



**PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DEL ECUADOR  
SEDE AMBATO**  
SERÉIS MIS TESTIGOS

## **ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

### **Tema:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERIA TEMÁTICA “EL MUNDO DEL CINE” EN LA CIUDAD DE AMBATO, QUE BRINDE UNA NUEVA ALTERNATIVA DE SERVICIO”.

Disertación de grado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial con Mención en Marketing

### **Línea de investigación:**

Proyectos de inversión y emprendimiento de negocios.

### **Autor:**

JUAN MARCELO ANDRADE RENDON

### **Director:**

EC. NELSON LASCANO

Ambato – Ecuador

Mayo 2012

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**SEDE AMBATO**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**HOJA DE APROBACIÓN**

**Tema:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERIA  
TEMÁTICA “EL MUNDO DEL CINE” EN LA CIUDAD DE AMBATO, QUE  
BRINDE UNA NUEVA ALTERNATIVA DE SERVICIO.

**Autor:**

JUAN MARCELO ANDRADE RENDÓN

Nelson Lascano Aimacaña, Ec.

f.....

**DIRECTOR DE LA DISERTACION**

Amparito Pérez Barrionuevo, Ing. MBA.

f.....

**CALIFICADOR**

Humberto Holguín Colina, Ec.

f.....

**CALIFICADOR**

Jorge Núñez Grijalva, Ing.

f.....

**DIRECTOR ESCUELA DE ADMINISTRACION**

Hugo Altamirano Villarroel, Dr.

f.....

**SECRETARIO GENERAL PUCESA**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD**

Yo, Juan Marcelo Andrade Rendón portador de la cédula de ciudadanía No. 180389193-4 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniero Comercial con Mención en Marketing son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Juan Marcelo Andrade Rendón

CI. 180389193-4

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi agradecimiento:

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato y a la Escuela de Administración de Empresas por ser parte de mi formación como nuevo profesional.

A mi familia, por su apoyo incondicional durante toda mi vida estudiantil.

Al Ec. Nelson Lascano por su asesoramiento como tutor en el desarrollo de este trabajo.

A todos los docentes de la escuela quienes fueron parte de mi formación y quienes supieron impartir sus conocimientos hacia mí durante toda la carrera.

Y a todas aquellas personas, amigos y compañeros que me acompañaron en este proceso de aprendizaje en la universidad.

## **DEDICATORIA**

A Dios por bendecir todos mis actos y por darme la oportunidad de convertirme en profesional.

A mi familia porque con su apoyo y motivación, he logrado cumplir todas mis metas.

## RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación consiste en un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería, con la temática de “el mundo del cine” en la ciudad de Ambato, que brinde una nueva alternativa de servicio.

El objetivo de la investigación es de estudiar la factibilidad del proyecto analizando, si sería rentable o no su aplicación. La metodología empleada fue la investigación de tipo exploratoria y descriptiva, con el uso de la encuesta y la observación directa como instrumentos. Se obtuvo una muestra de 383 personas de la ciudad de Ambato, que fueron encuestadas, de las que se adquirió información que permitió conocer a nuestro posible cliente y se logró determinar la demanda potencial. Se analizó la localización más idónea que podría tener el negocio, además de todo el equipo necesario para su funcionamiento. La factibilidad del proyecto se demuestra al tener una tasa interna de retorno del 43.87% y un VAN de 37,150.12. Se llegó a la conclusión de que es factible la creación de una cafetería temática en la ciudad, que brinde una experiencia diferente de servicio y se encuentre acorde a las nuevas necesidades del consumidor actual.

## ABSTRACT

The following research is a feasibility study for the creation of a cafeteria, with the theme "world of cinema" in the city of Ambato, to provide a new alternative service.

The aim of the research is to study the feasibility of the project by reviewing whether it would be profitable or not its application. The research methodology was exploratory and descriptive, with the use of direct observation and survey instruments. Was obtained a sample of 383 people in the city of Ambato, who were surveyed, of which was acquired information that led to know our potential client, and it was determined the potential demand. We analyzed the most suitable location could have the business, plus all the equipment necessary for its operation. The feasibility of the project is shown to have an internal rate of return of 43.87% and a NPV of 37,150.12. It concluded that it is possible to create a theme cafeteria in town that offers a different experience of service and is consistent with the changing needs of today's consumer.

## TABLA DE CONTENIDOS

### PRELIMINARES

Declaración de autenticidad y responsabilidad.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Tabla de contenidos.....	viii
Tabla de gráficos.....	xii
Tablas.....	xiv
<b>CAPITULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del problema .....	3
1.3. Prognosis.....	6
1.4. Formulación del problema.....	8
1.5. Preguntas básicas .....	8
1.6. Delimitación .....	9
1.6.1. Delimitación del contenido .....	9
1.6.2. Delimitación temporal.....	9
1.6.3 Delimitación espacial .....	9
1.7. Objetivos .....	10

1.7.1. Objetivo General .....	10
1.7.2. Objetivos Específicos.....	10
1.8. Justificación .....	11
1.9. Diagnóstico situacional .....	12
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....	18
2.1. Antecedentes investigativos.....	18
2.2. Fundamentación filosófica .....	19
2.3. Fundamentación legal.....	19
2.4. Fundamentación teórica.....	20
2.4.1. El estudio de factibilidad .....	20
2.4.2. Estudio de mercado .....	21
2.4.3. Estudio técnico.....	24
2.4.4. Estudio financiero .....	28
2.4.5. Evaluación financiera .....	30
CAPITULO III: METODOLOGÍA .....	32
3.1. Tipo de investigación .....	32
3.2. Modalidad de la investigación .....	33
3.3. Técnicas e instrumentos para el levantamiento de la información .....	34
3.4. Población y muestra .....	35
3.4.1. Población .....	35
3.4.2. Cálculo estadístico de la muestra .....	35

3.5. Diseño de la encuesta .....	38
3.6. Análisis e interpretación de resultados de la investigación .....	38
3.7. Conclusiones de la investigación .....	53
CAPITULO IV: DESARROLLO .....	55
4.1. Descripción de la empresa.....	55
4.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	57
4.2.1. Perfil del cliente meta.....	57
4.2.2. Descripción del negocio.....	58
4.2.3. Producto.....	59
4.2.4. Descripción de los productos a ofrecer.....	60
4.2.5. Logotipo .....	68
4.2.6. Clientes.....	69
4.2.7. Proveedores.....	70
4.2.8. Comercialización.....	71
4.2.9. Competencia potencial.....	72
4.2.10. Mercado Potencial .....	75
4.2.11. Estrategia de producto.....	78
4.2.12. Estrategia de precio .....	79
4.2.13. Estrategia de Promoción.....	80
4.2.14. Estrategia de distribución o plaza .....	82
4.3. ESTUDIO TÉCNICO .....	83

4.3.1. Localización .....	83
4.3.2. Distribución del área de la cafetería.....	90
4.3.3. Ingeniería del proyecto .....	95
4.3.4. Identificación de procesos.....	100
4.4. ESTUDIO FINANCIERO .....	101
4.4.1. Inversión inicial .....	102
4.4.2. Resumen de inversiones.....	104
4.4.3. Financiamiento.....	106
4.4.4. Determinación de las ventas.....	108
4.4.5. Presupuesto de costos y gastos .....	109
4.4.6. Resultados y situación financiera.....	115
4.4.7. Evaluación económica financiera.....	120
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	128
5.1 Conclusiones .....	128
5.2 Recomendaciones .....	130
BIBLIOGRAFIA.....	132
LINKOGRAFIA.....	133
GLOSARIO.....	134
ANEXOS.....	135

## TABLA DE GRÁFICOS

### Gráficos

Gráfico No: 1 Árbol del Problema .....	6
Gráfico No: 2 Género.....	39
Gráfico No: 3 Rango de edad .....	40
Gráfico No: 4 Frecuencia de visita a una cafetería a la semana.....	41
Gráfico No: 5 Tipo de persona con quienes suele ir acompañado.....	42
Gráfico No: 6 Bebidas que consume con más frecuencia .....	43
Gráfico No: 7 Comida de su preferencia.....	45
Gráfico No: 8 Rango monetario que generalmente invierte .....	46
Gráfico No: 9 Factor más importante a considerar .....	47
Gráfico No: 10 Cafeterías visitadas con más frecuencia .....	50
Gráfico No: 11 Cafeterías que tienen un ambiente creativo .....	51
Gráfico No. 12 Le gustaría contar con una cafetería con la temática? .....	52
Gráfico No: 13 Sándwiches .....	60
Gráfico No: 14 Crepes .....	62
Gráfico No: 15 Picaditas .....	63
Gráfico No: 16 Postres.....	64
Gráfico No: 17 Otros snacks.....	65
Gráfico No. 18 Cafés .....	66
Gráfico No: 19 Milkshake .....	67
Gráfico No. 20 Cocteles.....	67
Gráfico No: 21 Logotipo 1 .....	68
Gráfico No: 22 Logotipo 2 .....	69
Gráfico No: 23 Comercialización.....	71

Gráfico No: 24 Menú exterior .....	79
Gráfico No: 25 Menú interior .....	79
Gráfico No: 26 Promoción.....	80
Gráfico No: 27 Página WEB .....	81
Gráfico No: 28 Promociones .....	82
Gráfico No: 29 Mapa macro-localización 1 .....	85
Gráfico No: 30 Mapa macro-localización 2 .....	86
Gráfico No: 31 Localización 1 .....	88
Gráfico No: 32 Localización 2 .....	89
Gráfico No: 33 Distribución del área (planta) .....	90
Gráfico No: 34 Distribución del área (entrada).....	91
Gráfico No: 35 Distribución del área 1 .....	92
Gráfico No: 36 Distribución del área 2 .....	92
Gráfico No: 37 Distribución del área 3 .....	93
Gráfico No: 38 Distribución del área 4 .....	93
Gráfico No: 39 Mapa de procesos .....	100
Gráfico No: 40 Proceso servicio al cliente .....	101
Gráfico No: 41 Punto de equilibrio .....	124

**Tablas**

Tabla No. 1: Niveles de confianza .....	36
Tabla No. 2: Tamaño de la muestra.....	37
Tabla No. 3: Género .....	39
Tabla No. 4: Rango de edad.....	40
Tabla No. 5: Frecuencia de visita a una cafetería a la semana .....	41
Tabla No. 6: Tipo de persona con quienes suele ir acompañado .....	42
Tabla No. 7: Bebidas que consume con más frecuencia .....	43
Tabla No. 8: Comida de su preferencia .....	44
Tabla No. 9: Rango monetario que generalmente invierte.....	46
Tabla No. 10: Factor más importante a considerar .....	47
Tabla No. 11: Cafeterías visitadas con más frecuencia .....	49
Tabla No. 12: Cafeterías que tienen un ambiente creativo .....	51
Tabla No. 13: Le gustaría contar con una cafetería con la temática? .....	52
Tabla No. 14: Clientes .....	69
Tabla No. 15: Competencia .....	73
Tabla No. 16: Mercado potencial .....	75
Tabla No. 17: Demanda.....	76
Tabla No. 18: Oferta .....	76
Tabla No. 19: Demanda insatisfecha .....	77
Tabla No. 20: Micro-localización .....	87
Tabla No. 21: Requerimiento de personal .....	95
Tabla No. 22: Materia Prima .....	96
Tabla No. 23: Maquinaria y equipo .....	97
Tabla No. 24: Activos intangibles.....	103

Tabla No. 25: Capital de trabajo .....	104
Tabla No. 26: Resumen inversiones .....	105
Tabla No. 27: Financiamiento .....	1077
Tabla No. 28: Ventas .....	108
Tabla No. 29: Presupuesto materia prima .....	110
Tabla No. 30: Presupuesto mano de obra .....	111
Tabla No. 31: Suministros y servicios .....	111
Tabla No. 32: Gastos Administrativos .....	112
Tabla No. 33: Gastos Ventas .....	113
Tabla No. 34: Depreciaciones .....	113
Tabla No. 35: Gastos Financieros .....	114
Tabla No. 36: Balance general .....	115
Tabla No. 37: Estado de pérdidas y ganancias .....	116
Tabla No. 38: Flujo de caja .....	118
Tabla No. 39: Flujo de fondos .....	120
Tabla No. 40: Tasa mínima aceptable de rendimiento .....	121
Tabla No. 41: VAN .....	122
Tabla No. 42: TIR .....	122
Tabla No. 43: Período de recuperación .....	123
Tabla No. 44: Punto de equilibrio .....	124

## INTRODUCCION

La iniciativa de realizar el estudio que permitirá conocer si es factible o no la creación de una cafetería con la temática de “El Mundo del Cine” en la ciudad de Ambato, nace de la idea de ofrecer un sitio diferente y fuera de lo común que tenga una identidad juvenil con un tema interesante y atractivo. La cafetería estará orientada hacia la comercialización de todo tipo de comida rápida y bebidas.

Hoy se escucha hablar de cafeterías llamadas temáticas en donde toda la decoración y la ambientación giran en torno a un tema determinado, como puede ser el oeste americano, el castillo medieval, el mundo del cine entre otros. Hasta ahora parece ser que en estos negocios lo que prima es la estética, vendiendo principalmente una experiencia, más que una comida. Se trata de ofrecer al cliente una novedad y una diferencia que distinga la cafetería de cualquier otra.

En esta investigación se llevará acabo 3 estudios que permitan analizar la viabilidad del proyecto.

Se realizará un estudio de mercado, del que se obtendrá información relevante sobre los consumidores, como datos demográficos, gustos y preferencias.

Por otro lado se dará efecto a un estudio técnico, el cual dará como resultado información a cerca de la localización más idónea del negocio, así como también, el equipo y recursos necesarios para su funcionamiento.

Por último se desarrollará un estudio financiero, que permita cuantificar los recursos monetarios que se requeriría para poder poner en marcha el negocio; además se realizará una evaluación del proyecto a través del VAN y la Tasa Interna de Retorno que nos demuestre si es factible o no su aplicación.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1. Tema**

“Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería temática “El Mundo del Cine” en la ciudad de Ambato, que brinde una nueva alternativa de servicio”.

### **1.2. Planteamiento del problema**

#### **1.2.1. Contextualización**

La provincia de Tungurahua se encuentra situada en los hemisferios Sur y Occidental de la República del Ecuador. En ella, predomina un clima equinoccial templado y seco. La temperatura oscila entre los 14°C y 17°C, siendo la temperatura promedio de 15° C. Tiene una extensión territorial de 3.369,4 Km<sup>2</sup>.

De acuerdo a los últimos resultados obtenidos en el VI Censo de Población y V de Vivienda del año 2001, publicados en julio del 2002, la población tungurahuesa es de 441.034 habitantes, siendo la séptima provincia más poblada del país (3.6% del total de habitantes).

La mayor proporción de habitantes de la provincia de Tungurahua se concentra en el cantón Ambato con el 65.1% del total de la población. En segundo lugar, se encuentra el cantón Pelileo, representando el 11.1 % de la misma, seguido de Píllaro con 7.9%, Baños con 3.7 % y Quero con 4.1%.

La población de la ciudad de Ambato, es de 175.282 habitantes (INEC 2001). Ambato, conocida como la Tierra de las Flores y de las Frutas, es la novena ciudad más poblada del país y representa el 2.09% de la población urbana nacional.

Existen varias cafeterías en la ciudad que ofrecen distintos productos y servicios. Entre las principales y más reconocidas que se podría mencionar están: "La Choko", "Marcelos", "Candie's", sin embargo ninguna del tipo que se intenta crear; puesto que la mayoría de ellas no cuenta con ambientes creativos ni novedosos.

### **1.2.2. Análisis crítico**

Ambato es poseedora de un gran motor comercial y financiero de gran importancia para la economía que activa el sector en donde está designada la consecución del proyecto; además se ha convertido en la capital económica del centro del país.

En la ciudad existe una variedad de pequeñas cafeterías que ofrecen a sus clientes diversos tipos de Sándwiches, platos a la carta, comida rápida, y bebidas. Estos lugares son frecuentados por lo general por personas que desean mantener una conversación ya sea de tipo personal o de negocios, o simplemente tener un momento agradable de esparcimiento o distracción con sus amistades.

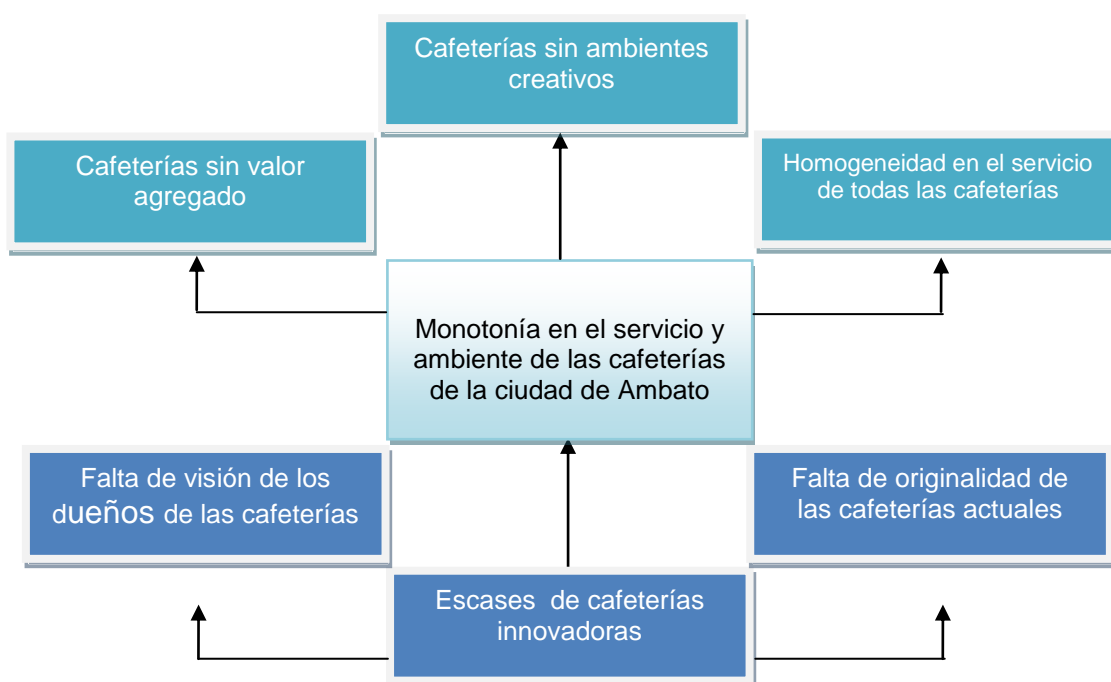
Las cafeterías actuales de la ciudad mantienen una homogeneidad en su servicio, y en sus instalaciones no existen cafeterías que utilicen un ambiente creativo que le brinde al cliente un valor agregado.

Los consumidores además de buscar un lugar donde exista buena comida necesitan de espacios con ambientes llamativos y novedosos, en los que se sientan cómodos y puedan disfrutar de un momento agradable.

