



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresa

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Plan de negocio para la creación de la cafetería Coffee Time en la ciudadela San Felipe
de la Ciudad de Guayaquil”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de
Empresas

Autora:

Jordana Lizbeth Alvarado Carpio

Tutora:

Lcda Evelyn de la Llana

Guayaquil-Ecuador

2020



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresa

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Plan de negocio para la creación de la cafetería Coffee Time en la ciudadela San Felipe
de la Ciudad de Guayaquil”

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de
Empresas**

Autora:

Jordana Lizbeth Alvarado Carpio

Tutora:

Lcda. Evelyn De la Llana

Guayaquil-Ecuador

2020

Reconocimiento De Responsabilidad

Yo, **Jordana Lizbeth Alvarado Carpio**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresa titulado: **“Plan De Negocio para la creación de la Cafetería Coffee Time En La Ciudadela San Felipe De La Ciudad De Guayaquil”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Jordana Lizbeth Alvarado Carpio

C.I. 0952243046

Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaria).

Copia a color de: Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación

Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Lcda. Evelyn de la Llana, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, cuyo tema es: **“Plan de negocio para la creación de la cafetería Coffee Time en la Ciudadela San Felipe de la ciudad de Guayaquil”**, fue elaborado por la señorita **Jordana Lizbeth Alvarado Carpio**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Lcda. Evelyn de la Llana

Licenciada

Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada para aquellas personas que me incentivaron dentro de este largo proceso, entre las que destaco a mi papa por todo su apoyo y palabras de aliento dentro de los momentos más complejos.

A mi tía Nelly Alvarado por darme el sustento y los medios para poder crecer profesionalmente.

A mis amigos que estuvieron alentando día a día, mi formación para culminar con el logro de este objetivo.

Jordana Lizbeth Alvarado Carpio

Índice De Contenido

1. Introducción	1
Problema de investigación.....	4
Objetivo	4
Descripción del trabajo:.....	5
2. Capítulo I- Fundamentación.....	6
2.1. Marco histórico	6
2.1.1 Breve Historia de las Cafeterías	6
2.1.2 Cafeterías en Ecuador	6
2.1.3 Cafeterías en Guayaquil.....	8
2.1.4 Breve evolución histórica de los planes de negocio	10
2.2 Marco teórico	11
2.2.1 Definición de Administración por diversos autores	11
2.2.2 Definición de la Planeación por diversos autores	11
2.2.3 Definición de Plan de negocios según varios autores.....	12
2.2.4 Estructura del Plan de negocios según varios autores	13
2.4 Marco legal	17
2.4.1 Constitución de la República del Ecuador	17
2.4.2 Toda Una Vida. Plan Nacional De Desarrollo 2017-2021	18
2.4.4 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Copci	18
2.4.5 Ley de Orgánica de Salud:	20
2.4.6 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación	20
Ley de Propiedad Intelectual	20
2.4.7 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	21
2.4.8 Permisos para funcionamiento:	22
2.4.9 Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA ..	23
2.4.10 Permiso Tasa de habilitación.....	23
2.4.11 Permiso del Cuerpo de Bomberos	23
3. Capítulo II - Marco Metodológico.....	24
3.1. Tipo de Enfoque	24

3.2 Tipo de estudio.....	24
3.3. Métodos	25
3.4 Análisis de los resultados	28
3.5 Herramientas de análisis	39
4.Capitulo III - Desarrollo de la propuesta	43
4.1 Título de la propuesta.....	43
4.2 Objetivo de la propuesta.....	43
4.3 Descripción de la propuesta.....	44
4.3.1 Estudio de mercado	45
4.3.2 Estudio Técnico.....	48
4.3.3 Estudio Financiero.....	50
4.3.4 Estudio Organizacional.....	66
4.3.5 Plan operativo.....	71
4.3.6 Plan de Marketing.....	72
4.4 Factibilidad de aplicación	73
4.4.1 Factibilidad Legal.....	73
4.4.2 Factibilidad Ambiental	73
4.4.3 Factibilidad Financiera	73
4.4.4 Factibilidad Operativa	73
4.4.5 Factibilidad Tecnológica.....	73
4.5. Resultados esperados.....	74
4.5.1 Socialmente	74
4.5.2 Económicamente	74
5. Conclusión	75
6. Recomendaciones	76
7. Bibliografía.....	77
8. Anexos	78

