type="checkbox"/>	Chocolate	<input type="checkbox"/>
Frappé	<input type="checkbox"/>	Capuchino	<input type="checkbox"/>
		Mocaccino	<input type="checkbox"/>
		Té	<input type="checkbox"/>

10. ¿Qué tipo de alimentos consume usted en una cafetería?

Pasteles  Sandwiches  Tradicionales

\*\*\*\*\* Muchas Gracias por su Colaboración \*\*\*\*\*

*Anexo 2 Encuesta*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

### 3.1 Ficha de Entrega del Pedido

"NOMBRE DE LA EMPRESA" **PEDIDO**

"Dirección"

"Ciudad"

"Provincia"

"Codigo Postal"

"Teléfono"

"Pagina Web"

PEDIDO

Fecha de Pedido	
Número de Pedido	
Comercial	
Número de Cliente	
Metodo de Pago	
Terminos de Pedido	
Enviar Vía	
Fecha de Envio	

ENVIAR PEDIDO A

Pedido	Cantidad	Descripción de Pedido	Cantidad de Unidad	Precio por Unidad	Precio
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
GRACIAS POR SU PEDIDO				Subtotal	
				"%" IVA	
				Costes de Envio	
				Seguro	
				<b>Total</b>	

### 3.2 Transporte de Materia Prima

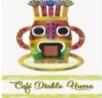


### 3.3 Vestimenta





### 3.5 Ticket

COFFEE		BREAK
06-10-2016		18:45
REG		000001
<b>CAFÉ</b>		\$8.75
<b>PAN</b>		\$6.25
<b>TOTAL</b>		<b>\$15.00</b>
CAJA		\$20.00
CAMBIO		\$5.00

*Anexo 3 Lineamientos y Fichas de Control*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado: Karen Tashintuña*

**Tabla 95**  
*Método Francés*

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0					6000
1	6000	1.296	2.077	781	5.219
2	5.219	1.127	2.077	950	4.269
3	4.269	922	2.077	1.155	3.113
4	3.113	672	2.077	1.405	1.708
5	1.708	369	2.077	1.708	-

**Anexo 4** *Método Francés*

**Fuente:** *Investigación Propia*

**Elaborado:** *Karen Tashintuña*

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Karen Lizeth Tashintuña.docx (D51066867)  
Submitted: 4/25/2019 2:28:00 PM  
Submitted By: lizzkaren15@gmail.com  
Significance: 7 %

### Sources included in the report:

TRABAJO DE TITULACIÓN ARTESANÍAS DE YERBA MATE.docx (D38729075)  
ROXANA ISAMAR VALENCIA LEON.pdf (D37113597)  
Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)  
elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)  
Bayron David Diaz Cacuango.pdf (D37111599)  
urkund pdf Fernanda Cumbal Producción.pdf (D37101908)  
MONICA PAOLA ZAGAL BAÑO PDF.pdf (D37055649)  
JOSE ALEX VALIENTE TOAQUIZA.pdf (D37080854)  
<http://www.eumed.net/rev/turedes/13/vfz.html>

### Instances where selected sources appear:

25



---

Director: Armando Andrés Analuisa Aguiar

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA  
BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN**

**NOMBRE TUTOR:** ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRÉS  
**NOMBRE ESTUDIANTE:** FASHINTUNA LOACHAMIN KAREN LIZETH  
**CARRER:** ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA  
**TEMA DE TITULACIÓN:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERIA TEMÁTICA AMBIENTADA A LA CULTURA ANDINA DEL ECUADOR, UBICADA EN EL SECTOR CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2019  
**IMPRESIÓN REPORTE:** Quito, 22 de mayo del 2019 13:02:39  
**TIPO REPORTE:** ACUMULATIVO

NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	INCUBADORA EMPRESARIAL			PERIODO:		OBSERVACION	ESTADO SC
			HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS			
1	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 13:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-08 14:00:00	1.00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO	
2	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO	
3	2019-01-08	INSITU	2019-01-08 14:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-08 15:00:00	1.00	EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA, SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO	
4	2019-01-13	AUTONOMA	2019-01-13 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 22:00:00	10.00	DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO	
5	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-15 14:00:00	1.00	SE APRUEBA LA JUSTIFICACION INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO	
6	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL AMBIENTE EXTERNO Y AVANCES DEL ANALISIS INTERNO	PROCESADO	
7	2019-01-15	INSITU	2019-01-15 14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-15 15:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO	
8	2019-01-20	AUTONOMA	2019-01-20 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ENTORNO LOCAL Y AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO	
9	2019-01-22	INSITU	2019-01-22 13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-22 14:00:00	1.00	SE APRUEBA EL AMBIENTE EXTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO	
10	2019-01-26	AUTONOMA	2019-01-26 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS INTERNA Y AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO	
11	2019-01-22	INSITU	2019-01-22 14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-22 15:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS FODA Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO	
12	2019-01-27	AUTONOMA	2019-01-27 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS FODA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA	PROCESADO	
13	2019-01-29	INSITU	2019-01-29 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-29 14:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO	
14	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO	
15	2019-01-29	INSITU	2019-01-29 14:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-29 15:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO	
16	2019-02-03	AUTONOMA	2019-02-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA	PROCESADO	
17	2019-02-05	INSITU	2019-02-05 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-05 14:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS DEL CONSUMIDOR INCLUIDAS NORMAS APA, SE REVISAN AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVIAN CORRECCIONES, SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO	
18	2019-02-09	AUTONOMA	2019-02-09 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y AVANCES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA	PROCESADO	