En la actualidad no existen este tipo de negocios en la ciudad, por lo que se intenta con este proyecto determinar si es factible o no, invertir en una cafetería que se diferencie de las demás.

### 1.2.3. Árbol de problemas

Gráfico No: 1 Árbol del Problema



Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Investigación

### 1.3. Prognosis

La investigación orientada hacia analizar la factibilidad de creación de una cafetería temática “El Mundo del Cine” en la ciudad de Ambato tiene su

origen en la iniciativa de crear una empresa, aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria.

Las principales causas que originan los síntomas del problema, tienen su razón de ser en la falta de visión de los propietarios de las cafeterías actuales quienes no piensan más allá de ofrecer únicamente un servicio sin tomar en cuenta el grado de satisfacción de sus clientes. Otro punto importante es que aquellos negocios existentes no ofrecen innovación y variedad de productos y servicios del segmento de mercado referente a las cafeterías de la ciudad.

La falta de originalidad se ha visto reflejada en la homogeneidad en el tipo de servicio que brindan la mayoría de cafeterías de la ciudad sin ofrecer ambientes creativos y ningún tipo de valor agregado, por lo que la monotonía influye en los clientes potenciales haciéndolos buscar nuevas opciones donde puedan satisfacer sus expectativas de diversión y esparcimiento, puesto que son necesidades fundamentales para todo ser humano.

Es por ello, que se realiza una investigación orientada hacia la creación de una nueva cafetería con la temática del mundo del cine, que les permita a las personas disfrutar de un ambiente creativo y acogedor y de una gran variedad de bebidas y alimentos, además de nuevos servicios.

#### **1.4. Formulación del problema**

¿Cómo realizar el estudio de factibilidad para la creación de una cafetería temática “el mundo del cine”, que brinde un servicio y ambiente diferente a de las cafeterías actuales de la ciudad de Ambato?

#### **1.5. Preguntas básicas**

- ¿Cómo obtener la información necesaria acerca de las oportunidades y problemas del mercado, así como gustos y preferencias del consumidor?
- ¿Cómo determinar la localización más idónea de la empresa y los recursos necesarios para hacerlo?
- ¿De qué manera establecer los requerimientos de capital, las fuentes de financiamiento y rentabilidad del proyecto?

## **1.6. Delimitación**

### **1.6.1. Delimitación del contenido**

- Campo: Administrativo
- Área : Servicios
- Aspecto: Estudio de factibilidad

### **1.6.2. Delimitación temporal**

El presente trabajo se desarrolló en el período de agosto del 2010 a febrero del 2012.

### **1.6.3 Delimitación espacial**

Como espacio para llevar a cabo el presente trabajo se delimitó a la ciudad de Ambato, y como localidad física de la cafetería temática estará ubicada en las calles Sucre y Quito esquina.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería temática del mundo del cine, en la ciudad de Ambato, que brinde una nueva alternativa de servicio.

### **1.7.2. Objetivos Específicos**

- Ejecutar un estudio del mercado actual de las cafeterías de la ciudad de Ambato.
- Establecer el estudio técnico y la infraestructura necesaria para el funcionamiento del negocio.
- Efectuar un estudio económico para el proyecto y determinar la evaluación financiera.

## **1.8. Justificación**

Hoy en día, es importante que los profesionales enfoquen todos sus esfuerzos hacia la generación de empleo, con el propósito de contribuir no solo al progreso de su calidad de vida, sino al de toda una sociedad. En la actualidad son muchos los graduados de diferentes carreras, que se frustran en determinado puesto de trabajo, debido a que no se desarrollan integralmente como persona y como profesionales, es por esta razón que al crear una empresa se pueden aplicar los conocimientos adquiridos en el campo administrativo.

El proyecto se realiza, considerando la importancia de vincular la teoría con la práctica, en este caso relacionar las asignaturas recibidas durante toda la carrera de administración de empresas, proponiendo un gran plan en el que se involucra diferentes actividades para determinar la factibilidad de crear una cafetería temática en la ciudad de Ambato, que brinde un servicio eficiente y diferente, logrando un alto grado de satisfacción al cliente.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán nuestros clientes meta quienes son el motivo que nos impulsa al desarrollo de nuevos modos de satisfacerlo, para lo cual siempre se buscará diferentes alternativas de servicio que vayan de acuerdo a sus necesidades.

Nosotros los futuros profesionales también resultamos ser parte del grupo de beneficiarios directamente relacionados, puesto que encaminaremos nuestros esfuerzos hacia la generación de actividades innovadoras que permitan contribuir no solo al mejoramiento de nuestra calidad de vida, sino al de toda una comunidad.

Por otro lado, indirectamente la universidad está relacionada al proyecto siendo ésta la impulsadora para que los jóvenes de hoy en día incursionen en nuevas actividades que les permitan avanzar hacia un crecimiento empresarial y social.

### **1.9. Diagnóstico situacional**

El estudio de factibilidad para la creación de una cafetería temática en la ciudad de Ambato, permitirá conocer las estructuras actuales que se presentan en cuanto a este tipo de establecimientos en el lugar de estudio, determinando el grado de satisfacción del cliente y las expectativas que tienen sobre la alternativa planteada.

La creación de empresa, requiere de un estudio previo donde se identifiquen los puntos fuertes y débiles, tanto del medio externo como del ambiente interno.

### **1.9.1. Macro Ambiente**

Compuesto por fuerza externas que pueden tener una influencia directa o indirecta en la empresa.

Entre los factores externos más importantes a analizar tenemos:

- **Factor económico**

Según las Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador, número 75, publicado por el Banco Central del Ecuador, en el primer trimestre de 2011, el Producto Interno Bruto real (PIB) se incrementó respecto al primer trimestre de 2010 en 8,6% y respecto al cuarto trimestre de 2010 aumentó en 1,78%

La inflación anual (enero 2009 frente a enero 2010) se situó en 4,4%. Desde Enero 2010 hasta Enero 2011 se obtuvo un descenso en la inflación anual hasta ubicarse en 3.17%.

#### - **Factor demográfico**

Este factor nos permite conocer el número de personas que residen en el cantón Ambato y su crecimiento en los últimos años.

De acuerdo a la información proporcionada por el VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010, la cabecera cantonal principal es Ambato con 178.538 habitantes.

#### - **Factor tecnológico**

La maquinaria y equipo necesario para desarrollar este proyecto, no requiere de mayor tecnología, debido a que los procesos productivos son de fácil realización y los implementos que intervienen en la elaboración del producto son manuales y de uso doméstico.

#### - **Factor político legal**

El país en los últimos años ha experimentado una estabilidad política; este es un factor importante a tomar en cuenta puesto que la inestabilidad de

gobierno de un país influye en su riesgo país, afectando al desenvolvimiento de las empresas además de ahuyentar la inversión.

- **Factores socioculturales**

El espíritu laborioso y emprendedor de su gente le ha permitido a la ciudad de Ambato, consolidarse como una ciudad eminentemente comercial, adornada con singulares características naturales y geográficas que la constituyen en la “Tierra de las Frutas y las Flores”.

En los últimos 60 años, tras el terremoto de 1949, esta ciudad tiene su atractivo para vivir y emprender negocios. La mayoría de los habitantes se dedica al comercio, industria, transporte, confección, turismo, construcción, bienes y servicios.

A lo largo de 15 cuadras de las calles Cevallos, Bolívar, Sucre, Juan Benigno Vela, 12 de Noviembre se abren locales y una docena de pasajes comerciales.

Cada avenida se diferencia de otra por el negocio predominante. La 12 de Noviembre por los asaderos de pollos, restaurantes y negocios de agroquímicos y de la construcción. La del Rey por los repuestos de carros y llantas. La Indoamérica y Atahualpa por las 15 concesionarias de vehículos y venta de carros usados.

Por su ubicación geográfica, Ambato recibe a vendedores de todo el país. Las fuentes de trabajo permiten que los pobladores tengan una vida relativamente cómoda.

### **1.9.2. Microambiente**

El microambiente se relaciona con los distintos elementos que generan influencia sobre la empresa, como son los proveedores, clientes, y competidores.

**Proveedores:** Todos aquellos organismos que proveen para poder elaborar el producto, ya sean bienes o servicios.

**Clientes:** Conjunto de consumidores potenciales que pueden adquirir nuestro bien.

**Competencia:** Son aquellos entes que pueden ofrecer un producto similar del que uno ofrece, puede brindar los mismos beneficios que uno, deben ser evaluados constantemente para poder estar a la par.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes investigativos**

Se tomarán como referencia, algunos proyectos de inversión similares de instituciones de Educación Superior del país, que cuenten con los estudios necesarios para evaluar su factibilidad.

La Escuela Politécnica Nacional del Ecuador - Facultad de Ciencias Administrativas, se encuentra la investigación realizada por: Jhonny Valencia Barrionuevo, en el año 2007, con el tema: “Estudio de factibilidad para la implementación de una Galería-Cafetería panorámica en el centro cultural de del Instituto Geográfico militar de la ciudad de Quito, la cual se utilizó como apoyo para la realización de la investigación.

## **2.2. Fundamentación filosófica**

Un proyecto no es más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana. Cualquiera sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente a la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana.

“El proyecto surge como una respuesta a una “idea” que busca ya sea la solución de un problema (reemplazo de tecnología obsoleta, abandono de una línea de productos) o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros (demanda insatisfecha de algún producto)”. (SAPAG, 2000)

## **2.3. Fundamentación legal**

Describe cuales son las leyes, reglamentos, requisitos y requerimientos necesarios para el desarrollo del proyecto ya sea que lo beneficien o limiten.

Entre los requisitos necesarios para el funcionamiento tenemos:

- Registro único de contribuyente(RUC)
- Patente municipal
- Permiso sanitario de funcionamiento
- Servicio del cuerpo de bomberos
- Afiliación a la cámara de turismo
- Inscripción de la marca

## **2.4. Fundamentación teórica**

### **2.4.1. El estudio de factibilidad**

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que éste presente. El estudio sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su desarrollo o implementación.

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.

Una investigación de factibilidad permite identificar claramente las características del producto o servicio que se pretende colocar en el mercado.

El estudio permite analizar el comportamiento pasado y proyectar a futuro de la demanda de un bien, analizando los factores de diversa índole que influyen sobre sus consumidores.

### **Elementos del estudio**

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio financiero

#### **2.4.2. Estudio de mercado**

“Es la función que vincula una compañía con su mercado mediante la recolección de información con la que se identifican y definen las oportunidades y los problemas que trae dicho mercado”. (HAIR,2003)

La investigación de mercados es una herramienta muy útil en todas las empresas, pero poco utilizada en las PYMES debido a la falta de conciencia de su importancia en el análisis del comportamiento del consumidor o comprador, y la opinión que éste tiene de la empresa, lo que ofrece; para luego tomar las decisiones según el caso, que permitan el mantenimiento de las fortalezas y la corrección de las debilidades.

Al estudiar el mercado es necesario identificar los factores o agentes que pueden tener algún grado de influencia sobre la viabilidad del proyecto como son el consumidor y la competencia.

- **Mercado meta**

“Un mercado meta consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir”.(KOTLER,2003)

- **Demanda**

La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por

un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

- **Oferta de mercado**

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.(BACA,1999)

Para el desarrollo del presente trabajo es necesario conocer si existen en el mercado actual de la ciudad de Ambato, otras cafeterías que ofrezcan el mismo tipo de servicio que se intenta brindar a los consumidores; en este caso el servicio de una cafetería temática.

- **La competencia**

La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello. No es, por tanto, nuestro competidor aquel que fabrica un producto genérico como el nuestro,

sino aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros con respecto al mismo público objetivo o consumidor.

- **Precio**

Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.

### **2.4.3. Estudio técnico**

En el análisis de viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Técnicamente existirán diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general, se estima que deben

aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

En particular con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación.

El análisis de estos mismos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera

deberán deducirse los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de equipos.

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”. (BACA, 1999)

El estudio técnico brinda a la presente investigación un marco de referencia, acerca de la localización geográfica, tamaño y distribución en planta, maquinaria y equipo, proveedores y análisis de los tiempos y movimientos en que incurren los diferentes procesos.

Este análisis se realizará con base en un diagrama de flujo que permite mostrar la relación en forma secuencial de las diferentes operaciones individuales del proceso para la prestación del servicio.

- **Localización**

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o

requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

El objetivo que persigue es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa posible cambiar de domicilio.

El estudio comprende la definición de criterios y requisitos para ubicar el proyecto, la enumeración de las posibles alternativas de ubicación y la selección de la opción más ventajosa posible para las características específicas del mismo.

La localización de la empresa es de suma importancia puesto que de esto dependerá si el proyecto tiene o no éxito.

#### **2.4.4. Estudio financiero**

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

- **Inversiones**

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

- **Inversiones en equipamiento**

Por inversión en equipamiento se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. Por ejemplo, maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general.

- **Inversiones previas a la puesta en marcha**

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se utilizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

- **Inversiones durante la operación**

Las inversiones en capital de trabajo y previas a la puesta en marcha.

- **Capital de trabajo**

“Desde el punto de vista de 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; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos”. (BACA, 1999)

#### **2.4.5. Evaluación financiera**

- **El Valor Actual Neto. (V.A.N.)**

Conocido bajo distintos nombres, es uno de los métodos más aceptados (por no decir el que más).

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto.

Un VAN nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar los fondos en él invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada.

- **Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.)**

Se denomina Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0).

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de investigación**

##### **3.1.1. Investigación descriptiva**

Identifica elementos y características específicas al problema de investigación. El investigador debe recolectar, comparar, analizar y graficar los datos obtenidos sujetándose a la teoría estadística.

Con este tipo de investigación se realizarán análisis estadísticos congruentes a los datos a través de una encuesta, es decir que por medio de esta se podrán analizar los resultados por medio de gráficos comparativos.

## **3.2. Modalidad de la investigación**

### **3.2.1. Documental**

La investigación documental proporcionará información secundaria, es decir información que ya ha sido establecida y su confiabilidad depende directamente de la fuente bibliográfica donde se la obtuvo. Esta sirve directamente en la etapa de construcción del marco teórico, además de un respaldo para afirmar los conocimientos del investigador.

### **3.2.2. Investigación de campo.**

Esta permite obtener información primaria o de primera mano, dada la posibilidad de situarse en el lugar donde acontecen los hechos. Esta modalidad permite levantar información primaria asociada a la realidad del mercado, es la investigación de mercado propiamente dicha.

### **3.3. Técnicas e instrumentos para el levantamiento de la información**

#### **3.3.1. Encuesta**

Consiste en la elaboración de un cuestionario con preguntas abiertas y/o cerradas, esta técnica se la utilizará con la finalidad de obtener información precisa sobre las necesidades, gustos, preferencias del cliente potencial además de conocer a la competencia.

#### **3.3.2. Observación directa**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

### 3.4. Población y muestra

#### 3.4.1. Población

Para el presente estudio se toma como referencia la población económica activa de Ambato del área urbana, pues se constituye en un referente ya que pueden convertirse en nuestros clientes actuales y que según datos proporcionados por el INEC es de 105.072 habitantes.

Como el universo es amplio se hará uso de un muestreo para lo cual se realiza el cálculo pertinente.

#### 3.4.2. Cálculo estadístico de la muestra

La formula es:

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

En donde:

**N:** es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

**k:** es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

**Tabla No. 1 Niveles de confianza**

<b>K</b>	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
<b>Nivel de confianza</b>	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Página Web

**e:** es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

**p:** es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que  $p=q=0.5(50\%)$  que es la opción más segura.

**q:** es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es  $1-p$ .

$n$ : es el tamaño de la muestra.

**Tabla No: 2 Tamaño de la muestra**

<b>Población</b>	<b>No. de habitantes</b>
Población Cantón Ambato	344.329
Población Urbana	224.719
PEA de Ambato urbano	105.072

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: INEC

Cálculo:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 105.072}{(0,05^2 * (105.072 - 1)) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \mathbf{382,76}$$

Luego de haber aplicado la fórmula, se obtuvo una muestra de 383 personas de la ciudad de Ambato, que serán encuestadas con la finalidad de obtener información para el desarrollo del proyecto.

A continuación se realiza el diseño de la encuesta.

### **3.5. Diseño de la encuesta**

El objetivo de la encuesta es analizar la aceptación de una cafetería temática en la ciudad de Ambato, a través de preguntas cerradas debido a que, estas proporcionan respuestas que son más fáciles de interpretar, donde se estudian las percepciones y preferencias de los clientes potenciales hacia la futura creación de la empresa planteada en la investigación.

La recolección de datos se realiza a través de la técnica de entrevista personal, aplicando un cuestionario de 12 preguntas. El formato de encuesta se encuentra detallado en el **(Anexo 1)**.

### **3.6. Análisis e interpretación de resultados de la investigación**

A continuación se detallarán los datos obtenidos luego de aplicar la encuesta y se analizarán los resultados.

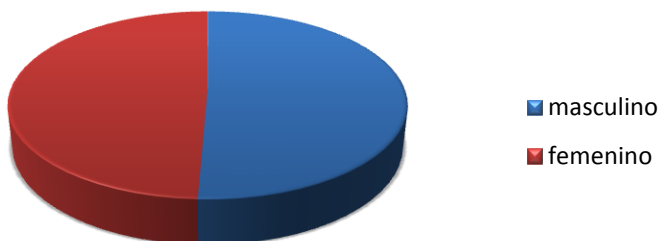
## 1. Su género es?

**Tabla No: 3**

Alternativa	Frecuencia	%
Masculino	194	50.65
Femenino	189	49.35
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Gráfico N: 2**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### **Análisis e interpretación:**

Se obtuvo que, de la muestra escogida de 383 personas en la ciudad de Ambato, el 50.65% fueron hombres y el 49.35% fueron mujeres.

Al momento de aplicar la encuesta se procuró realizarla de forma equitativa tanto a hombres como a mujeres, para conocer sus gustos y preferencias, puesto que no se tendrá distinción de género en cuanto al cliente meta.

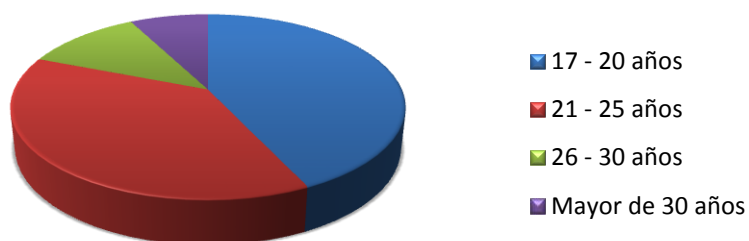
## 2. Su rango de edad está entre?

**Tabla No: 4**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
17 - 20 años	158	41.25
21 - 25 años	138	36.03
26 - 30 años	49	12.79
Mayor de 30 años	38	9.92
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Gráfico No: 3**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### **Análisis e interpretación:**

En mayor proporción, se encuentran los encuestados con edades entre 17 y 20 años, constituyendo el 41.25% de la muestra; seguido del 36.03% que representan personas entre 21 y 25 años. El 12.79% corresponde al rango entre 26 y 30 años, y el 9.92% son mayores de 30 años. Como se puede observar, el cliente potencial del proyecto serán en su mayoría, personas con edades comprendidas entre 17 y 25 años de edad.