Índice De Tablas

Table 1- Resultados y encuestas	29
Table 2- Resultados y Encuestas	30
Table 3- Resultados y encuestas	31
Table 4- Resultados y encuestas	32
Table 5- Resultados y encuestas	33
Table 6- Resultados y encuestas	34
Table 7- Resultados y encuestas	35
Table 8- Resultados y encuestas	36
Table 9- Resultados y encuestas	37
Table 10- Resultados y encuestas	38
Table 11- Pest	39
Table 12- Proveedores	46
Table 13- Equipos	48
Table 14- Activos Fijos	51
Table 15- Activos diferidos	52
Table 16- Depreciación	53
Table 17- Estado de Situación Inicial	54
Table 18- Rol de pago	55
Table 19- Gastos administrativos	56
Table 20- Desglose de prestamo	57
Table 21- Costos	58
Table 22- Presupuesto	59
Table 23- Ganancias	61
Table 24- Estado de P Y G	63
Table 25- Flujo de caja	64
Table 26- Van y TIR	65
Table 27- Plan operativo	71
Table 28- Plan de Marketing	72

Índice De Gráficos

Gráfico 1- Asistencia a cafeterías	29
Gráfico 2- Frecuencia a cafeterías	30
Gráfico 3- Cafeteria más visitadas	31
Gráfico 4- Promedio de consumo	32
Gráfico 5- Disponibilidad para asistencia a cafeterias	33
Gráfico 6- Acompañamiento	34
Gráfico 7- Factores.....	35
Gráfico 8- Atributos	36
Gráfico 9- Implementation de cafeteria	37
Gráfico 10- Canales de comunicación	38

Índice De Imágenes

Imagen 1- Foda.....	40
Imagen 2- Capa.....	41
Imagen 3- Canales de distribución.....	47
Imagen 4- Centro Comercial San Felipe	49
Imagen 5- C.C. San Felipe	49
Imagen 6- Logo.....	66
Imagen 7- Organigrama	67

Índice De Anexos

Anexo 1- Encuesta	78
Anexo 2- Guía de Observación	80
Anexo 3- Registro de observación.....	81

Informe Del Urkund

Resumen

La ciudadela San Felipe es una zona que no cuenta con muchos comercios y aunque pese a la implantación de un nuevo centro comercial denominado San Felipe Shopping, carece de locales que brinden servicios de cafetería. Por ello ante la evidente necesidad se propone la creación de una cafetería denominada Coffee Time, enfocada en cubrir la demanda de aquellos habitantes que desean contar con un ambiente para trabajar, estudiar, o simplemente para recreación acompañado de café y demás snacks, cuya implementación sería por medio de la elaboración de un plan de negocio que permita obtener los márgenes de cuál sería la viabilidad y realización del proyecto en dicha zona. A lo largo de la investigación fueron empleadas diferentes métodos y metodologías que permitieron poder obtener las diversas características y cualidades de los consumidores, así como establecer diversos factores como recursos que son necesarios para la realización del proyecto.

Palabras claves: Plan de negocio – Planeación - Cafetería

Abstract

The San Felipe citadel is an area that does not have many shops and although despite the implementation of a new shopping center called San Felipe Shopping, it lacks premises that provide cafeteria services. Therefore, in the face of the obvious need, it is proposed to implement a café called Coffee Time, focused on meeting the demand of those inhabitants who want to have an environment to work, study, or simply for recreation accompanied by coffee and other snacks, the creation of which would be through the elaboration of a business plan that allows to obtain the margins of what would be the feasibility and realization of the project in that area. Throughout the research, different methods and methodologies were employed that allowed to obtain the various characteristics and qualities of consumers, as well as establish various factors as resources that are necessary for the realization project.

Keywords: Business Plan – Planning – Coffee Shop

1. Introducción

Por medio del presente trabajo se va a determinar si existe la factibilidad para la creación de una cafetería en la Ciudadela San Felipe de Guayaquil. La misma que estará enfocada a brindar un ambiente agradable, con un talento humano de excelente presencia, un atractivo innovador y no existente en negocios de este tipo.

El mercado se encuentra compuesto por consumidores internos que están acostumbrados en su mayoría a consumir en casa las soluciones instantáneas de café que expenden en tiendas y supermercados, existiendo también la opción de consumirlo en cafeterías, para un desayuno rápido.