19	156844	2019-02-05	INSITU	2019-02-05 14:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-05 15:00:00	2019-02-05 15:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.	PROCESADO
20	156860	2019-02-10	AUTONOMA	2019-02-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-10 22:00:00	2019-02-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO. SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS.	PROCESADO
21	156845	2019-02-12	INSITU	2019-02-12 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-12 14:00:00	2019-02-12 14:00:00	1.00	INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
22	156871	2019-02-16	AUTONOMA	2019-02-16 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 22:00:00	2019-02-16 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
23	156846	2019-02-12	INSITU	2019-02-12 14:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-12 15:00:00	2019-02-12 15:00:00	1.00	SE APRUEBA ANALISIS DE LA DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
24	156872	2019-02-17	AUTONOMA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-17 22:00:00	2019-02-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
25	156848	2019-02-19	INSITU	2019-02-19 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-19 14:00:00	2019-02-19 14:00:00	1.00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACION Y SE ENVIAN CORRECCIONES.	PROCESADO
26	156874	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	2019-02-23 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LOCALIZACION DEL PROYECTO.	PROCESADO
27	156850	2019-02-19	INSITU	2019-02-19 14:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-19 15:00:00	2019-02-19 15:00:00	1.00	SE APRUEBA ANALISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
28	156875	2019-02-24	AUTONOMA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	2019-02-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CALCULO DE INGRESOS.	PROCESADO
29	166861	2019-02-26	INSITU	2019-02-26 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-26 15:00:00	2019-02-26 15:00:00	2.00	SE APRUEBA ANALISIS DE LA LOCALIZACION Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
30	166874	2019-03-03	AUTONOMA	2019-03-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-03 22:00:00	2019-03-03 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CALCULO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES.	PROCESADO
31	166862	2019-03-05	INSITU	2019-03-05 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-05 15:00:00	2019-03-05 15:00:00	2.00	SE APRUEBA ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION: VAN, TIR, PRI, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	166875	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	2019-03-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
33	166863	2019-03-12	INSITU	2019-03-12 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-12 15:00:00	2019-03-12 15:00:00	2.00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACION: VAN, TIR, PRI, RCB, PUNTO DE EQUILIBRIO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.	PROCESADO
34	166876	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	2019-03-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACION Y PUNTO DE EQUILIBRIO Y AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO

35	166864	2019-03-19	INSITU	2019-03-19 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-19 15:00:00	2.00	SE APRUEBAN LOS CALCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS VAN, TIR, FCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO
36	166877	2019-03-24	AUTONOMA	2019-03-24 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y AVANCES DEL IMPACTO ECONOMICO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.	PROCESADO
37	166866	2019-03-26	INSITU	2019-03-26 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-26 15:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO
38	166878	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-31 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONOMICO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO
39	166867	2019-04-02	INSITU	2019-04-02 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-02 15:00:00	2.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
40	166880	2019-04-07	AUTONOMA	2019-04-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-07 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
41	166868	2019-04-09	INSITU	2019-04-09 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-09 15:00:00	2.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
42	166881	2019-04-14	AUTONOMA	2019-04-14 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-14 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
43	166869	2019-04-16	INSITU	2019-04-16 13:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-16 14:00:00	1.00	SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE APRUEBA TAMBIEN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO
44	166870	2019-04-16	INSITU	2019-04-16 14:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-16 15:00:00	1.00	SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE APRUEBA TAMBIEN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO. TRABAJO LISTO PARA PRESENTACION DEL PRIMER BORRADOR FISICO.	PROCESADO
							TOTAL HORAS:	240	

ANALUISYAGUIAR ARMANDO ANDRES TUTOR CI: 1720917218	TASHINTUNA LOACHAMIN KAREN LIZETH ALUMNO CI: 1723840086	 SALAS JIMENEZ FRANCISCO VINCIO DELEGADO CI: 1712480670	FECHA:
--	---	---	--------



# INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

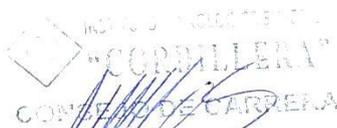
## ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

### ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **TASHINTUÑA LOACHAMIN KAREN LIZETH**, portador de la cédula de identidad N° 1723840086, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 23 de Mayo del 2019

Sra. Mariela Balseca  
CAJA



Ing. Francisco Salas  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



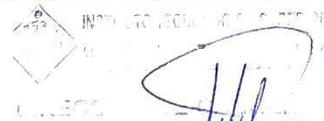
Ing. William Parra  
BIBLIOTECA



28 MAY 2019

9.11 JBS  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Ing. María Fernanda Burga  
DIRECTOR DE CARRERA

Sra. Cristina Chuqui  
SECRETARÍA ACADÉMICA