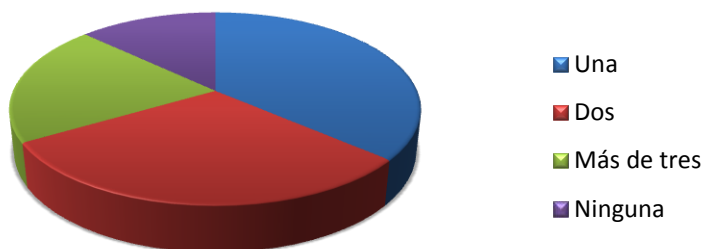
### 3. Con qué frecuencia a la semana visita usted una cafetería?

Tabla No: 5

Alternativa	Frecuencia	%
Una	137	35.77
Dos	114	29.77
Más de Tres	83	21.67
Ninguna	49	12.79
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No: 4



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

#### Análisis e interpretación:

El 35.77% de los encuestados ha visitado una cafetería al menos una vez a la semana, y seguido muy de cerca el 29.77% lo hace dos veces. Se puede analizar que en su mayoría las personas visitan por lo menos una o dos veces a la semana una cafetería, lo que sugiere que es una oportunidad para incursionar con un negocio nuevo con grandes posibilidades de crecimiento.

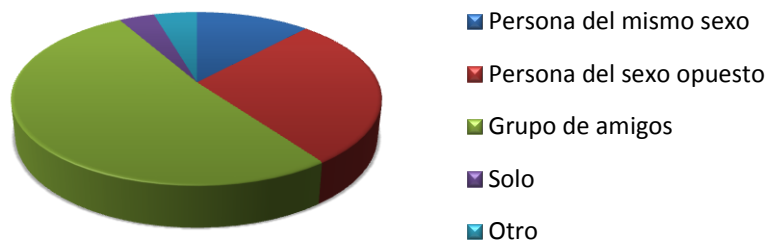
#### 4. Con quienes suele usted ir acompañado a estos sitios?

Tabla No: 6

Alternativa	Frecuencia	%
Persona del mismo sexo	45	11.75
Persona del sexo opuesto	106	27.68
Grupo de amigos	201	52.48
Solo	14	3.66
Otro	17	4.44
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No: 5



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

#### Análisis e interpretación:

Se evidencia claramente que un 52.48% de los encuestados prefiere visitar este tipo de establecimientos en compañía de su grupo de amigos. El 27.68% de la muestra frecuenta una cafetería en pareja, solo un 11.75% suele dirigirse a estos lugares en compañía de una persona del mismo sexo. Con 3.66% en menor proporción prefiere ir solo y un 4.44% suele ir acompañado de su familia, primos, hijos(as).

En mayor proporción asisten acompañados de amigos, lo que da lugar a que más personas conozcan el establecimiento, y si este cumple sus expectativas por ende la demanda se verá afectada positivamente.

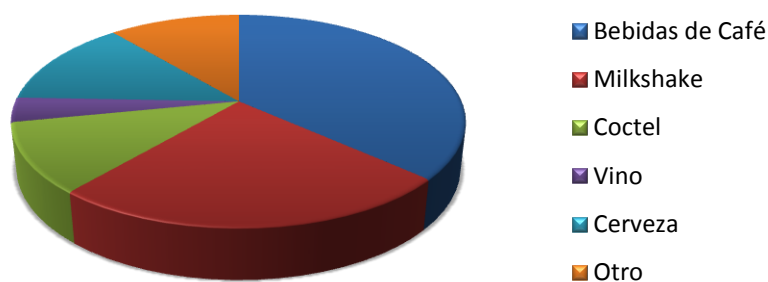
## 5.Cuál de las siguientes bebidas consume con más frecuencia?

Tabla No: 7

Alternativa	Frecuencia	%
Bebidas de Café	138	36.03
Milkshake	99	25.85
Coctel	40	10.44
Vino	14	3.66
Cerveza	50	13.05
Otro	42	10.97
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No: 6



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### Análisis e interpretación:

El 36.03% de los sujetos de estudio prefieren bebidas de café, el 25.85% optan por milkshake. La cerveza y los cocteles son preferidos por el 13.05% y 10.44% de las personas respectivamente. Un 10.97% eligió la categoría de otro en la que señalan bebidas como gaseosas, té helado y aguas aromáticas entre otros.

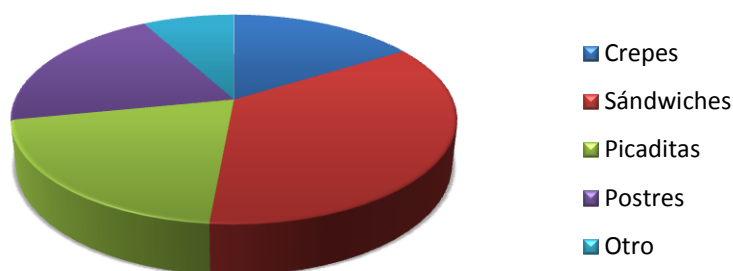
Como se observa al tratarse de una cafetería las personas se inclinan por las bebidas de café, sin embargo también son solicitadas bebidas como batidos o milshakes, y en menor cantidad cerveza y bebidas con alcohol, información que permitirá definir la línea de productos a ofrecer en el negocio.

### 6.Cuál de las siguientes comidas son de su preferencia?

Tabla No: 8

Alternativa	Frecuencia	%
Crepes	61	15.93
Sándwiches	145	37.86
Picaditas	71	18.54
Postres	76	19.84
Otro	30	7.83
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Gráfico No: 7**

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### **Análisis e interpretación:**

Se obtiene que con un 37.86% lo que prefieren los encuestados son los sándwiches, con un 19.84% y 18.54% le siguen los postres y las picaditas respectivamente. Los crepes obtuvieron el 15.93%, y un 7.83% opta por otro tipo de comida como hamburguesas, hot-dogs, ensaladas, etc.

Puesto que los sándwiches son preferidos por los encuestados, el producto del negocio se enfocará más en ellos, tratado de ofrecer una amplia variedad, sin dejar de lado las otras opciones.

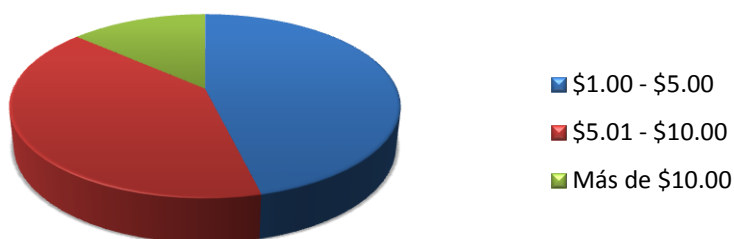
**7. Cuál es el rango monetario que usted generalmente invierte en este tipo de establecimientos?**

**Tabla No: 9**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
\$1.00 - \$5.00	164	42.82
\$5.01 - \$10.00	168	43.86
Más de \$10.00	51	13.32
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Gráfico No: 8**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Análisis e interpretación:**

El 42.82% de los encuestados respondió que al visitar una cafetería, normalmente gasta entre \$1.00 y \$5.00 dólares, el 43.86% invierte entre \$5.01 y \$10.00 dólares y solamente el 13.32% invierte más de \$10.00 dólares en estos establecimientos.

Esta pregunta nos ayuda a valorar cuanto estaría dispuesto a gastar nuestro potencial cliente al visitar nuestro negocio. Además esta información nos permite establecer los precios de manera que atraigan al consumidor.

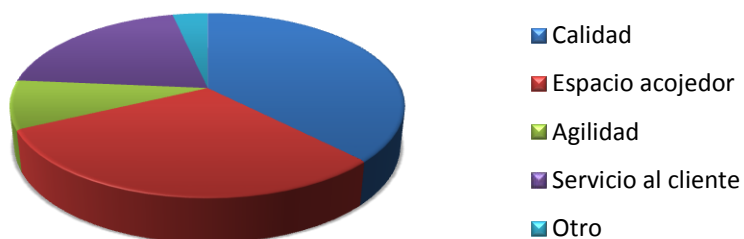
**8.Cuál de los siguientes factores, considera usted el más importante en este tipo de establecimientos?**

**Tabla No: 10**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Calidad	145	37.86
Espacio acogedor	117	30.55
Agilidad	32	8.36
Servicio al cliente	76	19.84
Otro	13	3.39
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Gráfico No: 9**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Análisis e interpretación:**

El 37.86% de la muestra considera que lo más importante, en este tipo de establecimientos es la calidad, y un espacio acogedor con un 30.55%, la población restante opta por el servicio al cliente con un 19.84% y la agilidad con un 8.36%. El 3.39% piensa que también es importante la seguridad y que se cuente con parqueadero.

Se puede concluir que lo más trascendental para el consumidor se encuentra en la calidad del producto, además de la estructura física y ambiente del negocio.

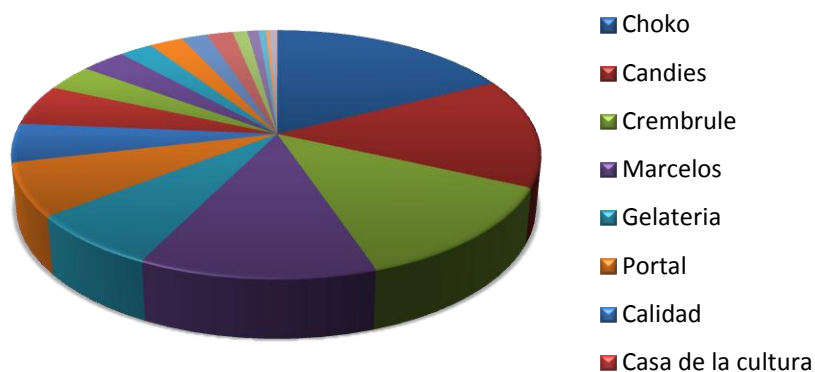
**9. Escriba el nombre de la cafetería que visita con más frecuencia.**

**Tabla No: 11**

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Choko	69	18.02
Candie's	54	14.10
Crème brûlée	49	12.79
Marcelo's	50	13.05
Gelateria	27	7.05
Portal	26	6.79
Calidad	19	4.96
Casa de la cultura	20	5.22
Break	13	3.39
Oasis	12	3.13
El español	9	2.35
Sebastián	9	2.35
La choza	7	1.83
Conquistador	7	1.83
Quito	4	1.04
Paolo's	3	0.78
Coffee Cream	2	0.52
El Edén	1	0.26
California	1	0.26
Ponche suizo	1	0.26
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No: 10



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### Análisis e interpretación:

Como se puede observar existe una variedad de preferencias en cuanto a estos establecimientos, sin embargo las cafeterías que se puede decir son las más frecuentadas son “La Chocko” con un 18.02%, la cafetería “Candies” con un 14.10%, “Crème brulèe” cafetería con 12.79% y la cafetería “Marcelo’s” con un 13.05%. El resto son visitadas en menor proporción y no superan el 10%.

Con esta información se puede saber como referencia, cuales sería los posibles competidores para nuestro negocio puesto que son los más frecuentados, encontrándose en primer lugar “La Choko”.

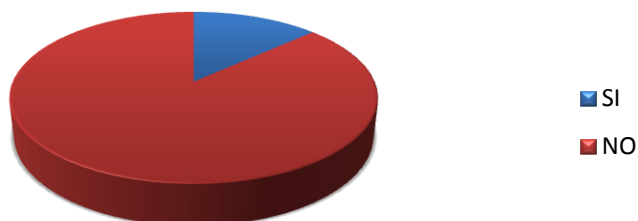
## 10. Conoce de alguna cafetería que tenga un ambiente creativo en la ciudad de Ambato?

Tabla No: 12

Alternativa	Frecuencia	%
SI	53	13.84
NO	330	86.16
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No: 11



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### Análisis e interpretación:

A la pregunta de si conoce o no, una cafetería con ambiente creativo en la ciudad de Ambato, el 86.16% de los encuestados contestó que NO y únicamente el 13.84% respondió que SI. Algunas de las cafeterías que consideran que tienen ambiente agradable son: la cafetería Crème Brulèe, el Oasis, el Marcelo's entre otras.

Esto podría ser una ventaja para nuestro negocio puesto que, la finalidad del proyecto es la creación de una cafetería temática; es decir, se caracterizara por la originalidad y por ofrecer un ambiente novedoso y creativo.

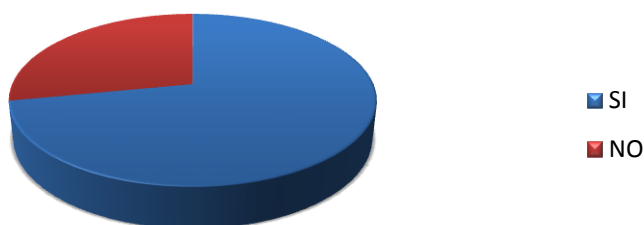
## 11. Le gustaría contar con una cafetería con la temática del mundo del cine?

**Tabla No. 13**

Alternativa	Frecuencia	%
SI	291	75.98
NO	92	24.02
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

**Gráfico No. 12**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### **Análisis e interpretación:**

Al 75.98% de nuestra muestra le gustaría contar con una cafetería con la temática del mundo del cine, y el 24.02% respondió que NO.

Esta podrá considerarse la pregunta más importante puesto que, se puede tener una idea de que nuestro negocio será aceptado o no. Al tener una alta aceptación de personas, es decir el 75.98% de los encuestados, podemos prever que existirá demanda para el proyecto.

## **12. Señale que otros servicios le gustaría encontrar en una cafetería?**

En esta pregunta se desea determinar, cuáles otros servicios le gustaría encontrar en el negocio, en este caso la cafetería. Entre los principales servicios que fueron mencionados tenemos.

- Wi-Fi (internet inalámbrico)
- Promociones
- Área de fumadores
- Música
- Parqueadero

### **3.7. Conclusiones de la investigación**

- La investigación nos dio a conocer que los encuestados visitan una cafetería entre una y dos veces a la semana, lo que permitirá determinar nuestra demanda estimada.
- Se pudo obtener información de los gustos y preferencias, es decir cuáles son las comidas y bebidas de mayor consumo en una cafetería; lo

que nos da pauta de los productos que se podrán ofrecer en nuestro negocio.

- Según la investigación, lo que más valora un cliente en una cafetería es la calidad de sus productos, además prefiere que sea un lugar agradable y acogedor en el que pueda sentirse cómodo.
- La encuesta realizada determinó que la mayoría de encuestados le gusta la idea de contar con una cafetería con la temática propuesta, que cumpla sus expectativas y brinde un servicio diferente.

## **CAPITULO IV**

### **DESARROLLO**

#### **4.1. Descripción de la empresa**

El negocio corresponde a una cafetería con la temática del Mundo del Cine. La idea es determinar si es factible o no la creación de un espacio acogedor, creativo y novedoso, que además de ofrecer buena comida, brinde además una experiencia agradable al consumidor.

Se describe como un sitio de encuentro de jóvenes y adultos que deseen tener un momento de esparcimiento, en donde podrán encontrar buena comida y bebidas acompañados de un ambiente agradable.

#### **4.1.1. Misión**

Ofrecer a nuestros clientes alimentos de alta calidad, a precios razonables, además de una gran experiencia de servicio, siempre con el propósito de satisfacer y sobrepasar las expectativas de nuestros clientes para ser su mejor alternativa en cafeterías.

#### **4.1.2. Visión**

Ser una cafetería innovadora, que sea reconocida en el mercado por nuestro servicio y originalidad, y por buscar siempre la excelencia mediante el trabajo constante.

#### **4.1.3. Valores**

- Calidad
- Servicio
- Puntualidad
- Innovación

## 4.2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se realizó en las universidades de la ciudad de Ambato, y en sectores estratégicos donde existe afluencia de personas como el centro de la ciudad, Ficoa, y Mall de los Andes. Las universidades en las que se realizó la investigación fueron: Universidad Técnica de Ambato, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, Universidad Tecnológica Indoamérica, Universidad Regional Autónoma de los Andes.

Se aplicó una encuesta en base a un cuestionario de 12 preguntas abiertas y cerradas. **(Anexo 1)** La información que se recabará con la encuesta se incluye gustos, preferencias y factores de satisfacción del encuestado, además de datos demográficos como edad y sexo.

### 4.2.1. Perfil del cliente meta

El perfil del cliente meta para el desarrollo de esta investigación corresponde a jóvenes adultos de la ciudad de Ambato, que busquen un espacio acogedor y creativo donde puedan tener momentos de esparcimiento, y diálogo acompañados de una buena comida y bebida.

El rango de edad estimado está entre 17 y 30 años. Individuos que deseen salir de la cotidianidad de los servicios ofrecidos por las cafeterías actuales de la ciudad.

Este tipo de personas buscan nuevas alternativas en sus actividades de esparcimiento, debido a que los grupos sociales a los que pertenecen están a la vanguardia de las oportunidades que ofrece el mercado día a día.

#### **4.2.2. Descripción del negocio**

Cafeterías: Son aquellos establecimientos que mediante precio sirven al público refrigerios rápidos, platos fríos o calientes, simples o combinados y bebidas en general, sean o no alcohólicas tales como: café, infusiones, refrescos, jugos, cerveza, licores, y sean consumidas en sus propios locales.

Debido a que la cafetería manejará una temática, se le proporcionarán a los alimentos, nombres relacionados con el tema, en este caso películas y personajes representativos del mundo del cine, con el propósito de presentar una nueva propuesta al cliente, que logré captar su atención.

La cafetería tendrá un ambiente agradable y llamativo, algunas de las paredes estarán adornadas con murales con imágenes de películas representativas y exitosas. Se contará con 3 televisores plasmas en los que se reproducirán trailers de las películas del momento.

Se trata de ofrecer al cliente una experiencia interesante desde el momento en que ingresa a la cafetería, por lo que el carácter de temático le da al consumidor un valor agregado para lograr su satisfacción.

#### **4.2.3. Producto**

Los productos que se ofrecerán en este establecimiento, son los relacionados con las bebidas de café, cócteles y alimentos como crepes, sándwiches fríos y calientes, entre otros. Adicionalmente se tendrá como valor agregado, ambientación del local referente a la temática del cine y la presentación de escenas de las películas de estreno en televisores.

#### 4.2.4. Descripción de los productos a ofrecer

El producto en la cafetería, se clasifica como intangible en cuanto al servicio ofrecido dentro del establecimiento y tangible en lo referente a los alimentos y bebidas.

Los alimentos y bebidas se dan a conocer al cliente, a través de la carta donde se especifica la presentación y precio de cada uno de los productos, esto con el fin de persuadir e influir en los gustos del consumidor para llegar finalmente a la compra.