Sin embargo, la tendencia de los últimos 4 años es de un mercado creciente que consume el café en horarios distintos al desayuno y con otros objetivos, como las reuniones sociales, empresariales y familiares, es decir consumen un “café social”, para lo cual buscan cafeterías que les brinden un ambiente relajado y apropiado para este tipo de reuniones, concepto que antes no se hubiese imaginado, ya que el clima cálido de esta ciudad no suele relacionarse con el consumo de bebidas calientes.

Dentro del concepto del “café social”, existen pocas opciones en la ciudad de Guayaquil, siendo las principales Café “Sweet & Coffee” y Café “Valdez”, que tienen alto nivel de recordación entre los consumidores. También se encuentra a “Café de Tere”, pero están enfocados más a la entrega de desayunos que a la de un “café social”, dado que su horario de atención se restringe únicamente a la mañana.

Existen también cafeterías de menor importancia, que están enfocadas exclusivamente a brindar desayunos, su ambiente no se presta para reuniones. En el caso de Sweet & Coffee, la introducción de cambios en las costumbres del consumidor guayaquileño ha llevado a que ahora se encuentren locales de café ubicados no solamente como restaurantes independientes y dentro de Centros Comerciales, sino también dentro de gasolineras, supermercados, aeropuertos y universidades, todos con un ambiente apropiado de restaurant y que permiten que los consumidores puedan disfrutar de un ambiente adecuado mientras se degusta el café con algún bocadito de dulce o sal.

El concepto de negocio “**Coffee time**” es una cafetería que espera vender el concepto de “café social”, en el cual las personas asisten a degustar un buen café acompañado de sus amistades o socios de negocio, por medio del ambiente que se espera brindar, propicio para efectuar reuniones; siendo el valor agregado es que disfruten de un buen momento.

El negocio estará ubicado en la ciudadela San Felipe, en el norte de Guayaquil, zona de alto tráfico de personas, que cuenta también con centros comerciales, bancos, comisariatos y otro tipo de negocios. Específicamente, se alquilará un local en el centro comercial San Felipe, y su horario de operaciones será de 8h00am a 20h00 pm.

Gran parte del enfoque de este proyecto estaría dirigido a los estudiantes, trabajadores y habitantes dentro de la ciudadela San Felipe y sus alrededores, garantizando una agradable experiencia al momento de degustar los productos que ofrecería la cafetería Coffee Time.

Como parte del valor agregado para los clientes, mientras consumen los productos estarían:

- Música instrumental y un ambiente climatizado
- Acceso a Internet inalámbrico sin costo (con clave proporcionada por la administración).
- Música en vivo los viernes y sábados (2 veces al mes)
- Servicio a domicilio

En lo que respecta a tamaño de mercado según el INEC (2010), la población del cantón Guayaquil es de 2,950,915 habitantes, siendo la población urbana de 2,278,691 habitantes.

La población a la que se enfocará las técnicas de recopilación de datos, para efectos de tomar la muestra y analizar al mercado meta, es la cantidad de habitantes de la parroquia Tarqui, que corresponde al 21% aproximadamente de la población urbana (478,525 habitantes), en donde está ubicada la ciudadela San Felipe y ciudadelas aledañas.

Dentro del concepto del “café social”, existen pocas opciones en la ciudad de Guayaquil, siendo las principales Café “Sweet & Coffee” y Café “Valdez”, que tienen alto nivel de recordación entre los consumidores. Otras cafeterías conocidas son la del Hotel Oro Verde, El Español, L’Petit Café (Spa Café), La Palma, Plaza Café y Café de Tere. Dado que el proyecto está dirigido al sector San Felipe y sectores cercanos en Guayaquil, se ha tomado como competencia directa a Sweet and Coffee, Café Juan Valdez, El Español y Plaza Café.

“Coffee Time” busca brindar a los clientes un ambiente agradable con el concepto de “café social” que se traducirá en una cafetería para reuniones sociales, de negocios y familiares, con precios más accesibles que los de la competencia y con un ambiente diferente, a fin de lograr el funcionamiento del negocio captando una importante cuota de mercado y lograr la rentabilidad en el primer año de funcionamiento.

El plan de negocio de la cafetería “**Coffee time**” resolverá la necesidad de más alternativas de cafeterías en el norte de Guayaquil, que brinden el concepto de tener a disposición un lugar donde pasar un momento ameno con sus amistades mientras degusta un buen café, y también podrán disfrutar de un momento de relax ya sean solos o con sus familias, que incluirá la presentación de música en vivo en días estratégicos.