Entre los productos a ofrecer tenemos:

- **Sándwiches**

**Gráfico No: 13 Sándwiches**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: pt.gdefon.com

Estos pueden ser fríos o calientes. Suele consistir en un trozo de pan de molde, abierto en dos mitades o dos rebanadas de cualquier tipo de pan, entre las cuales se coloca una o más capas de alimentos tales como carne, queso, verduras u otros, a veces con condimentos, salsas u otros acompañantes.

Entre los sándwiches a ofrecer en el menú tenemos:

- **Indiana Jones**

Jamón, queso, tomate, lechuga, mayonesa.

- **Harry Potter**

Pollo, tocino, tomate, queso suizo, lechuga, mayonesa.

- **Superman**

Tocino, jamón, queso, tomate, lechuga, mayonesa.

- **Batman**

Lomo, pimiento, cebolla, salsa de soya, queso mozzarella, mayonesa.

- **Titánic**

Atún, cebolla, aguacate, tomate, lechuga, mostaza.

- **007**

Pollo, tomate, lechuga, cebolla, mayonesa.

- **Star Wars**

Pernil, queso, tomate, lechuga, mayonesa.

- **Misión Imposible**

Lomo, jamón, queso, tocino, huevo, tomate, lechuga, mayonesa, mostaza

- **Rambo**

Pollo, cebolla, mayonesa, mostaza

- **Avatar**

Lomo, queso, tomate, cebolla, champiñones, salsa de tomate, mayonesa

- **Terminator**

Lomo, cebolla frita, huevo frito, queso fundido.

- **El padrino**

Pollo, aguacate, tomate, mayonesa.

- **Volver al futuro**

Pollo, tocino, queso fundido, champiñones.

- **Crepes**

**Gráfico No: 14 Crepes**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: [www.closetcooking.com](http://www.closetcooking.com)

Se llama crepe, crep o crepa, es una masa en forma de disco. Se sirve habitualmente como base de un plato o postre aplicándole todo tipo de ingredientes dulces o salados.

### **Crepes dulces**

- Crepes de crema pastelera
- Crepes con salsa de chocolate
- Crepes de chocolate y banano
- Crepes de chocolate con fresas

### **Crepes salados**

- Crepes de Parmesano
- Crepe de pollo y champiñones
- Crepes de carne

- **Picaditas**

**Gráfico No: 15 Picaditas**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: [cocina.decocasa.com.ar](http://cocina.decocasa.com.ar)

Compuesta de varios alimentos servidos en pequeñas cantidades. Los diferentes ingredientes se distribuyen en platillos separados, o bien en una bandeja especial, de madera o metal.

- **Tablita simple**

Quesos, jamón, aceitunas, salsas

- **Tablita especial**

Quesos, jamón, salami, papas fritas, salsas

- **Tablita VIP**

Quesos, jamón, salami, alitas, papas fritas, aceitunas, salsas

- **Postres**

**Gráfico No: 16 Postres**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: [www.accu-chek.com.ec](http://www.accu-chek.com.ec)

Cuando se habla de postres se entiende alguna preparación dulce, bien sean cremas, tartas, pasteles o helados.

- Tiramisú
- Pastel de chocolate
- Pastel de vainilla
- Cheesecake
- Brownies
- Postre tres leches

- **Otros snacks**

**Gráfico No: 17 Otros snacks**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: es.123rf.com

Estos pueden ser papas fritas, hamburguesas, perros calientes, etc.

Las bebidas podrán ser frías y calientes, con alcohol y sin alcohol.

- **Cafés**

**Gráfico No. 18 Cafés**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: [www.lifemastering.com](http://www.lifemastering.com)

Café se denomina al alimento consumido frecuentemente como bebida que se obtiene por infusión a partir de los frutos y semillas del cafeto (*Coffea*), que contiene una sustancia estimulante llamada cafeína.

El café, es una bebida caliente, negra y perfumada, es la única bebida natural baja en calorías que reconforta el ánimo, satisface la sed y se caracteriza por su delicioso aroma y sabor.

- Café Espresso
- Café Latte
- Capuchino
- Mokachino
- Irish Coffe
- Chocolate

- **Milkshake**

**Gráfico No: 19 Milkshake**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Página Web

Batido, malteada o milkshake, es una bebida elaborada a base de leche y frutas, chocolate, turrón o también helado. Un factor importante que distingue un batido de la leche mezclada es que está preparado generalmente en una batidora más que simplemente revuelto.

- **Cocteles**

**Gráfico No. 20 Cocteles**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Página Web

Un cóctel o coctel (del inglés cocktail) es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones, que contiene por lo general unos o más tipos de bebidas alcohólicas junto a otros ingredientes, generalmente jugos, frutas, salsas, miel, leche o crema, especias, etc. También son ingredientes comunes de los cócteles las bebidas carbónicas o refrescos sin alcohol, la soda y el agua tónica.

- Margarita
- Cosmopolitan
- Alexander
- Cuba libre
- Padrino
- Daiquiri
- Piña colada

#### 4.2.5. Logotipo

Gráfico No: 21 Logotipo 1



Elaborado por: Juan Andrade

Gráfico No: 22 Logotipo 2



Elaborado por: Juan Andrade

#### 4.2.6. Clientes

Tabla No: 14 Clientes

Segmentación del cliente meta		
Geográfica	Demográfica	Psicográfica
Localización	Edad	Estilo de vida
Ambato Urbano	Entre 17 y 30 años	Jóvenes adultos y universitarios que busquen esparcimiento.

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: trabajo de campo

El cliente meta corresponde a jóvenes adultos de la ciudad de Ambato de entre 17 y 30 años de edad, que busquen un espacio acogedor y creativo, donde puedan tener momentos de esparcimiento y diálogo acompañados de buena comida y bebida, en un espacio con ambiente acogedor, creativo e interesante.

#### 4.2.7. Proveedores

Es indispensable realizar una correcta selección de ellos, debido a que en este tipo de negocio planteado en la investigación, un producto defectuoso atenta directamente la salud del cliente.

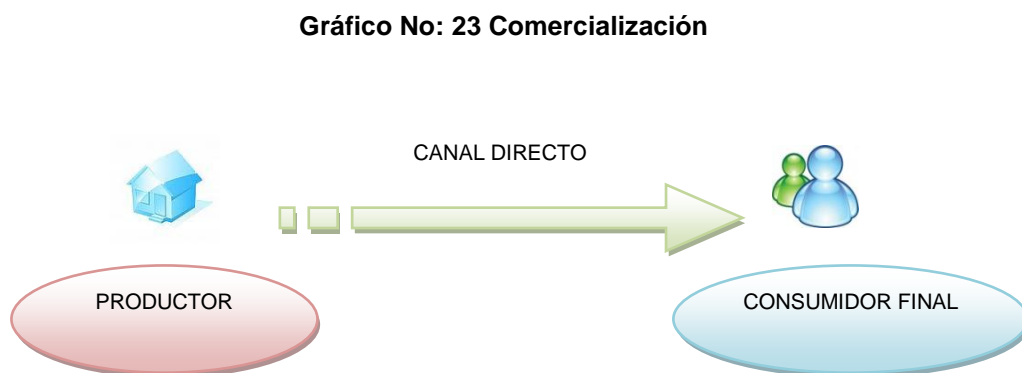
Las siguientes especificaciones son necesarias al momento de elegir los proveedores:

- Calidad de los insumos, lo que permite fabricar un producto en excelentes condiciones.
- El precio es un factor que afecta directamente los costos de la empresa, sin embargo es importante que más que un precio bajo en los insumos, sea un precio justo por el buen estado de los alimentos y bebidas que se adquieren.
- Adicionalmente, se deben generar acuerdos de negociación con el proveedor para alcanzar descuentos por pronto pago o por compra de altos volúmenes de mercancía.

- Es importante que el proveedor tenga la suficiente capacidad y responsabilidad de suministrar los insumos en el momento oportuno.

#### 4.2.8. Comercialización

La comercialización en este tipo de establecimientos es directa, debido a que el tipo de negocio es de detallistas independientes puesto que no operan como parte de una empresa detallista más grande, y no existen intermediarios.



Elaborado por: Juan Andrade

Se comercializarán productos de calidad, con una excelente atención al cliente, además de ofrecer un ambiente distinto.

#### 4.2.9. Competencia potencial

A pesar de que no existen cafeterías del tipo que se plantea en el proyecto en la ciudad de Ambato, se considerará como competencia potencial aquellas cafeterías que pueden llegar a representar rivalidad.

En el análisis de la competencia, se debe tener en cuenta aspectos que puedan condicionar la factibilidad del proyecto, los que pueden ser:

- Localización del negocio de la competencia
- Capacidad del competidor
- Variedad de productos
- Precios de los productos de la competencia

Estos factores serán analizados mediante la observación directa de la competencia.

- **Análisis de la competencia**

Luego de analizar la encuesta realizada, **(Anexo 1)** determinamos cual sería nuestra competencia potencial.

Las cafeterías mencionadas a continuación son las más frecuentadas por los encuestados.

**Tabla No: 15 Competencia**

<b>Nombre</b>	<b>Localización</b>	<b>Productos/servicios</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Nro. de Mesas</b>
Cafetería "Creme Brulee"	Calle Juan Benigno Vela y Castillo	Sándwiches, crepes, ensaladas, postres, bebidas frías y calientes	56 personas	10
Candie's Cafetería	Av. Los Guaytambos	Sándwiches, crepes, snacks, ensaladas, postres, bebidas frías y calientes, platos fuertes.	70 personas	15
Choko cafetería	Bolívar 21-103 y Francisco Flor	Snacks, postres, bebidas frías y calientes	42 personas	8
Marcelo's Cafetería	Bolívar 1750 y Montalvo	Sándwiches, snacks, ensaladas, platos a la carta, bebidas frías y calientes	80 personas	20

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Luego de haber observado a la competencia, determinamos cuales son los productos que ofrecen, y cuál es su capacidad instalada en cuanto número de mesas y personas.

Como se puede observar en el cuadro la cafetería con mayor capacidad instalada es Marcelo's cafetería, seguida de Cadie's; además las cafeterías

antes mencionadas ofrecen entre sus productos platos fuertes a diferencia de las otras.

Por otro lado según los resultados de la pregunta No.9 de la encuesta realizada **Grafico No: 10**, la cafetería que es más frecuentada es Choko cafetería, lo que la convertiría en nuestra mayor competencia.

- **Producto de la competencia**

En la observación realizada a las cafeterías consideradas como mayor competencia, se obtuvo información de la variedad de productos y precios que se ofrecen en estos establecimientos.

Como se describe en forma más detallada en el **(Anexo 2)**. los productos del menú que brindan las cafeterías estudiadas son sándwiches fríos y calientes, crepes dulces y salados, ensaladas, snacks, platos fuertes, postres, bebidas frías y calientes, cocteles ente otros.

#### 4.2.10. Mercado Potencial

Para determinar el mercado potencial del proyecto se utilizó información del INEC y datos proporcionados por la encuesta realizada. **(Anexo 1)**

**Tabla No: 16 Mercado potencial**

<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Población</b>
Población Cantón Ambato		344.329
Población Urbana		224.719
PEA de Ambato urbano		105.072
Población que visita una cafetería	87,21%	91.633
Nivel de aceptación de la población	75,98%	69.623
<b>Mercado potencial</b>		<b>69.623</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Inec, Encuesta

- **Cálculo de la demanda, oferta y demanda insatisfecha**

Para el cálculo de la demanda del proyecto se utilizó la información obtenida con la encuesta, específicamente la pregunta número 3 de la misma **Gráfico No: 4**, en la que se determinó la frecuencia de visita de los encuestados a

una cafetería. Por otro lado también se utilizó el dato obtenido de la demanda potencial estimada.

**Tabla No: 17 Demanda**

<b>Mercado Potencial</b>	<b>Frecuencia de visita semanal</b>	<b>%</b>	<b>Población</b>	<b>Demanda Semanal</b>	<b>Demanda Anual</b>
69.623	Una	36	25.301	25.301	1.315.634
69.623	Dos	30	21.053	42.106	2.189.523
69.623	Más de Tres	20	14.220	42.660	2.218.332
<b>Total</b>		<b>87</b>	<b>60.574</b>	<b>110.067</b>	<b>5.723.489</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

- **Oferta**

De acuerdo a la información catastral turística de Tungurahua, existen 25 cafeterías registradas en la ciudad de Ambato, sin embargo, se hallan en esta ciudad, un promedio de 40 cafeterías aproximadamente.

**Tabla N: 18 Oferta**

<b>Año</b>	<b>Población de cafeterías</b>	<b>Oferta anual</b>
2011	40	2.628.000

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Para calcular la oferta anual, se multiplicó el total de cafeterías por el nivel de ocupación diario aproximado de las cafeterías. Asumiendo que, alrededor de 180 personas son la ocupación de una cafetería por día, como resultado se obtienen 7.200 oferta diaria y 2.628.000 al año.

Se determinó el cálculo de la oferta de esta manera, puesto que es imposible obtener información del volumen de ventas, debido a que es de carácter confidencial.

- **Demanda insatisfecha**

El objetivo del proyecto es comprobar que exista una demanda potencial insatisfecha donde se pueda enfocar los esfuerzos de comercialización, lo que se evidencia en el cuadro siguiente.

**Tabla No: 19 Demanda insatisfecha**

<b>Demanda calculada anual</b>	<b>Oferta calculada anual</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
5.723.489	2.628.000	3.095.489

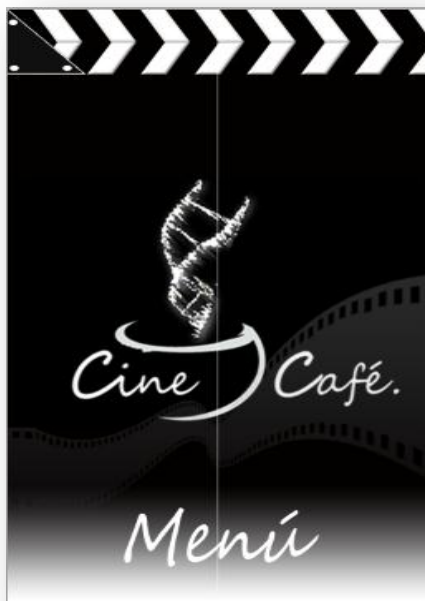
Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

Se obtiene como resultado la demanda a la cual se intenta llegar, puesto que no está satisfecha con el tipo de cafeterías actuales que ofrece la ciudad.

#### **4.2.11. Estrategia de producto**

- Debido a que la cafetería manejará una temática, se le proporcionarán a los alimentos, nombres relacionados con ella, en este caso, el cine; por lo que se utilizará nombres de películas, con el propósito de presentar una nueva propuesta al cliente, que logré captar su atención.
- Los productos se darán a conocer al cliente, a través de la carta o menú, donde se especifica la presentación y precio, esto con el fin de persuadir e influir en los gustos del consumidor para llegar finalmente a la compra.
- Evaluar la satisfacción del cliente, y contar con un buzón de sugerencias.

Gráfico No: 24 Menú exterior



Elaborado por: Juan Andrade

Gráfico No: 25 Menú interior



Elaborado por: Juan Andrade

#### 4.2.12. Estrategia de precio

- Con el fin de no generar competencia desleal frente a los competidores del sector se manejará un rango de precios similares a los existentes en el mercado.
- Buscar reducir gradualmente los gastos, sin disminuir la calidad de los productos.

#### 4.2.13. Estrategia de Promoción

- Publicidad en medios de comunicación como radio, periódicos, cines y redes sociales.

**Gráfico No: 26 Promoción**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Google.com

- Crear una página web del negocio con información de productos, precios y promociones.

Gráfico No: 27 Página WEB



Elaborado por: Juan Andrade

- Promociones tales como: Días 2x1, premios por consumo, descuentos para cumpleaños, pases para el cine, etc.

Gráfico No: 28 Promociones



Elaborado por: Juan Andrade

#### 4.2.14. Estrategia de distribución o plaza

- La distribución será a través del canal directo (productor-consumidor), debido a que la naturaleza del negocio y el producto que se ofrecerá no requieren intermediarios.

## **4.3. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.3.1. Localización**

Una adecuada selección permitirá potenciar los posibles resultados positivos del proyecto, por el contrario, un error en la localización no tiene el carácter de reversible y su costo es significativo.

La definición del emplazamiento tiene dos etapas denominadas macro y micro-localización. En la primera se establece el ámbito regional y en la segunda la ubicación exacta del predio donde se instalará el proyecto.

En determinados casos no se procederá con el análisis de la macro-localización, sobre todo si existen decisiones de índole estratégico, en cuyo caso se procede directamente a definir la micro-localización.

- **Macro-localización**

La cafetería estará localizada en la ciudad de Ambato capital de la provincia de Tungurahua.

Ambato está enclavada en una hondonada formada por seis mesetas: Píllaro, Quisapincha, Tisaleo, Quero, Huambaló; y Cotaló;, ubicada a 78o; 37' 11"; de longitud con relación al Meridiano de Greenwich y a 1o 13" 28" de latitud sur con relación a la Línea Equinoccial, a 2,577.067 metros sobre el nivel del mar.

Es caracterizada por ser una ciudad de gran actividad comercial en el contexto nacional. Es también conocida como "Ciudad de las Flores y de las Frutas", "Cuna de los Tres Juanes", "Ciudad Cosmopolita" y "Jardín del Ecuador".

Según estimaciones del INEC, la proyección para el año 2010 es de 245.000 habitantes en el área urbana de Ambato y 344.329 habitantes en todo el cantón.

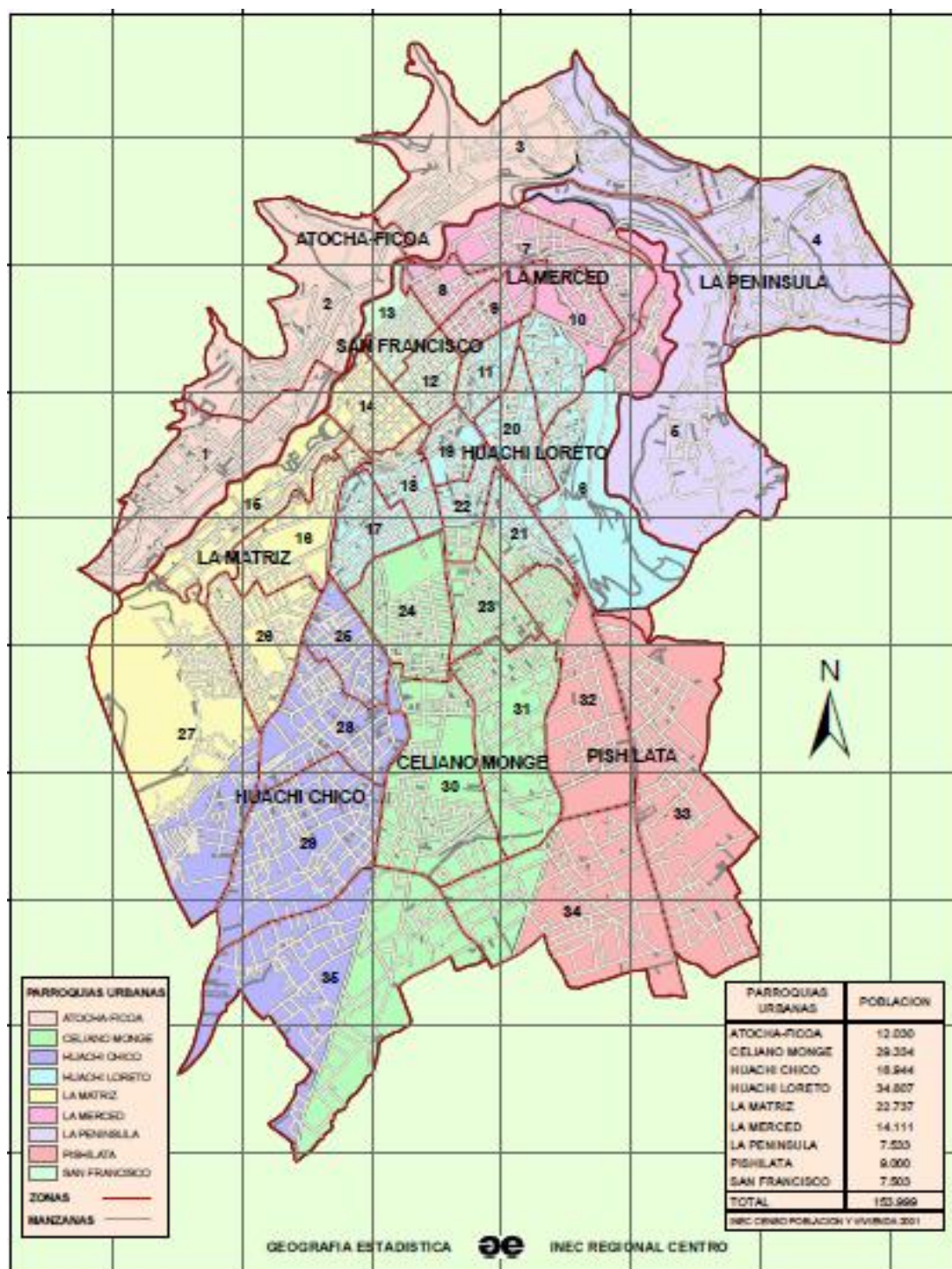
Su clima es templado seco, su temperatura media es de entre 14 °C y 19 °C. Está asentada en la rivera del río homónimo.

Gráfico No: 29 Mapa macro-localización 1



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Tungurahua.gov.ec

Gráfico No: 30 Mapa macro-localización 2



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: INEC

- **Micro-localización**

Para determinar el lugar ideal en el cual se pueda llevar a cabo el negocio, se realizó un análisis a través de una matriz de localización.

Se determino 3 localidades posibles en distintas zonas de la ciudad, en donde se podría instalar el negocio.

**Tabla No: 20 Micro-localización**

<b>FICOA</b>			
<b>Factores a calificar</b>	<b>Peso Asignado</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
Clientes	0.2	7	1.4
Competencia	0.2	7	1.4
Disponibilidad de servicios	0.1	10	1
Instalaciones	0.25	8	2
Cercanía a las universidades	0.25	4	1
<b>Total</b>	1		6.8
<b>CENTRO DE LA CIUDAD</b>			
<b>Factores a calificar</b>	<b>Peso Asignado</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
Clientes	0.2	10	2
Competencia	0.2	5	1
Disponibilidad de servicios	0.1	10	1
Instalaciones	0.25	9	2.25
Cercanía a las universidades	0.25	7	1.75
<b>Total</b>	1		8
<b>NUEVO AMBATO</b>			
<b>Factores a calificar</b>	<b>Peso Asignado</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
Clientes	0.2	5	1
Competencia	0.2	8	1.6
Disponibilidad de servicios	0.1	10	1
Instalaciones	0.25	7	1.75
Cercanía a las universidades	0.25	8	2
<b>Total</b>	1		7.35

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

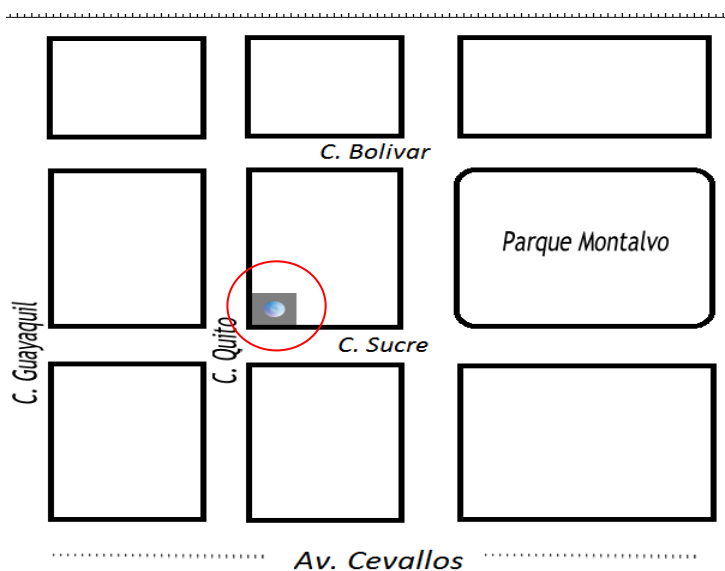
Luego de realizar el análisis se obtuvo que la cafetería temática esté localizada en el centro de la ciudad de Ambato; específicamente en la calle Sucre y Quito esquina. Esto luego de que se determinó que esta localidad reúne las características suficientes que requiere el proyecto.

**Gráfico No: 31 Localización 1**



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Google Earth

Gráfico No: 32 Localización 2



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

El lugar donde estará localizado el negocio, es una zona de alta afluencia de personas, debido a que es una zona comercial. Existe una gran variedad de negocios, además de ser sector de consultorios y oficinas. Cerca del local se encuentra el parque Montalvo, El Municipio y La Gobernación, y La Catedral, iglesia matriz de Ambato.

### 4.3.2. Distribución del área de la cafetería

Gráfico No: 33 Distribución del área (planta)



Elaborado por: Juan Andrade

En el **Gráfico No: 33** se representa la distribución de la cafetería. El local tiene un área de 145m<sup>2</sup> incluyendo la cocina, cuarto de almacenamiento, baño, sección de la barra y caja, y sección de la cafetería donde se ubicarán 12 mesas.

**Gráfico No: 34 Distribución del área (entrada)**



Elaborado por: Juan Andrade

En el gráfico anterior se representa lo que sería la entrada de la cafetería; la que consta del logotipo del negocio y afiches relacionado con el mismo.

Gráfico No: 35 Distribución del área 1



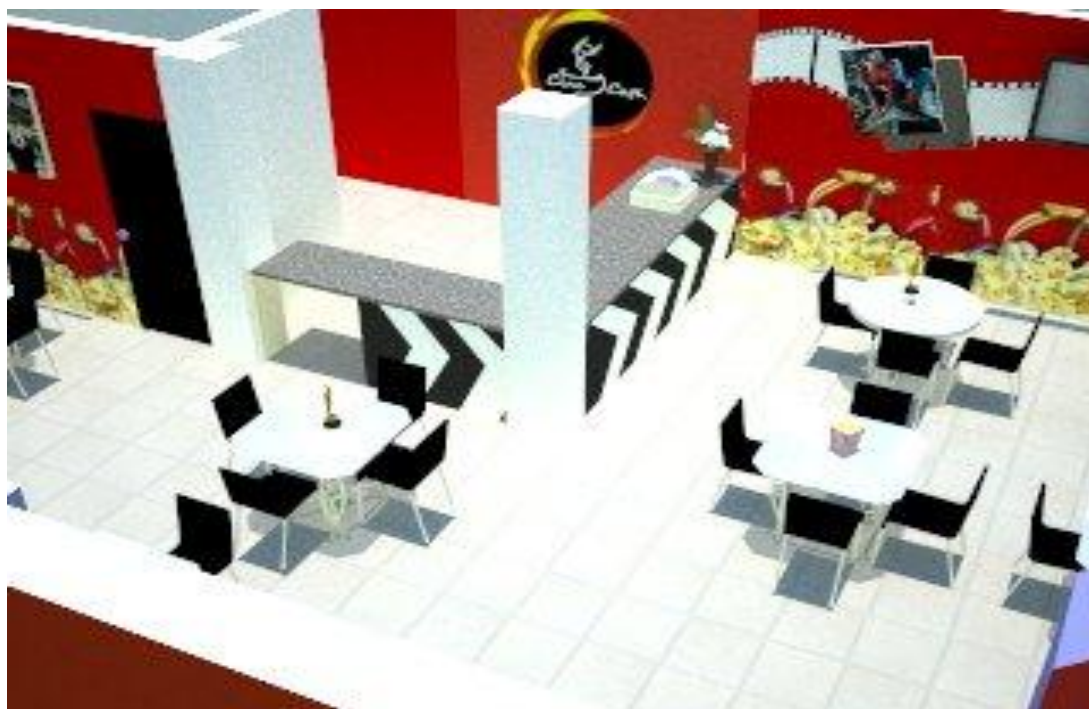
Elaborado por: Juan Andrade

Gráfico No: 36 Distribución del área 2



Elaborado por: Juan Andrade

Gráfico No: 37 Distribución del área 3



Elaborado por: Juan Andrade

Gráfico No: 38 Distribución del área 4



Elaborado por: Juan Andrade

El ambiente y decoración de la cafetería será llamativo y relacionado con la temática propuesta que es “el mundo del cine”. Se incorporaran imágenes de películas y motivos del cine. Se contará con 3 plasmas en los que se reproducirán trailers de películas.

### 4.3.3. Ingeniería del proyecto

- **Requerimiento de personal**

A continuación se detalla el personal que es requerido para el funcionamiento del negocio.

**Tabla No: 21 Requerimiento de personal**

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Mano de obra directa</b>	
Chef	1
Ayudante de cocina	1
<b>Mano de obra indirecta</b>	
Mesero	2
<b>Personal administrativo</b>	
Administrador	1
Cajero	1
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Materia Prima**

Entre los insumos y materia prima requerida para la elaboración de los productos se detallan a continuación:

Tabla No. 22 Materia Prima

Tipo	Producto	Tipo	Producto
Viveres	Aceite	Bebidas	Amareto
	Aceite de oliva		Cerveza pilsener
	Agua		Cerveza club
	Azúcar		Cerveza corona
	Azúcar impalpable		Gaseosas
	Café instantáneo		Cognac
	Café pasado		Crema de coco
	Canela		Crema de café
	Harina		Nestea
	Huevos		Ron
	Leche		Ron blanco
	Maicena		Tequila
	Mantequilla		Vino dulce
	Mayonesa		Vodka
	Mostaza		Whisky
	Pan baguette	Frutas	Fresas
	Pan de molde		Limonas
	Pimienta		Naranjas
	Queso cheddar		Piña
	Queso maduro		Plátano
	Queso mozzarella		Sandía
	Sal		Aguacates
	Salsa de tomate		Ají
Té	Cerezas		
Tortillas de maíz	Crema chantilly		
Cárnicos	Atún	Otros	Crema de leche
	Carne molida		Duraznos en lata
	Lomo		Dedos de dama
	Jamón		Esencia de vainilla
	Pernil		Galleta
	Pollo		Granadina
	Salami		Helado de vainilla
	Tocino		Helado de chocolate

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

Tipo	Producto	Tipo	Producto
Verduras y Hortalizas	Apio	Otros	Helado de fresa
	Champiñones		Hielo
	Pimiento verde		Nueces
	Pimiento rojo		Salsa de soya
	Zanahoria		Tableta de chocolate
	Ajo		
	Cebolla paiteña		
	Cebolla blanca		
	Lechuga		
	Papas		
	Tomates		

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Maquinaria y Equipo**

Se describe a continuación el equipo de cocina, muebles y enseres, equipo de oficina y menaje necesario para la instalación de la cafetería

**Tabla No: 23 Maquinaria y equipo**

Muebles y Enseres	
Descripción	Cantidad
Mesas rectangulares	10
Mesas redondas	2
Sillas	68
Mueble de cocina	1
Estanterías	1
Barra	1
Equipo de Cocina	
Descripción	Cantidad
Cocina 4 quemadores	1
Refrigeradora	1
Refrigerador Panorámico	1
Microondas	1
Batidora Manual	1

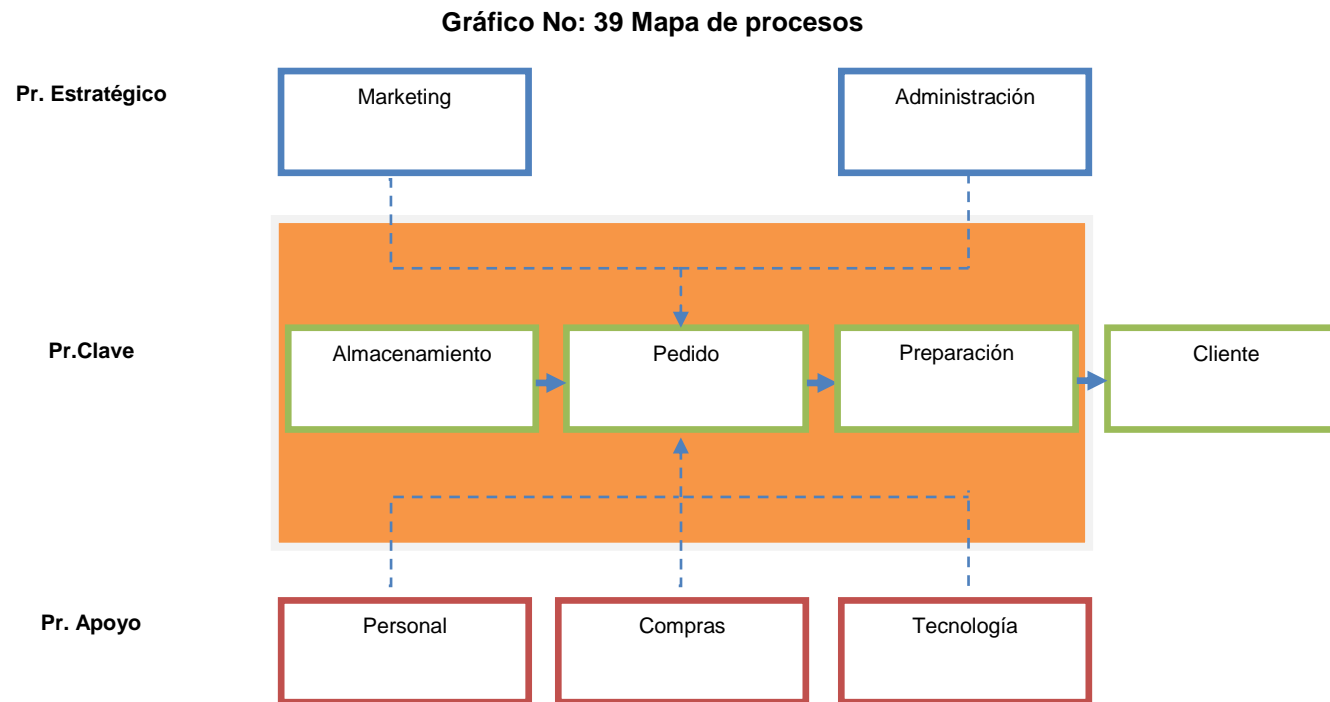
Batidora para milkshake	1
Sanduchera	1
Extractor de olores	1
Licuadaora	1
Procesador	1
Cuchillo eléctrico	1
Tostadora	1
Tetera eléctrica	1
Horno pequeño	1
Cafetera	1
<b>Equipo de oficina</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Calculadora	1
Teléfono	1
Plasma 32"	3
Minicomponente	1
<b>Equipo de Computo</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Caja registradora	1
Computadora	1
Impresora	1
<b>Menaje</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Vajilla 20 pz.	12
Vasos gaseosas/agua	60
Vasos cerveza	36
vaso largo coctel	36
Vaso milkshake	36
Vaso coctel	24
Set de copas vino 12 pz.	6
Juego de 18 copas coctel	2
Copas postre	36
Copas martini	24
Pirex 8pz.	1
Set de cuchillos	1
Tabla de picar	2
Sartenes 3 pzas.	1
Planchas grill	1
Cubiertos 16 piezas	12
Set de Espátulas	1
Jarras	2
Ollas 7 piezas	1
Recipientes plásticos 30 pzas.	1
Batería de cocina 8 pz.	1

Cuchara helado	1
Tijeras de cocina	1
saleros	10
Pimenteros	10
Salseros	20

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

#### 4.3.4. Identificación de procesos

- Mapa de procesos










Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Proceso de servicio al cliente**

Se describe el proceso completo de servicio, desde que ingresa el cliente, hasta que se retira luego de satisfacer sus necesidades.

**Gráfico No: 40 Proceso servicio al cliente**

SIMBOLOGIA	
	OPERACIÓN
	TRANSPORTE
	DEMORA
	INSPECCIÓN

No.	SIMBOLO	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD
1		Recepción del cliente
2		Entrega de carta
3		Elección del producto por parte del cliente
4		Toma del pedido
5		Desplazamiento del mesero de la mesa a la cocina
6		Entrega del pedido al cocinero
7		Inspección del pedido
8		Elaboración del producto
9		Entrega del producto al mesero
10		Desplazamiento del mesero a la mesa con el producto
11		Entrega del pedido al cliente
12		Consumo del producto
13		Entrega de la cuenta al cliente
14		Verificación de la cuenta
15		Entrega de la cuenta con el pago al mesero
16		Desplazamiento del mesero de la mesa a la caja
17		Entrega del dinero en la caja
18		Verificación del dinero
19		Desplazamiento del mesero de la caja a la mesa
20		Entrega de la factura/nota de venta

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

## 4.4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es la última etapa en un estudio de factibilidad, con el que se podrá tomar la decisión de llevar a cabo o no el proyecto de inversión.

### 4.4.1. Inversión inicial

Es la primera inversión que se realiza para iniciar el negocio; la comprenden la adquisición de activos fijos, activos intangibles y el capital de trabajo.

- **Activos fijos**

Bienes tangibles indispensables para la operación.

Para el proyecto los activos fijos corresponden, al mobiliario con un valor de \$6,757.32, equipo de cocina por \$2,043.70, equipo de oficina por un valor de \$1,455.39, equipo de cómputo por \$1,047.00, el menaje de la cafetería por \$1,475.93 y por último, otros activos para adecuación del local (rótulo, remodelación y decoración) por \$2,700.00. Por lo tanto el valor total de inversión en activos fijos para el negocio es de \$15,479.34 (**Anexo 3**).