Se ha desarrollado el concepto de “café social” en Guayaquil, es decir un lugar donde se deguste un café acompañado de bocaditos dulces o de sal, al tiempo que se realizan reuniones familiares y sociales, de amistades o de negocios, sin embargo en la ciudadela San Felipe en el norte de Guayaquil hay pocas alternativas como Sweet & Coffee, Café Valdez y Plaza Café, los dos primeros ubicados en el centro comercial CityMall y el tercero en el centro comercial Plaza Mayor.

No obstante, son locales bastante pequeños, no ofrecen mucha variedad de tipos de café y de acompañantes salados o dulces, los precios de sus productos resultan elevados, y ofrecen un ambiente estándar para reuniones y consumo de sus productos. Además, en las reuniones sociales y familiares, muchas veces hay personas que no

gustan del café entre los que sí les gusta, sin embargo las cafeterías existentes ofrecen en forma restringida las alternativas de bebidas al café, como lo son el té, agua aromática y agua normal (con gas y sin gas), y los que ofrecen jugos tienen una limitada cantidad de sabores o simplemente no lo ofrecen.

Por medio de la implantación de esta idea de negocio lo que se busca es resolver el problema de una demanda insatisfecha de consumidores que buscan cafés y acompañantes salados o dulces a precios más accesibles.

Como parte de los retos profesionales la autora del proyecto considera la puesta en marcha de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, permitiendo poder obtener un adecuado control y monitoreo tanto de los procesos, así como del personal que se encuentre a cargo, con la única finalidad de poder alcanzar los objetivos que sean planteados al momento de poner en marcha el proyecto de cafetería Coffee Time.

En base a la información expuesta nos planteamos el siguiente problema de investigación:

Problema de investigación

¿Cómo crear una cafetería en la ciudadela San Felipe en la ciudad de Guayaquil?

Objetivo

Elaborar un plan de negocio para la creación de una cafetería “coffee time”, en la ciudadela San Felipe de la ciudad de Guayaquil.

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo la elaboración de un plan de negocio, misma que es una herramienta indispensable para obtener un referente de cuáles serían los diferentes factores, así como recursos que rigen al proyecto. Además de la estipulación de ciertos parámetros o actividades que deberán llevarse a cabo por parte de la persona dueña de la idea de negocio, obteniendo como único objetivo, lograr su realización.

Descripción del trabajo:

El presente trabajo investigativo se compone de 3 capítulos:

- Capítulo I- Fundamentación
- Capítulo II- Marco Metodológico
- Capítulo III- Desarrollo de la propuesta

En el primer capítulo se analizan los antecedentes históricos del problema de investigación, se abaliza la base legal tal como la constitución, la ley de propiedad intelectual para poder crear una cafetería y además que se analizaron las teorías fundamentales para poder realizar la investigación, en el capítulo 2 se plantean los aspectos metodológicos y en el capítulo 3 se presenta una propuesta que constituye un plan de negocio para la creación de una cafetería en la ciudadela San Felipe de la ciudad de Guayaquil.

2. Capítulo I- Fundamentación

2.1. Marco histórico

2.1.1 Breve Historia de las Cafeterías

Las primeras cafeterías comenzaron en Estambul en la década de 1550, cuyo número rápidamente creció. Dichos establecimientos eran puntos de encuentro para los turcos quienes se reunían a discutir temas de hombres y de esta manera poder escapar de la vida cotidiana. Si bien los sultanes intentaron en muchas ocasiones prohibir las cafeterías, no lograron obtener resultados positivos, puesto que eso hubiese perjudicado el alto impuesto que obtenía del comercio del café en Europa y los territorios del Imperio otomano.

Pronto la costumbre de las cafeterías exclusivamente para turcos se extendió por los territorios de los Balcanes ocupados por ellos y se presume que el concepto entró a la Europa cristiana a través del Reino de Hungría, puesto que éste fungía constantemente de mediador entre el Sacro Imperio Romano Germánico y el Imperio Otomano.

Una de las primeras cafeterías europeas establecidas siguiendo el modelo turco fue “La Bottega del Caffé” en 1624, en Venecia. Posteriormente el concepto se extendió ampliamente por Europa y en 1652 fue instalada en París la primera de las posteriormente famosas cafeterías parisinas con el nombre de café procope, frecuentada por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau, Benjamín Franklin, entre otros.

Empresas internacionales como starbucks han popularizado el concepto y cultura del café instalando unas 5.000 cafeterías en todo el mundo, inspirados en las cafeterías más bellas del mundo donde se encuentran en la Ciudad Luz, París las más antiguas y famosas.

2.1.2 Cafeterías en Ecuador

Los hechos artísticos en combinación con los hechos políticos de América Latina, se manifiestan en peñas culturales, convirtiéndose luego en locales comerciales de diversión, para manifestaciones artísticas, culturales y de ocio. En nuestra sociedad en el inicio republicano, debido a la búsqueda de la intimidad combinada con la necesidad de desarrollo cultural se fue creando sitios entre ellos los Cafés o Cafeterías, en donde se pudiera dar cabida a las

costumbres, a las tertulias, a las expresiones artísticas, del ocio y la bohemia. Con el desarrollo y expansión de las ciudades, estos espacios fueron saliendo a la luz, los mismos que combinaban los hechos culturales y sociales que son los que caracterizan a estos sitios. En los años 50 se empezaron a crear varios lugares, como:

- 1950 – 1958 Café Cultural de la República
- 1950 – 1960 Café Cultural “77” en Quito
- 1970 Café Cultural “Quito” en Guayaquil
- 1970 Café Cultural “88” en Latacunga
- 1972 Café y Teatro “TAF” en Quito
- 1972 Café Cultural “Trovador” en Quito

Otra cafetería de gran tradición guayaquileña es “La Palma” reconocida por sus postres, pasteles, tostadas acompañados por su café filtrado. Esta cafetería se ha mantenido por mucho tiempo en el mercado no solo por la variedad de productos; sino por su fácil acceso económico y atención al cliente.

“Café Bombon’s” es una cafetería especializada en tortas que pueden ser personalizadas, según las necesidades del cliente. Cuenta con una variedad en bocaditos de sal y de dulce que pueden ser el complemento para grandes ocasiones; desde un cumpleaños a una reunión entre amigos.

Una nueva propuesta en cuanto a repostería y bebidas se trata la tiene “Bendito Cacao”, un establecimiento donde su principal ingrediente es el chocolate amargo; que sirve como base para todos los productos que ofrece. A pesar del poco tiempo que lleva en el mercado ha cautivado a varios clientes.

Sin duda alguna, una de las mayores cafeterías que ha demostrado su posicionamiento en el mercado es “Sweet and Coffee” y esta se la puede encontrar inclusive en las gasolineras. Esta cafetería se destaca por su gran variedad de bebidas frías y calientes, postres, bocaditos y la calidad de servicio que brindan. Cabe recalcar que esta es una empresa comprometida con

la comunidad en la que se desarrolla, por lo que ha creado proyectos sociales y ambientes con un gran impacto positivo.

2.1.3 Cafeterías en Guayaquil

Las cafeterías no solían ser un sitio accesible para todo público, solo quienes tenían un poder económico alto podían acudir a estos sitios ya que se encontraban dentro de los hoteles de Guayaquil o dentro de los clubes sociales. En el año de 1898 aparece la primera cafetería-dulcería, “La Palma” que en la actualidad se ubica en Escobedo y Vélez, la cual lleva vigente 106 años deleitando a su clientela.

Pero el boom de las cafeterías comienza en los años de 1990 con la aparición de varias cafeterías como Bopán ubicado en Urdesa que aparte de un espacio de socialización ofrecía exposiciones de pintores jóvenes que querían darse a conocer, y podían vender sus pinturas a precios módicos siendo una buena forma de mezclar cafetería con cultura. (Rivadeneira, 2016)

Luego aparece la famosa franquicia nacional Sweet & Coffee en 1997, cuyo primer local que se localizó en el centro comercial Mall del Sol, y ahora cuenta con 46 locales: 34 en Guayaquil y 12 en la capital.

En la ciudad de Guayaquil, podemos encontrar variedad de servicios que ofrecen ciertas cafeterías por ejemplo el caso del “Café de Tere”, promociona los desayunos típicos de la costa como son: bolones, muchines, humitas, entre otros acompañados siempre de jugos naturales y café.