- **Activos intangibles**

Son inversiones en aquellos rubros en los que se incurre para poner en marcha el negocio. Son los valores de gastos de constitución, permisos de funcionamiento y registro, gastos de remodelación y adecuación, que se detalla a continuación:

**Tabla No: 24 Activos intangibles**

<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>USD</b>
Permisos de funcionamiento	350.00
Registro de marca	116.00
Gasto alquiler local (mes inicial)	1600.00
Publicidad inicial	500.00
Imprevistos 3%	76.98
<b>Parcial</b>	<b>2,642.98</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>USD</b>
Gastos Preoperativos	2,642.98
Intereses Preoperativos	166.66
Imprevistos 5%	140.48
<b>TOTAL</b>	<b>2,950.12</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Capital de trabajo**

El capital de trabajo es el efectivo que se requiere para mantener el negocio durante el primer mes. Conciernen rubros como remuneraciones de mano de obra, servicios básicos, materia prima, mantenimiento etc. De acuerdo a la **tabla No: 25** el capital requerido es de \$6,207.51.

**Tabla No: 25 Capital de trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO</b>	<b>USD</b>
Materiales directos	22,325.76
Materiales Indirectos	734.40
Suministros y servicios	1,140.00
Mano de obra directa	7,968.00
Mano de obra indirecta	6,336.00
Mantenimiento y seguros	469.57
<b>Subtotal</b>	<b>38,973.73</b>
Requerimiento diario	108.26
Requerimiento de caja(30 días)	3,247.81
<b>Capital de trabajo operativo</b>	<b>3,247.81</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	
Gastos administrativos que representan desembolso	30,263.43
Gastos de ventas que representan desembolso	5,253.00
<b>Subtotal</b>	<b>35,516.43</b>
Requerimiento diario	98.66
<b>Capital de trabajo administración y ventas</b>	<b>2,959.70</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>6,207.51</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

#### 4.4.2. Resumen de inversiones

Se determinó que la inversión inicial para el proyecto será de \$24,602.58 según la **tabla No: 26**.

**Tabla No: 26 Resumen inversiones**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>USD</b>
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>	
Muebles y enseres	6,757.32
Equipos de cocina	2,043.70
Menaje	1,475.93
<b>ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN</b>	
Equipos oficina	1,455.39
Equipo de cómputo	1,047.00
Otros activos	2,700.00
<b>Subtotal</b>	<b>15,479.34</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos Preoperativos	2,642.98
Intereses Preoperativos	166.66
Imprevistos	140.48
<b>Subtotal</b>	<b>2,950.12</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Requerimiento de caja 30 días	<b>6,173.08</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>24,636.98</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

#### **4.4.3. Financiamiento**

Se busca identificar la fuente de recursos financieros necesarios para la ejecución y operación del negocio.

El proyecto se financiará con un préstamo al Banco Nacional de Fomento de la ciudad.

El crédito será de \$20,000.00 con un plazo de 3 años, y una tasa de interés del 10% anual con pagos mensuales.

Tabla No: 27 Financiamiento

Tabla de pagos					
Monto (usd miles)					20,000.00
Plazo (meses)					36
Periodo de gracia					0
Tasa de interés (anual)					10%
No.	Inicial	Interés	Amort.	Cuota	Final
0					\$20,000.00
1	\$20,000.00	\$166.66	\$478.68	\$645.34	\$19,521.32
2	\$19,521.32	\$162.67	\$482.67	\$645.34	\$19,038.65
3	\$19,038.65	\$158.65	\$486.69	\$645.34	\$18,551.96
4	\$18,551.96	\$154.59	\$490.75	\$645.34	\$18,061.21
5	\$18,061.21	\$150.50	\$494.84	\$645.34	\$17,566.38
6	\$17,566.38	\$146.38	\$498.96	\$645.34	\$17,067.42
7	\$17,067.42	\$142.22	\$503.12	\$645.34	\$16,564.30
8	\$16,564.30	\$138.03	\$507.31	\$645.34	\$16,056.99
9	\$16,056.99	\$133.80	\$511.54	\$645.34	\$15,545.45
10	\$15,545.45	\$129.54	\$515.80	\$645.34	\$15,029.65
11	\$15,029.65	\$125.24	\$520.10	\$645.34	\$14,509.56
12	\$14,509.56	\$120.91	\$524.43	\$645.34	\$13,985.13
13	\$13,985.13	\$116.54	\$528.80	\$645.34	\$13,456.32
14	\$13,456.32	\$112.13	\$533.21	\$645.34	\$12,923.11
15	\$12,923.11	\$107.69	\$537.65	\$645.34	\$12,385.46
16	\$12,385.46	\$103.21	\$542.13	\$645.34	\$11,843.33
17	\$11,843.33	\$98.69	\$546.65	\$645.34	\$11,296.68
18	\$11,296.68	\$94.14	\$551.20	\$645.34	\$10,745.48
19	\$10,745.48	\$89.54	\$555.80	\$645.34	\$10,189.68
20	\$10,189.68	\$84.91	\$560.43	\$645.34	\$9,629.25
21	\$9,629.25	\$80.24	\$565.10	\$645.34	\$9,064.15
22	\$9,064.15	\$75.53	\$569.81	\$645.34	\$8,494.34
23	\$8,494.34	\$70.78	\$574.56	\$645.34	\$7,919.79
24	\$7,919.79	\$66.00	\$579.34	\$645.34	\$7,340.44
25	\$7,340.44	\$61.17	\$584.17	\$645.34	\$6,756.27
26	\$6,756.27	\$56.30	\$589.04	\$645.34	\$6,167.23
27	\$6,167.23	\$51.39	\$593.95	\$645.34	\$5,573.28
28	\$5,573.28	\$46.44	\$598.90	\$645.34	\$4,974.38
29	\$4,974.38	\$41.45	\$603.89	\$645.34	\$4,370.49
30	\$4,370.49	\$36.42	\$608.92	\$645.34	\$3,761.57
31	\$3,761.57	\$31.35	\$613.99	\$645.34	\$3,147.58
32	\$3,147.58	\$26.23	\$619.11	\$645.34	\$2,528.47
33	\$2,528.47	\$21.07	\$624.27	\$645.34	\$1,904.20
34	\$1,904.20	\$15.87	\$629.47	\$645.34	\$1,274.72
35	\$1,274.72	\$10.62	\$634.72	\$645.34	\$640.01
36	\$640.01	\$5.33	\$640.01	\$645.34	<b>(\$0.00)</b>

Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Investigación

La diferencia faltante para la inversión total del proyecto que es de \$4,636.98 se cubrirá con capital propio.

#### 4.4.4. Determinación de las ventas

Tabla No: 28 Ventas

	1	2	3	4	5
Cientes	14,688	17,136	19,584	22,032	24,480
<b>Sándwiches y otros</b>					
Producción neta	14688	17136	19584	22032	24480
Precio promedio	3.70	3.70	3.70	3.70	3.70
<b>Total</b>	54,345.60	63,403.20	72,460.80	81,518.40	90,576.00
<b>Bebidas</b>					
Producción neta	14688.00	17136.00	19584.00	22032.00	24480.00
Precio promedio	1.80	1.80	1.80	1.80	1.80
<b>Total</b>	26,438.40	30,844.80	35,251.20	39,657.60	44,064.00
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>80,784.0</b>	<b>94,248.0</b>	<b>107,712.0</b>	<b>121,176.0</b>	<b>134,640.0</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

El número de clientes se determinó en base a la capacidad total del local que es de 68 personas, estimando una ocupación inicial del primer año del 60%, se obtiene 14,688 personas al año.

Para el futuro se espera obtener un incremento de un 10% en la ocupación por año; es decir que para el quinto año se espera cubrir un porcentaje mayor de la demanda insatisfecha.

#### **4.4.5. Presupuesto de costos y gastos**

- **Materias primas**

Está compuesta por los materiales físicos que componen el producto. Este primer elemento del costo de producción se divide en materia prima directa, que es aquella donde todos los materiales utilizados en la elaboración del producto son fácilmente identificables.

La determinación de los costos de materia prima se realizó en base a los insumos necesarios para elaborar cada uno de los productos. Se determinó el costo unitario de cada ítem, y se calculó un costo promedio. **(Anexo 4)**

Tabla No: 29 Presupuesto materia prima

MATERIAS PRIMAS							
Item	Unidad	costo promedio	Cantidad				
			1	2	3	4	5
Sándwiches y otros	dólares	1.12	14,688	17,136	19,584	22,032	24,480
Bebidas	dólares	0.4	14,688	17,136	19,584	22,032	24,480
			Unidades monetarias				
			1	2	3	4	5
Sándwiches y otros			16,450.56	19,192.32	21,934.08	24,675.84	27,417.60
Bebidas			5,875.20	6,854.40	7,833.60	8,812.80	9,792.00
<b>Total</b>			<b>22,325.76</b>	<b>26,046.72</b>	<b>29,767.68</b>	<b>33,488.64</b>	<b>37,209.60</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Mano de obra**

Se define como el costo del tiempo que los trabajadores invierten en el proceso productivo y que debe ser cargado a los productos.

La mano de obra directa incluye todo el tiempo de trabajo que directamente se aplica a los productos y la mano de obra indirecta se refiere a todo el tiempo que se invierte para mantener en funcionamiento el establecimiento pero que no se relaciona directamente con los productos.

Tabla No: 30 Presupuesto mano de obra

MANO DE OBRA DIRECTA	Unidades monetarias				
	1	2	3	4	5
Chef	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00
Ayudante cocina	3,168.00	3,168.00	3,168.00	3,168.00	3,168.00
<b>Subtotal</b>	<b>7,968.00</b>	<b>7,968.00</b>	<b>7,968.00</b>	<b>7,968.00</b>	<b>7,968.00</b>
MANO DE OBRA INDIRECTA	Unidades monetarias				
	1	2	3	4	5
Meseros (2)	6,336.00	6,336.00	6,336.00	6,336.00	6,336.00
<b>Subtotal</b>	<b>6,336.00</b>	<b>6,336.00</b>	<b>6,336.00</b>	<b>6,336.00</b>	<b>6,336.00</b>
PERSONAL ADMINISTRATIVO	Unidades monetarias				
	1	2	3	4	5
Administrador	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00	5,400.00
Cajero	3,168.00	3,168.00	3,168.00	3,168.00	3,168.00
<b>Subtotal</b>	<b>8,568.00</b>	<b>8,568.00</b>	<b>8,568.00</b>	<b>8,568.00</b>	<b>8,568.00</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Suministros y servicios**

Tabla No. 31 Suministros y servicios

Suministros y servicios		
Energía eléctrica	consumo-mes	40.00
Agua	consumo-mes	35.00
Teléfono	consumo-mes	20.00

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

Ítem	Unidades monetarias				
	1	2	3	4	5
Energía eléctrica	480.00	480.00	480.00	480.00	480.00
Agua	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
Teléfono	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
<b>Subtotal</b>	<b>1,140.00</b>	<b>1,140.00</b>	<b>1,140.00</b>	<b>1,140.00</b>	<b>1,140.00</b>

Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Investigación

- **Gastos administrativos**

Son aquellos costos provenientes de funciones administrativas dentro del negocio como remuneración del personal administrativo, arriendo, y otros gastos de servicios públicos.

**Tabla No: 32 Gastos Administrativos**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	
Gastos que representan desembolso:	
Remuneraciones	8,568.00
Arriendos	19,200.00
Mantenimiento	473.97
Otros (teléfono, fax, internet, serv. públicos)	1,140.00
Imprevistos 3%	881.46
<b>Subtotal</b>	<b>30,263.43</b>
Gastos que no representan desembolso:	
Depreciaciones	894.94
Amortizaciones	528.60
<b>Total</b>	<b>31,686.97</b>

Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Investigación

- **Gastos de ventas**

Costos en los que se incurre para vender los productos; rubros como la publicidad, que es el mecanismo que da a conocer al cliente nuestro negocio.

**Tabla No: 33 Gastos Ventas**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Gastos que representan desembolso:	
Publicidad	3,600.00
Otros	1,500.00
Imprevistos 3.0%	153.00
<b>Total</b>	<b>5,253.00</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Depreciaciones**

Es el valor que pierden los activos por su uso y desgaste, y se basa en el número de años de vida útil de los mismos.

**Tabla No: 34 Depreciaciones**

<b>Activos fijos</b>	<b>V. útil años</b>	<b>Deprec.</b>
Muebles y enseres	10	675.73
Equipos de cocina	10	204.37
Menaje	1	1,475.93
<b>Subtotal</b>		<b>2,356.03</b>
<b>Gastos administrativos y ventas</b>		
Equipos oficina	10	145.54
Equipo de computo	5	209.40
Otros activos	5	540.00
<b>Subtotal</b>		<b>894.94</b>
<b>TOTAL</b>		<b>3,250.97</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Gastos financieros**

Intereses que se deben cancelar por motivo del préstamo adquirido.

**Tabla No: 35 Gastos Financieros**

<b>Periodo</b>	<b>Interés anual</b>
1	1,729.21
2	1,099.40
3	403.64

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

#### 4.4.6. Resultados y situación financiera

- **Balance general**

Constituye el cuadro resumen de lo que tiene el proyecto.

**Tabla No. 36 Balance general**

<b>BALANCE GENERAL INICIAL</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja y bancos	6,207.51	Pasivo largo plazo	20,000.00
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>6,207.51</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>20,000.00</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>			
Muebles y enseres	6,757.32		
Equipos de cocina	2,043.70		
Menaje	1,475.93		
Equipos oficina	1,455.39		
Equipo de computo	1,047.00		
Otros activos	2,700.00		
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>15,479.34</b>		
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>2,950.12</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>4,636.98</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>24,636.98</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>24,636.98</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- Estado de pérdidas y ganancias

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

**Tabla No: 37 Estado de pérdidas y ganancias**

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>Periodos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas netas	80,784.00	94,248.00	107,712.00	121,176.00	134,640.00
Costo de ventas	42,560.40	46,519.06	50,477.72	54,436.38	58,395.05
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>38,223.60</b>	<b>47,728.94</b>	<b>57,234.28</b>	<b>66,739.62</b>	<b>76,244.95</b>
Gastos de ventas	5,253.00	5,253.00	5,253.00	5,253.00	5,253.00
Gastos de administración	31,686.97	31,686.97	31,686.97	31,686.97	31,686.97
<b>Utilidad (perdida) operacional</b>	<b>1,283.63</b>	<b>10,788.97</b>	<b>20,294.31</b>	<b>29,799.65</b>	<b>39,304.99</b>
Gastos financieros	1,729.21	1,099.40	403.64	0.00	0.00
<b>Utilidad (perdida) antes participación</b>	<b>(445.57)</b>	<b>9,689.58</b>	<b>19,890.67</b>	<b>29,799.65</b>	<b>39,304.99</b>
15% Participación utilidades		1,453.44	2,983.60	4,469.95	5,895.75
<b>Utilidad (perdida) antes impuesto renta</b>		<b>8,236.14</b>	<b>16,907.07</b>	<b>25,329.70</b>	<b>33,409.24</b>
Impuesto a la renta (25%)		2,059.03	4,226.77	6,332.43	8,352.31
<b>Utilidad (perdida) neta</b>	<b>(445.57)</b>	<b>6,177.10</b>	<b>12,680.30</b>	<b>18,997.28</b>	<b>25,056.93</b>
Reserva legal		617.71	1,268.03	1,899.73	2,505.69
Utilidad distribuible		5,559.39	11,412.27	17,097.55	22,551.24

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

- **Flujo de caja**

El flujo de caja es el principal cuadro de resultados, por lo que su análisis es fundamental para determinar la liquidez generada, como parte de la sustentabilidad financiera.

Tabla No: 38 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
A. Ingresos operacionales	0	1	2	3	4	5
Recuperación por ventas		80784.00	94248.00	107712.00	121176.00	134640.00
<b>B. Egresos operacionales</b>						
Pago a proveedores		24,200.16	28,043.52	31,886.88	35,730.24	39,573.60
Mano de obra directa e imprv.		8,876.81	8,988.44	9,100.07	9,211.70	9,323.33
Mano de obra indirecta		6,336.00	6,336.00	6,336.00	6,336.00	6,336.00
Gastos de ventas		5,253.00	5,253.00	5,253.00	5,253.00	5,253.00
Gastos de administración		30,263.43	30,263.43	30,263.43	30,263.43	30,263.43
Gastos de fabricación		729.97	733.64	737.31	740.98	744.66
<b>Parcial</b>		<b>75,659.37</b>	<b>79,618.03</b>	<b>83,576.69</b>	<b>87,535.35</b>	<b>91,494.02</b>
<b>C. Flujo operacional (a - b)</b>						
Ingresos operacionales		80,784.00	94,248.00	107,712.00	121,176.00	134,640.00
Egresos operacionales		75,659.37	79,618.03	83,576.69	87,535.35	91,494.02
<b>Parcial</b>		<b>5,124.63</b>	<b>14,629.97</b>	<b>24,135.31</b>	<b>33,640.65</b>	<b>43,145.98</b>
<b>D. Ingresos no operacionales</b>						
Créditos a contratarse a largo plz.	20,000.00					
Aportes de capital	4,636.98					
<b>Parcial</b>	<b>24,636.98</b>					

<b>E. Egresos no operacionales</b>						
Pago de intereses		1,729.21	1,099.40	403.64	0.00	0.00
Pago de porción corriente de deuda a largo plazo			6,014.87	6,644.68	7,340.44	0.00
Pago participación de trabajadores				1,453.44	2,983.60	4,469.95
Pago de impuesto a la renta (25%)				2,059.03	4,226.77	6,332.43
Muebles y enseres	6,757.32					
Equipos de cocina	2,043.70					
Menaje	1,475.93					
Equipo de computo	1047.00					
Equipos oficina	1,455.39					
Activos diferidos	2,950.12					
Otros activos	2,700.00					
<b>Parcial</b>	<b>18,429.46</b>	<b>1,729.21</b>	<b>7,114.27</b>	<b>10,560.80</b>	<b>14,550.81</b>	<b>10,802.37</b>
<b>F. Flujo no operacional (d-e)</b>	<b>6,207.51</b>	<b>(1,729.21)</b>	<b>(7,114.27)</b>	<b>(10,560.80)</b>	<b>(14,550.81)</b>	<b>(10,802.37)</b>
<b>G. Flujo neto generado (c+f)</b>	<b>6,207.51</b>	<b>3,395.42</b>	<b>7,515.70</b>	<b>13,574.51</b>	<b>19,089.84</b>	<b>32,343.61</b>
<b>H. Saldo inicial de caja</b>	<b>0.00</b>	<b>6,207.51</b>	<b>9,602.94</b>	<b>17,118.63</b>	<b>30,693.14</b>	<b>49,782.98</b>
<b>I. Saldo final de caja (g+h)</b>	<b>6,207.51</b>	<b>9,602.94</b>	<b>17,118.63</b>	<b>30,693.14</b>	<b>49,782.98</b>	<b>82,126.59</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

Tabla No: 39 Flujo de fondos

<b>FLUJO DE FONDOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inversión fija	(15,479.34)					
Inversión diferida	(2,950.12)					
Capital de operación	(6,207.51)					
Participación de trabajadores			(1,453.44)	(2,983.60)	(4,469.95)	(5,895.75)
Impuestos			(2,059.03)	(4,226.77)	(6,332.43)	(8,352.31)
Flujo operacional (ingresos - egresos)	0.00	5,124.63	14,629.97	24,135.31	33,640.65	43,145.98
<b>Flujo Neto</b>	<b>(24,636.98)</b>	<b>5,124.63</b>	<b>11,117.50</b>	<b>16,924.94</b>	<b>22,838.27</b>	<b>28,897.93</b>
<b>Flujo de caja acumulativo</b>	<b>(24,636.98)</b>	<b>5,124.63</b>	<b>16,242.12</b>	<b>33,167.06</b>	<b>56,005.33</b>	<b>84,903.26</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

#### 4.4.7. Evaluación económica financiera

La evaluación financiera permite determinar la viabilidad de realizar la inversión de un proyecto determinado, para el caso se estudiará su factibilidad por medio del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

- **Valor actual neto (VAN)**

Para determinar el valor actual neto se debe calcular la tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento.