En el año 2020 en la ciudad de Guayaquil se puede encontrar con varias cafeterías en sus alrededores, donde los amantes de café pueden ir a degustar de sus productos mientras disfrutan de un momento junto a familiares y amigos, el mercado es variado y podemos encontrar cafeterías para todos los gustos. La ciudad cuenta con más de 200 cafeterías entre ellas destacan. (Entresalidas, 2016)

Tabla**1:***Cafeterías en la ciudad de Guayaquil*

CAFETERIAS	UBICACIÓN
Rincón del Café	Eloy Alfaro 615 y Capitán Nájera
Cafetería La Selecta	Víctor Emilio Estrada y Laureles
Sweet & Coffee	Cadena Nacional
Juan Valdez	Cadena Colombiana.
El café de Tere	La Garzota Av. Hno. Miguel.
Café Ohalá	Víctor Emilio Estrada.
El Mono Goloso	Zona rosa- Luzárraga 202 y Panamá.
Café Colón.	Av. Francisco de Orellana Mz. 111, Hotel Hilton Colón
UniCafé	Clemente Ballén 406 y Chile
Lúdica Coffeehouse	Av. Leopoldo Carrera Urb. Los Olivos edificio Los Olivos Tower
Dolce vita gourmet	Av. Francisco de Orellana C.C Plaza Orellana
La Boheme	Rosa Borja de Icaza 100 / Barrio Centenario y El Oro
Brioche Café	Ciudadela Kennedy vieja calle 10 oeste entre la H y Francisco Boloña detrás de Policentro
Sofieri Café restaurant	C.C Malecón 200
Café del Malecón	Colón y Malecón C.C Malecón 2000 galería b local 30
Cafetería y Pastelería California	Luis Urdaneta 529
Aroma Café	Malecón Simón bolívar y Tomás Martínez
Barricaña	Frente al Parque Centenario
La Canoa	Hotel Continental.
La Casa Morada	Urdesa.
Cesars Coffee and Gallery	Víctor Manuel Rendón 220 entre Panamá y Pedro

Fuente: Jordana Alvarado

2.1.4 Breve evolución histórica de los planes de negocio

La historia del plan de negocio tiene su origen a partir de los años 70, debido a Silicon Valley quienes se dedicaban a potenciar las ideas de emprendimiento de los estudiantes, todo esto debía estar apoyado por medio de un plan de negocio, fue entonces que se hizo uso de una de las propiedades de la universidad de Stanford, que no se les estaban dando ningún uso, pero podrían contribuir como salas de estudio para sus estudiantes.

Sin embargo, nadie imaginó que grandes logros y empresas se darían por los planes de negocio de estos estudiantes, entre ellos destacaron William Hewlett y David Packard, quienes fueron los fundadores de las primeras empresas de tecnología. Con el paso del tiempo comenzó a entrar en tendencia la idea de realizar planes de negocio para poder garantizar la viabilidad y factibilidad de un proyecto antes de lanzarlo sin mayores estudios y conocimiento, que podrían repercutir en un tiempo de vida menos a 3 años del proyecto en el mercado.

En el 2020 Silicon Valley es reconocida a nivel mundial como la base rectora que impulsa los planes de negocio, de muchas personas hasta que estos puedan llegar a su realización y mantenerse dentro de un mercado competitivo, así como poder innovar y estar en los constantes cambios del mercado.

El plan de negocio es considerado como una herramienta que permite analizar todos los factores antes de poner en marcha un proyecto dentro de un campo real, sin importar el sector que este abarque. Donde por medio de un documento formal se estipulan los procesos, estrategias, pasos y actividades a realizar tanto por parte de la persona dueña de la idea de negocio, así como el personal que estará dentro de su viabilidad, generalmente es realizado dentro de un lenguaje comprensivo, de fácil comprensión para cualquier persona, además de poder establecer el tipo de recursos que se necesitaran para su ejecución, entendiéndose por tales como recursos humanos, económicos y tecnológicos, además del establecimiento de un tiempo límite para su realización.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Definición de Administración por diversos autores

Según Omarov (1980) Concibe la administración como: la influencia consciente de los órganos de dirección sobre los colectivos humanos, con el fin de asegurar la consecución de los objetivos planteados, organizando y orientando correspondientemente su actividad.

Según Guzmán (2011) define a la administración como la distribución eficaz de los recursos dentro de una compañía, permitiendo efectivizar su producción, y implementando indicadores de gestión por área.