**Tabla No: 40 Tasa mínima aceptable de rendimiento**

<b>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento</b>				
	<b>USD</b>	<b>% Aportación</b>	<b>TMAR</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Recurso propio</b>	4,636.98	18.8%	12.51%	2.4%
<b>Recurso externo</b>	20,000.00	81.2%	8.37%	6.8%
<b>TMAR global</b>				<b>9.15%</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

Tabla No: 41 VAN

Valor Actual Neto						
		1	2	3	4	5
<b>Flujo Neto</b>	(24,636.98)	5,124.63	11,117.50	16,924.94	22,838.27	28,897.93
<b>Tasa de descuento</b>	9.15%					
<b>Valor actual de los flujos</b>		<b>4,695.07</b>	<b>9,331.81</b>	<b>13,015.64</b>	<b>16,090.93</b>	<b>18,653.65</b>

<b>VAN</b>	<b>37,150.12</b>
------------	------------------

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

Como el VAN es mayor a 0, el proyecto se acepta porque, los ingresos son mayores que los egresos.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Tabla No. 42 TIR

	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto	(24,636.98)	5,124.63	11,117.50	16,924.94	22,838.27	28,897.93
<b>TIR</b>	<b>43.87%</b>					

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

La Tasa Interna de Retorno arrojó un porcentaje del 43.87%, superior a la tasa de descuento del 9.15%. Es decir, que el estudio de factibilidad para la creación de una cafetería con la temática del cine es viable.

- **Periodo de recuperación**

**Tabla No. 43 Período de recuperación**

Período Real de Recuperación de la Inversión		
Años	Flujo operacional	Flujo neto
0	-24,636.98	-24,636.98
1	4,695.1	-19,941.9
<b>2</b>	9,331.8	-10,610.1
3	13,015.6	2,405.5
4	16,090.9	18,496.5
5	18,653.7	37,150.1

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

$$meses = \left( \frac{10,610.1}{13,015.6} \right) * 12 = 9.78$$

Como se observa en la **tabla No:43** la inversión se recuperará en dos años, 9 meses y 23 días.

- **Punto de equilibrio**

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costos\ Fijos\ Totales}{1 - \frac{Costos\ Variables\ Totales}{Ventas}}$$

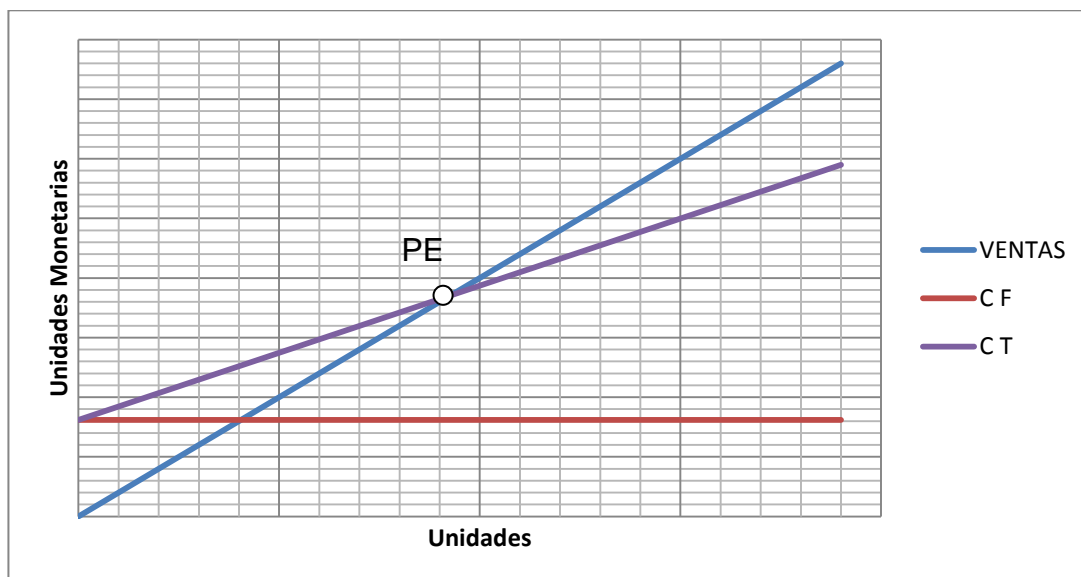
Tabla No: 44 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio					
	1	2	3	4	5
<b>Costo variable total</b>	31,937	35,892	39,847	43,802	47,757
<b>Costo fijo total</b>	49,293	48,666	47,974	47,574	47,578
<b>Ventas totales</b>	80,784	94,248	107,712	121,176	134,640
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>81,521</b>	<b>78,599</b>	<b>76,143</b>	<b>74,507</b>	<b>73,730</b>

Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Investigación

Gráfico No: 41 Punto de equilibrio



Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Investigación

Punto en el que ni se pierde ni se gana, puesto que los costos fijos y los costos variables igualan a los ingresos.

#### 4.4.8. Índices financieros

- **Capital de trabajo neto**

Refleja la disponibilidad de recursos con que cuenta el proyecto para cubrir sus obligaciones de corto plazo. El índice debe ser siempre positivo.

$$\textit{Activo corriente} - \textit{Pasivo corriente} = 9,602.94 - 5,853.35 = 3,749.58$$

El capital de trabajo es el excedente de los activos corrientes, (una vez cancelados los pasivos corrientes) que le quedan a la empresa en calidad de fondos permanentes, para atender las necesidades de la operación normal de la Empresa en marcha.

- **Índice de solvencia**

Indica el número de unidades monetarias con que cuenta el proyecto para cubrir sus obligaciones de corto plazo dentro del ciclo productivo; la relación tiene que ser superior a uno.

$$\frac{\textit{Activo corriente}}{\textit{Pasivo corriente}} = \frac{9,602.94}{5,853.35} = 1.64$$

Por cada dólar de pasivo corriente, el negocio cuenta con \$1.64 de respaldo en el activo corriente.

- **Índice de rotación del activo**

Señala el número de veces (eficiencia) con que la empresa ha utilizado sus activos para generar ventas. Es preferible que este índice crezca con el tiempo.

$$\frac{\textit{Ventas netas}}{\textit{Activo total}} = \frac{80,784.00}{24,636.98} = 3.28$$

Se interpreta diciendo, que por cada dólar invertido en los activos totales, la empresa vendió \$3.28. También se puede decir que los activos totales rotaron 3.28 veces.

- **Índice de solidez**

Establece el nivel de endeudamiento (pasivos) que se encuentra financiando los activos. La estructura de apalancamiento debe ser adecuada en función de la capacidad de pago del proyecto, se considera que a mayor endeudamiento existe mayor riesgo, no obstante un índice cercano a cero afecta la rentabilidad de la compañía.

$$\frac{\textit{Pasivo total}}{\textit{Activo total}} = \frac{19,838.48}{24,191.40} = 0.82$$

Se puede decir que el 82% del total de la inversión se financió con recursos de terceros.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 Conclusiones**

- La creación de una cafetería en la ciudad de Ambato, que esté relacionada con la temática del mundo del cine y se enfoque en ofrecer al cliente una experiencia diferente y poco común en la ciudad; es operativamente, factible y financieramente rentable.
  
- El estudio de mercado realizado, arrojó que al 76% de los encuestados les agrada la idea de contar con un establecimiento del tipo temático en la ciudad, que brinde una nueva alternativa de servicio.
  
- El estudio técnico determinó el espacio físico más idóneo para instalar el negocio, además de todo el equipo necesario para ponerlo en funcionamiento.

- Con el estudio financiero se obtuvo que se necesitará una inversión de \$ 24,636.98, la cual se financiará en un 19% con fondos propios y el 81% restante con un crédito concedido por el BNF. El periodo de recuperación de la inversión será de 2 años y 9 meses.

- Al obtener una VAN de \$ 37,150.12 y una Tasa Interna de Retorno de 43.87%, se confirma que el proyecto es factible para su ejecución y puesta en marcha.

## 5.2 Recomendaciones

- Pensar siempre en las necesidades del cliente y preocuparse en lograr su satisfacción, para obtener su fidelidad y llegar a ser su primera opción a la hora de elegir una cafetería.
  
- Realizar periódicamente encuestas de satisfacción al cliente, que permitan conocer la opinión del consumidor a cerca del servicio y la calidad del producto que se le entrega.
  
- Mantener una mejora continua, y una constante innovación del ambiente de la cafetería, con el objetivo de evitar convertir al negocio en algo monótono y aburrido.
  
- Buscar otras maneras de llegar al consumidor para así ganar más clientes.
  
- Se recomienda llevar a cabo el proyecto viéndolo como una oportunidad innovadora de negocio en la ciudad.

## BIBLIOGRAFÍA

BACA, Gabriel. Evaluación de proyectos. 2da edición. México: McGraw-Hill Interamericana de Mexico,S.A, 1999.

HAIR Joseph, F. Investigación de Mercados. 4ta edición. México: McGraw-Hill Interamericana de Mexico,S.A, 2003.

KOTLER, Philip. Fundamentos de Marketing. 6ta edición. México: Pearson Prentice-Hall, 2003.

SAPAG Chain, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos. 4ta edición. México: McGraw-Hill, 2000.

Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Corporación Financiera Nacional

## LINKOGRAFIA

Banco Central del Ecuador

[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

[www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

[www.preval.org/documentos/00453.pdf](http://www.preval.org/documentos/00453.pdf)- *Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos*

[www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm](http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm)

[www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml](http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml)

[www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas.pdf](http://www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas.pdf)

[www.es.wikipedia.org/](http://www.es.wikipedia.org/)

[www.scribd.com/doc/6181169/Estudio-Tecnico](http://www.scribd.com/doc/6181169/Estudio-Tecnico)

[www.es.scribd.com/doc/3572625/Indicadores-Financieros](http://www.es.scribd.com/doc/3572625/Indicadores-Financieros)

[www.monografias.com/trabajos12/cntbtres/cntbtres.shtml](http://www.monografias.com/trabajos12/cntbtres/cntbtres.shtml)

[www.zonaeconomica.com/inversion/metodos](http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos)

[www.ambato.com](http://www.ambato.com)

[www.Tungurahua.gob.ec](http://www.Tungurahua.gob.ec)

[www.turismo.gob.ec/documentos/reportesCatastro/tungurahua\\_comidas.pdf](http://www.turismo.gob.ec/documentos/reportesCatastro/tungurahua_comidas.pdf)

## GLOSARIO

**Acervo:** Conjunto de bienes morales, culturales o materiales de una colectividad de personas.

**Emprendedor:** Que emprende con resolución acciones dificultosas.

**Factibilidad:** Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

**Idóneo:** Que tiene aptitud para alguna cosa. Adecuado, conveniente.

**Inversión:** Empleo de una cantidad de dinero en una cosa para conseguir ganancias.

**Monotonía:** Falta de variación que produce aburrimiento o cansancio.

**Insumo:** Conjunto de bienes que se utilizan para producir otros bienes.

**Temático:** Relativo al tema de cualquier materia. Que se ejecuta o dispone según un tema.

**Original:** Se aplica a la persona que produce obras o ideas nuevas y diferentes, que no son copia ni imitación de otras.

**Preferencia:** Inclinação favorable que se siente hacia una determinada persona o cosa.

**Rentabilidad:** Capacidad de producir un beneficio que compense la inversión o el esfuerzo que se ha hecho.

## ANEXOS

### Anexo: 1 Formato encuesta PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

#### Objetivo.

*Obtener información que nos permita conocer a nuestro cliente potencial, así como sus gustos y preferencias.*

*La información que proporcione será usada netamente con fines académicos, por lo que solicito responda con total libertad.*

*Marque con una **X** su respuesta.*

#### Datos informativos

##### 1. Su sexo es?

- Femenino  
 Masculino

##### 2. Su rango de edad está entre?

- 17 - 20 años  
 21 - 25 años  
 26 - 30 años  
 Mayor de 30 años

##### 3. Con qué frecuencia a la semana visita usted una cafetería?

- Una  
 Dos  
 Más de Tres  
 Ninguna

##### 4. Con quienes suele usted ir acompañado a estos sitios?

- Persona del mismo sexo  
 Persona del sexo opuesto  
 Grupo de amigos  
 Solo  
 Otro      ¿Cuál?.....

##### 5.Cuál de las siguientes bebidas consume con más frecuencia en una cafetería?

- Bebidas de Café  
 Milkshake  
 Coctel  
 Vino  
 Cerveza  
 Otro      ¿Cuál?.....

**6.Cuál de las siguientes comidas son de su preferencia?**

- Crepes
- Sándwiches
- Picaditas
- Postres
- Otro      ¿Cuál?.....

**7.Cuál es el rango monetario que usted generalmente invierte en este tipo de establecimientos?**

- \$1.00 - \$5.00
- \$5.01 - \$10.00
- Más de \$10.00

**8.Cuál de los siguientes factores, considera usted el más importante en este tipo de establecimientos?**

- Calidad
- Espacio acogedor
- Agilidad
- Servicio al cliente
- Otro      ¿Cuál?.....

**9. Escriba el nombre de la cafetería que visita con más frecuencia.**

.....

**10. Conoce de alguna cafetería que tenga un ambiente creativo en la ciudad de Ambato?**

- SI
  - NO
- Si su respuesta es SI escriba cual.....

**11. Le gustaría contar con una cafetería con la temática del mundo del cine?**

- SI
- NO

**12. Señale que otros servicios le gustaría encontrar en una cafetería?**

.....

*GRACIAS POR SU AYUDA*

## Anexo 2: Menú Cafetería Crème Brulée

<b>Sándwiches</b>	<b>Precio</b>
Sándwich au fromage(doble queso)caliente	2.20
Sándwich au jambon et au fromange(jamón y doble queso)caliente	2.50
Classique(jamón,queso,lechuga,tomate)	2.80
Classique spécial (jamón,queso,salami,champiñones)frío	3.60
Sándwich au thon(atún, pimientos,cebolla,lechuga,tomate)	3.20
Sándwich au poulet et a l'avocat(pollo,apio,salsa de aguacate,lechuga)	3.50
Sándwich au poulet grillé(pollo a la plancha,lechuga,tomate)	4.00
Perpignan(pernl,lechuga,tomate,cebolla)	3.40
Sándwich au jambon de dinde et au fromange(jamón de pavo,tocino,queso,lechuga,tomate)	3.80
<b>Crepes</b>	
Crepe con champiñones al vino, pimientos y espinaca	4.50
Crepe de pollo y champiñones	5.00
Crepe con jamón y queso	4.80
Crepe con gambas al vino	5.80
<b>Crepes de dulce</b>	
Crepe de banana fresas y nuez	3.60
Crepes con helado de chocolate,duraznos y fresas	3.90
Crepes con helado de vainilla y caramelo	3.80
Crepes de manzana con helado de vainilla y salsa de mora	3.70
<b>Bebidas calientes</b>	
Agua aromática	1.00
Té con limón	1.20
Café expresso	1.00
Café créeme	1.20
Café americano	1.20
Café late	1.50
Capuccino	1.60
Capuccino de amareto	2.30
Capuccino de menta	2.30
Capuccion de vainilla	1.80
Capuccino de fresa	1.80
Moccaccino	1.80
Café irlandés	2.50
<b>Bebidas Frías</b>	
Milkshake	1.70
Colas varias	0.60
Cerveza	1.50
Jugos	1.30
Agua mineral	0.70

<b>Ensaladas</b>	
Ensalada a la holandesa	5.50
Ensalada poulet grille	5.80
<b>Especiales</b>	
Pañuelos de pollo	3.50
Sopa de cebollas	4.50
Pasta al pesto	6.50
Pasta con gambas	7.50
Quiche(torta de jamón y tocino)	5.50

Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Trabajo de campo

### Menú Cafetería Marcelo's

<b>Sándwiches</b>	<b>Precio</b>
Queso	2.00
Jamón	2.25
Mixto	2.50
Mixto con huevo	3.00
Pollo	2.60
Pollo con aguacate	2.70
Pavo	3.50
Atún	2.50
Pernil de la casa	2.25
Olímpico(jamón,queso,pollo,ensalada rusa)	2.75
Mozarella(jamón,queso,pollo,mozarella)	3.00
Lomito de res	2.50
Luigi(jamón,carne,salami,queso,champiñón,aceituna,chorizo)	3.00
Barroluco(lomo fino, queso)	3.50
Marcelo's(jamón,queso,salami,pollo)	2.80
Cubano(jamón,salami, queso, pollo,tomate, cebolla,mayonesa)	2.80
Choripan(chorizo español,queso holandes)	3.00
Vegetariano(guarnición,ensalada,queso,aceitunas,aguacate)	3.00
Pepito(Lomo,tocino,papas,ensalada)	3.50
Arturo(lomo,chorizo,queso,papas,ensalada)	4.00
Submarino(jamón,salamiqueso,cebolla)	2.90
<b>Hamburguesas</b>	
Hamburguesa Simple	2.00
Hamburguesa Completa	2.25
Hamburguesa Especial	2.40
Hamburguesa Marcelo's	2.50
Hamburguesa Gigante	2.75
<b>Hot Dog's</b>	
Súper hot dog marcelo's	2.00
Hot dog Especial	2.50
Hot dog Marciano	3.00
Salchipapas	2.75
Papas con carne	2.50
Papas con pollo	2.75
<b>Picaditas</b>	
Marcelos's especial(papas,tomate,queso,jamón,salami,aceitunas,chorizo,camarón)	20.00
Marcelo's(jamón,queso,salami,aceitunas)	4.50
Lomito picado más papas y ensalada	4.00
Queso	1.20
Jamón	1.20

Aceitunas	1.20
Aguacate	0.60
<b>Entradas</b>	
Ceviche de camarón	6.50
Jamón enrollado	3.00
Aguacates con camarón	6.00
<b>Ensaladas</b>	
Ensalada rusa	2.00
Ensalada de la casa	3.00
<b>Especiales</b>	
Tablita marcelo's	10.00
Mar y tierra	11.00
Filet mignon	10.50
Lomo a la plancha	9.50
Lomo apanado	8.00
Carne a la parrilla	6.00
Churasco a la criolla	7.50
Bistec a la española	7.50
<b>Bebidas</b>	
Jugos de frutas	1.50
Batidos de frutas	1.70
Milkshake	2.00
Limonada	1.00
Especial Elvi	2.00
Colas varias	0.90
Cervezas varias	1.50
Agua mineral	0.90
Té helado	1.25
Té	1.00
Café en agua	1.20
Express	1.25
Chocolate	1.50
Aromáticas	1.00
Té de infusión	1.50
Té en leche	1.25
Café con leche	1.50
Café marcelo's	1.80
Capuchino	1.50
Mocachino	1.60
Frapuchino	1.80
Café helado	3.50
Ponche especial	2.50
Café de cacao	3.30
Irish Coffee	5.00