Según Thompson (2018) considera a la administración como el pilar fundamental para poder realizar cualquier tipo de actividad, apoyada en las cinco funciones que otorga la misma como son la planeación, organización, dirección, coordinación y control.

La autora del proyecto considera a la administración como el pilar fundamental para poder realizar cualquier tipo de actividad, basándose en las cinco funciones que le proporciona la administración como son la coordinación, organización, control, dirección y la correcta planeación, herramientas que permiten obtener un mejor control de la organización.

2.2.2 Definición de la Planeación por diversos autores

Según Reyes (2010) la planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización.

Para Fernández (2015) es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define el problema, se analizan las experiencias pasadas y se esbozan planes y programas.

Según Scalan (2015) Indica que es un sistema que comienza con los objetivos, desarrolla políticas, planes, procedimientos y cuenta con un método de retroalimentación de información para adaptarse a cualquier cambio en las circunstancias.

Según la autora del proyecto considera a la planeación como el establecimiento de parámetros que permiten obtener una visión del futuro a cerca de lo que será la puesta en marcha del proyecto, permitiendo establecer un límite de tiempo, campos de ejecución, así como el establecimiento de recursos que son básicos para la realización.

2.2.3 Definición de Plan de negocios según varios autores

Según Boveda, (2015) Manifiesta que un Plan de Negocios es un documento donde el emprendedor detalla sistemáticamente las informaciones del emprendimiento a realizar como ser:

- El proceso de generación de ideas.
- La captación y análisis de la información.
- Evaluación de la oportunidad y los riesgos.
- Toma de decisión sobre la puesta en marcha de un nuevo emprendimiento.
- Cambio de planes en empresas constituidas.

Según Lloreda, (2015) un plan negocio capta el interés de los potenciales inversores o receptores ya que es un documento que ayuda al empresario a analizar e mercado y planear estrategias del negocio.

Según Velazco, (2018) El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro.

La autora del proyecto considera al plan de negocio como un eje de fabricación de ideas y de estrategias, que permite obtener el logro de un objetivo, a más del establecimiento de recursos económicos, tecnológicos, pautas y pasos a seguir por medio de una guía o documento formal para su ejecución.

2.2.4 Estructura del Plan de negocios según varios autores

Pese a ver una estructura estándar del plan de negocio, existen diversos autores que establecen un modelo que contiene diversos parámetros para la factibilidad y viabilidad de un proyecto, así como permiten obtener un camino seguro para la ejecución.

Según Alcaraz (2006) define la siguiente estructura de plan de negocio:

- **Resumen:**

Se establece un contenido de toda la información que contiene el plan de negocio.

- **Empresa:**

En este contexto se establece la finalidad por la que se crea la empresa, la forma en la que se va a establecer la parte legal, técnica y organizacional.

- **Estudio de mercado:**

Permite obtener las cualidades y demás características a las que estará enfocado el proyecto, así como su segmentación.

- **Estudio Organizacional:**

Este estudio permite establecer la forma organizacional en la que se implantará el proyecto, por medio de los diversos puestos de trabajo y áreas requeridas.

- **Estudio Técnico:**

Se hace un análisis de los recursos tecnológicos que son indispensables para la puesta en marcha.

- **Estudio Financiero:**

Dentro de este estudio se hace un análisis de lo que serán los ingresos, egresos en comparación a la inversión que requiera el proyecto.

- **Evaluación del proyecto:**

Esta evaluación permitirá obtener una proyección en lo que respecta a las ventas, versus ingresos, egresos, y demás costos que influyan en su ejecución, a más de los análisis para el retorno de la inversión., entidades financieras, proveedores y demás factores que son indispensables para la puesta en marcha.

Según Cáceres (2008) define la siguiente estructura del plan de negocio:

- **Definición del negocio**

Se establece la estructura, objetivos, productos o servicios, así como el enfoque al que estaría dirigido el proyecto.

- **Público y competencia**

Se establece el mercado, el segmento, los factores que pudieran influir dentro del proyecto sean estos políticos, económicos, naturales, así como el establecimiento de la competencia directa o indirecta con la que podría contar el proyecto.

- **Producto y servicio**

Se establece la importancia de los productos y servicios a ofrecer, así como la importancia al cubrir la demanda del sector.

- **Estructura**

Se hace un análisis de los diferentes recursos que van a ser necesarios para la implantación del proyecto, así como factores como la cantidad de personas, las actividades que cada departamento realizara y tiempos de ejecución.