<b>Cocktails</b>	
Marcelo's-Pelotazo	3.25
Tom Collins	3.00
Alexander	3.00
Amareto	2.70
Vino hervido	2.50

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

## Menú Cafetería Candie's

<b>Sándwiches</b>	<b>Precio</b>
Tostadas calientes	1.50
Jamón	1.50
Queso	1.50
Mixta con huevo frito	1.95
Sándwiches fríos	
Mix(jamón,queso holandes,salame ahumado)	2.65
Cool chicken(pollo,pimiento)	2.65
Tuna(atún,pimiento)	2.65
Mix pollo(Pollo,jamón,queso)	2.95
Vegetariano(champiñones,queso,lechuga,pimiento)	2.85
Chicken house(filete de pollo)	3.45
BBQ Chicken(filete de pollo en salsa BBQ)	3.85
Chicken honguito(Filete de pollo en salsa de champiñones)	3.90
Lomito(Corte fino de carne y tocino)	3.45
House Club(Corte fino de carne,jamón, pimiento y tocino)	4.30
Lomito Ranchero(Filete de carne,tocino,huevo frito)	3.90
<b>Hamburguesas</b>	
Simple	2.30
Con queso	2.60
Doble	3.15
<b>Crepes de dulce</b>	
Nutella Clásico	2.95
Nutella Strawberry Dip	2.95
Sussete	2.85
Orange Nut	2.95
Peaches	2.85
Arequipe Nut	2.85
Arequipe Strawberry	2.95
<b>Crepes de sal</b>	
Cásico	
Supremo	2.95
Jamonada	2.95
Casero	2.95
Forastero	3.65
Magnífico	3.65
Bacon	3.95
Dumbo	4.35
Magnífico supremo	3.95
<b>Ensaladas y picadas</b>	
Ensalada in da house	3.65
Chicken salad	3.95

Pica Pica(jamón,queso,nachos,papas)	4.25
Tabla(carne,pollo,queso,jamón,aceitunas,pickles)	7.90
<b>Bebidas Calientes</b>	
Capuchino	1.00
Capuchino vainilla	1.00
Mokachino	1.00
Latte	1.00
Tradicional	0.65
Expreso	0.65
Té caliente	0.65
Té de frutas	1.20
Chocolate	1.00
<b>Bebidas frías</b>	
Milkshake	1,60
Jugos	1.00
Colas	0.60
Agua sin gas	0.60
Agua con gas	0.70
Nestea	0.90
<b>Cocteles</b>	
Amaranar	2.35
Alexander	2.35
Limonchelo	2.35
Tequila sunrise	2.35

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Trabajo de campo

### Anexo 3 Mobiliario y equipo

<b>Muebles y Enseres</b>			
Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Costo total
Mesas cuadradas	10	163.1	1631
Mesas redondas	2	117.98	235.96
Sillas	68	61.77	4200.36
Mueble de cocina	1	160	160
Estanterías	1	80	80
Barra	1	450	450
<b>TOTAL</b>			<b>6757.32</b>

<b>Equipo de Cocina</b>			
Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Costo total
Cocina 4 quemadores	1	269.00	269.00
Refrigeradora	1	439.00	439.00
Refrigerador Panorámico	1	499.00	499.00
Microondas	1	109.00	109.00
Batidora Manual	1	27.64	27.64
Batidora para milkshake	1	64.36	64.36
Sanduchera	1	97.00	97.00
Extractor de olores	1	175.00	175.00
Licuadaora	1	54.00	54.00
Procesador	1	12.63	12.63
Cuchillo eléctrico	1	27.26	27.26
Tostadora	1	28.31	28.31
Tetera eléctrica	1	33.50	33.50
Horno pequeño	1	69.00	69.00
Cafetera	1	139.00	139.00
<b>TOTAL</b>			<b>2043.70</b>

<b>Equipo de oficina</b>			
Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Costo total
Calculadora	1	4.90	4.90
Teléfono	1	15.50	15.50
Plasma 32"	3	465.00	1395.00
Minicomponente	1	39.99	39.99
<b>TOTAL</b>			<b>1455.39</b>

<b>Equipo de Computo</b>			
Descripción	Cantidad	Precio Unit.	Costo total
Caja registradora	1	450.00	450.00
Computadora	1	539.00	539.00
Impresora	1	58.00	58.00
<b>TOTAL</b>			<b>1047.00</b>

<b>Menaje</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Costo total</b>
Vajilla 20 pz.	12	17.90	214.80
Vasos gaseosas/agua	60	0.54	32.40
Vasos cerveza	36	4.53	163.08
vaso largo coctel	36	0.96	34.56
Vaso milkshake	36	3.37	121.32
Vaso coctel	24	0.54	12.96
Set de copas vino 12 pz.	6	17.35	104.10
Juego de 18 copas coctel	2	24.9	49.80
Copas postre	36	3.16	113.76
Copas Martini	24	4.07	97.68
Pirex 8pz.	1	33.90	33.90
Set de cuchillos	1	44.00	44.00
Tabla de picar	2	5.50	11.00
Sartenes 3 pzas.	1	16.90	16.90
Planchas grill	1	16.80	16.80
Cubiertos 16 piezas	12	9.90	118.80
Set de Espátulas	1	9.00	9.00
Jarras	2	1.42	2.84
Ollas 7 piezas	1	69.00	69.00
Recipientes plásticos 30 pzas.	1	11.00	11.00
Batería de cocina 8 pz.	1	125.00	125.00
Cuchara helado	1	3.63	3.63
Tijeras de cocina	1	2.4	2.4
Saleros	10	2.02	20.2
Pimenteros	10	2.02	20.2
Salseros	20	1.34	26.8
<b>TOTAL</b>			<b>1475.93</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

**Anexo 4:**  
**Determinación de costos**

<b>SANDWICHES</b>			
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Costo Unit.</b>
Indiana Jones	1	pan	0.3
	25 gr	jamón	0.15
	25 gr	queso	0.27
	2	rodajas de tomate	0.1
	2	hojas lechuga	0.05
	2 cdas	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>0.97</b>
Superman	1	pan	0.3
	25 gr	jamón	0.15
	25 gr	queso	0.27
	15 gr	tocino	0.3
	1	huevo	0.08
	2	rodajas de tomate	0.1
	2	hojas lechuga	0.05
	2 cdas	mayonesa	0.1
	1 cdas.	mostaza	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.45</b>
Misión Imposible	1	pan	0.3
	50 gr	lomo	1.5
	25 gr	jamón	0.15
	25 gr	queso	0.27
	15 gr	tocino	0.3
	1	huevo	0.08
	2	rodajas de tomate	0.1
	1	hojas lechuga	0.05
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>2.85</b>
Batman	1	pan	0.3
	50 gr	lomo	1.5
	25 gr	queso	0.27
	1	pimiento	0.05
	1	cebolla	0.05
	1 cda.	Salsa de soya	0.1
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>2.37</b>
Titánic	1	pan	0.3
	20 gr	atún	0.45
	1	cebolla	0.05
	1	aguacate	0.2
	2	rodajas de tomate	0.1
	2	hojas lechuga	0.05
	1 cda.	mostaza	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.25</b>
007	1	pan	0.3
	50 gr	pollo	0.7
	2	tomate	0.1
	2	hojas lechuga	0.05
	1	cebolla	0.05
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.3</b>

Star Wars	1	pan	0.3
	30gr	pernil	0.37
	25gr	queso	0.27
	1	hojas lechuga	0.05
	1	cebolla	0.05
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.14</b>
Harry Potter	1	pan	0.3
	50 gr	pollo	0.7
	25 gr	queso	0.27
	15 gr	tocino	0.3
	1	hojas lechuga	0.05
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.72</b>
Rambo	1	pan	0.3
	25 gr	pollo desmenuzado	0.7
	1	cebolla	0.05
	2 cdas.	mayonesa	0.1
	1 cda.	mostaza	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.25</b>
Avatar	1	pan	0.3
		lomo	1.5
	25 gr	queso	0.27
	3	rodajas tomate	0.1
	1	cebolla	0.05
	2	champiñones	0.05
	1cda.	salsa de tomate	0.1
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>2.47</b>
Terminator	1	pan	0.3
		lomo	1.5
	10 gr	cebolla frita	0.1
	1	huevo	0.08
	25 gr.	queso fundido	0.27
<b>Costo total</b>			<b>2.25</b>
El padrino	1	pan	<b>0.3</b>
	25 gr	Pollo	0.7
	1	aguacate	0.25
	3	rodajas tomate	0.1
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.45</b>
Volver al futuro	1	pan	0.3
	25 gr	pollo	0.7
	20 gr	tocino	0.3
	25 gr	queso	0.27
	3	champiñones	0.05
	2 cdas.	mayonesa	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.72</b>
<b>Costo total sándwiches</b>			<b>22.19</b>
<b>Costo Promedio</b>			<b>1.71</b>

<b>CREPES</b>			
Crepes con salsa de chocolate	1	Crepe	0.1
	60 gr.	Helado	0.15
		Salsa de Chocolate	0.1
<b>Costo total</b>			<b>0.35</b>
Crepes de crema pastelera	1	Crepe	0.1
	40 gr.	Crema pastelera	0.15
	1 cda.	Mermelada	0.05
		Azucar impalpable	0.01
<b>Costo total</b>			<b>0.31</b>
Crepes de chocolate y banano	1	Crepe	0.1
	25 gr.	Banano	0.05
		Salsa de chocolate	0.1
		Azucar impalpable	0.01
<b>Costo total</b>			<b>0.26</b>
Crepes de chocolate con fresas	1	Crepe	0.1
	25 gr.	Fresas	0.08
		Salsa de chocolate	0.1
		Azucar impalpable	0.01
<b>Costo total</b>			<b>0.29</b>
Crepes de Parmesano	1	Crepe	0.1
	25 gr.	Queso mozzarella	0.27
		Cebolla	0.05
	10 gr.	Queso parmesano	0.1
	1cda.	Mantequilla	0.05
	2cdas.	Crema de leche	0.1
		Sal	0.01
<b>Costo total</b>			<b>0.68</b>
Crepe de pollo y champiñones	25 gr.	Pechuga deshuesada	0.35
	10 gr.	Champiñones	0.1
	1 cda.	Mantequilla.	0.1
	10 gr.	Queso	0.15
	1/2tz.	Crema de leche	0.15
		Pimentón rojo	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.9</b>
Crepes de carne	25 gr.	Lomo troceado	0.75
	20 gr.	Jamón	0.1
	10 gr.	Queso parmesano	0.1
	1/2 tz.	Salsa blanca	0.1
<b>Costo total</b>			<b>1.05</b>
<b>Costo total crepes</b>			<b>3.84</b>
<b>Costo promedio crepes</b>			<b>0.54</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

<b>PICADITAS</b>			
Tablita simple	25 gr.	Queso	0.27
	25 gr.	Jamón	0.15
		Aceitunas	0.1
		Salsas	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.57</b>
Tablita especial	25 gr.	Queso	0.27
	25 gr.	Jamón	0.15
	15 gr.	Salami	0.4
		Papas	0.15
		Salsas	0.05
<b>Costo total</b>			<b>1.02</b>
Tablita VIP	25 gr.	Queso	0.27
	25 gr.	Jamón	0.15
	15 gr.	Salami	0.4
		Papas	0.15
	6 unid.	Alitas	0.4
		Aceitunas	0.1
		Salsas	0.05
<b>Costo total</b>			<b>1.52</b>
<b>Costo total tablitas</b>			<b>3.11</b>
<b>Costo promedio tablitas</b>			<b>1.04</b>
<b>TOTAL COSTO PRODUCTOS</b>			<b>29.14</b>
<b>PROMEDIO TOTAL</b>			<b>1.27</b>

Elaborado por: Juan Andrade

Fuente: Investigación

<b>BEBIDAS</b>			
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Costo</b>
Café latte		Café	0.05
		Leche	0.1
		Azúcar	0.03
<b>Costo total</b>			<b>0.18</b>
Capuchino		Café	0.05
		Leche	0.1
		Crema	0.08
		Azúcar	0.03
		Canela	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.31</b>
Mokachino		Café	0.05
		Leche	0.1
		Crema	0.08
		Azúcar	0.03
		Chocolate	0.05
		Canela	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.36</b>
Irish Coffe		Café	0.05
		Whisky	0.26
		Crema	0.08
		Amaretto	0.27
		Azúcar	0.03
	Canela	0.05	
<b>Costo total</b>			<b>0.74</b>

Café Corretto		Café	0.05
		Agua	0.05
		Cognac	0.6
		Azúcar	0.03
		Crema	0.08
<b>Costo total</b>			<b>0.81</b>
Café Amaretto		Café	0.05
		Agua	0.05
		Azúcar	0.03
		Amaretto	0.27
<b>Costo total</b>			<b>0.4</b>
Chocolate		Leche	0.1
		Azúcar	0.03
		Chocolate	0.1
		Canela	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.28</b>
Té		Agua	0.05
		Té	0.04
		Limón	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.14</b>
Jugos de frutas		Fruta	0.25
		Azúcar	0.04
		Agua	0.13
<b>Costo total</b>			<b>0.42</b>
Limonada		Limón	0.05
		Agua	0.05
		Azúcar	0.04
<b>Costo total</b>			<b>0.14</b>
Té helado		Nestea	0.15
		Hielo	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.2</b>
Milkshake		Leche	0.1
		Fruta	0.25
		Helado	0.2
		Azúcar	0.04
<b>Costo total</b>			<b>0.59</b>
<b>Costo total bebidas</b>			<b>4.57</b>
<b>Costo promedio bebidas</b>			<b>0.33</b>

Elaborado por: Juan Andrade

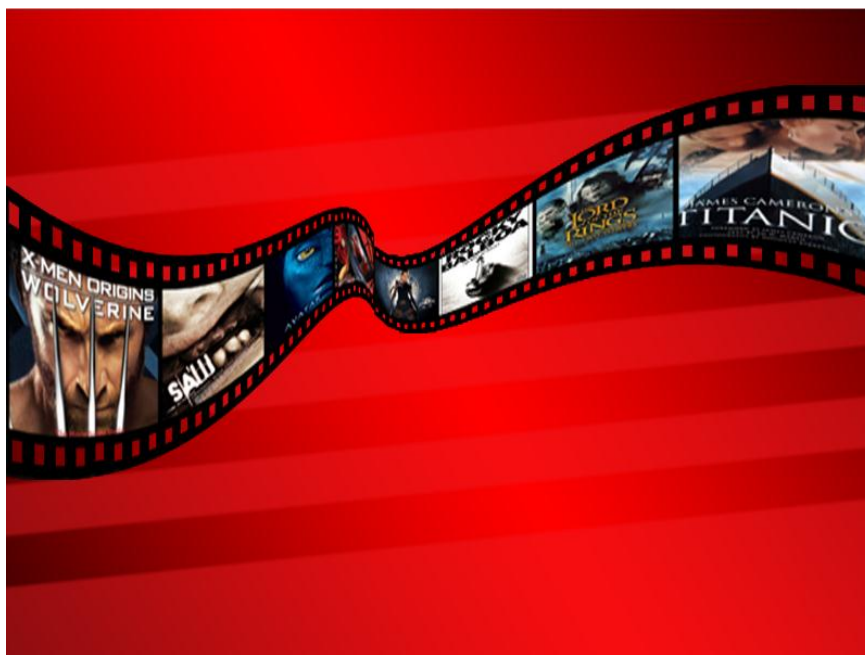
Fuente: Investigación

COCTELES			
Margarita	2 onz.	Tequila	0.60
	1/4 onz.	Zumo de limón	0.1
		Sal	0.01
<b>Costo total</b>			<b>0.71</b>
Cosmopolitan	2 onz.	Vodka	0.5
	1/4 onz.	Zumo de limón	0.1
	1/4 onz.	Zumo de arándanos	0.1
<b>Costo total</b>			<b>0.7</b>
Alexander	1.5 onz.	Crema de leche	0.25
	1 onz.	Crema de cacao	0.25
	1 onz.	Brandy	0.4
		Canela	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.95</b>

Cuba libre	2 onz.	Ron negro	0.3
	1/4 onz.	Zumo de limón	0.05
	2 onz.	Cola	0.15
<b>Costo total</b>			<b>0.5</b>
Padrino	1.5 onz.	Whisky	0.5
	1/2 onz.	Brandy	0.2
		Hielo	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.75</b>
Daiquiri	1.5 onz.	Ron	0.3
		Limón	0.1
		Granadina	0.1
		Azucar impalpable	0.05
<b>Costo total</b>			<b>0.55</b>
Piña colada		Ron	0.3
		Crema de coco	0.3
		Jugo de piña	0.1
<b>Costo total</b>			<b>0.7</b>
<b>Costo total Cocteles</b>			<b>4.86</b>
<b>Costo Promedio Cocteles</b>			<b>0.69</b>
<b>TOTAL COSTO BEBIDAS</b>			<b>9.43</b>
<b>PROMEDIO TOTAL BEBIDAS</b>			<b>0.4</b>

Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Investigación

Anexo 5:



Elaborado por: Juan Andrade



Elaborado por: Juan Andrade

### Movie House Pizza (Quito)



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Movie house pizza



Elaborado por: Juan Andrade  
Fuente: Movie house pizza



www.moviehousepizza.com  
 Delivery & To Go:  
 3-317-612 / 3-316-758

900 years old and still  
 kicking Butt...!!!  
 "Yoda Master - Star Wars 1973"

**MOVIE HOUSE  
 Pizza**

Movie House Pizza te desea un Feliz Cumpleaños  
 y Esperamos que festejes a lo Grande !!!

Recibe GRATIS Una Orden de Pan de Ajo Familiar o Una Ensalada Tradicional Familiar  
 o Bebida GRATIS. Por la Compra de Cualquiera de Nuestras Pizzas

Regístrate en [www.moviehousepizza.com](http://www.moviehousepizza.com) y recibe totalmente GRATIS tu PIZZACARD !!!

comentar | Local No.1 Vasco de Contreras 555 y Hernandez de Girón (Sector Mañosca y Col. San Gabriel) | Etique

Elaborado por: Juan Andrade  
 Fuente: Movie house pizza

**MOVIE HOUSE  
 Pizza**

"Que la  
 pizza, este  
 contigo !!!"

OBI-WAN KENOBI "STAR WARS 1977"

DELIVERY & TO GO  
 FALTAN POCOS DÍAS...  
 QUITO - ECUADOR

Elaborado por: Juan Andrade  
 Fuente: Movie house pizza