- **Estructura financiera**

Se establece el análisis de la situación en valor actual de la empresa, se elaboran diversos balances, y flujos de caja que permitirán poder medir la inversión neta del proyecto.

- **Evaluación del proyecto**

se realiza un establecimiento de presupuesto tanto de ventas, marketing que permitan medir los niveles de ingresos, egresos, así como canales para el retorno de la inversión, permitiendo medir si la empresa finalmente es rentable y viabilizar su ejecución.

Según Díaz (2009) define a la estructura de negocio como el campo obligatorio por el que debe pasar un proyecto antes de su aplicación, a más de contar con información que pudiera ser necesaria por parte de los inversores.

- **Resumen ejecutivo**

Contiene la información del proyecto, generalmente se lo realiza al final ya que se explican los diferentes tipos de medios, estudios que han sido aplicados a lo largo del proyecto.

- **La empresa**

Se realiza un análisis de todos los antecedentes de la empresa, la historia sus inicios, visión, misión objetivos.

- **Producto o servicio**

Se establecen las características de los diversos tipos de productos y servicios que se pretenden implementar dentro de la empresa, así como demás líneas de negocio que sean necesarias para su ejecución.

- **Mercado objetivo**

Se establece el mercado, los nichos y demás clientes potenciales, así como el diferente tipo de segmentación que sería aplicada.

- **Plan de marketing**

Se establece un cronograma de las diferentes actividades, que podrán influir en el desarrollo de la empresa, así como activaciones de marca a establecerse en diferentes periodos de tiempos.

- **Gestión y organización**

Esta sección se enfoca más al desarrollo del departamento de RR.HH., así como el análisis del organigrama que estará conformado la empresa, el perfil de los candidatos y diversos procesos a implantarse.

- **Proyecciones financieras**

Se establece una proyección de las ventas que influirán en el presupuesto con el que contara el proyecto dentro de los primeros semestres del año. A más de un análisis de cómo será retribuida la inversión que sea necesaria para poder solventar al proyecto.

2.4 Marco legal

Se ha considerado la siguiente información legal como parte del fundamento para la puesta en marcha del plan de negocio:

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Capítulo Segundo

Derechos del buen vivir

Sección primera Agua y alimentación:

Art. 13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

2.4.2 Toda Una Vida. Plan Nacional De Desarrollo 2017-2021

Eje 2: Economía Al Servicio De La Sociedad

Objetivo 5:

Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria.

Políticas:

5.6 promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo, la innovación, la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, privado y las universidades.

5.8 fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, potenciando el manejo eficiente de los recursos naturales.

Objetivo 6:

Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral.

Políticas:

1.2 Generar capacidades y promover oportunidades en condiciones de equidad, para todas las personas a lo largo del ciclo de vida.

Metas:

Erradicar la incidencia de pobreza extrema por ingresos, reduciéndola del 8,7% al 3,5% a 2021.

2.4.4 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Copci

Libro III

Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción.

Título I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.-

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa.

Capítulo II

De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias. -

El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES y otros que se requiera para

fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.

2.4.5 Ley de Orgánica de Salud:

Capítulo II

De la Autoridad Sanitaria Nacional, sus competencias y responsabilidades

Art. 18. Regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte, comercialización, dispensación y expendio de alimentos procesados, medicamentos y otros productos para uso y consumo humano; así como los sistemas y procedimientos que garanticen su inocuidad, seguridad y calidad, a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez y otras dependencias del Ministerio de Salud Pública.

19. Dictar en coordinación con otros organismos competentes, las políticas y normas para garantizar la seguridad alimentaria y nutricional, incluyendo la prevención de trastornos causados por deficiencia de micro nutrientes o alteraciones provocadas por desórdenes alimentarios, con enfoque de ciclo de vida y vigilar el cumplimiento de las mismas

2.4.6 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e

Innovación

Ley de Propiedad Intelectual

Título III

De la Innovación Social

Capítulo I

Definición, Componentes y Características

Art. 76.- Emprendimiento innovador. -

Es un proyecto orientado al desarrollo de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio cuyo factor fundamental es el uso del conocimiento que se genera a partir de procesos de investigación, desarrollo experimental o procesos creativos con base científica, cuyo fin último es su introducción en el mercado.

Art. 85.- Derechos intelectuales. -

Se protegen los derechos intelectuales en todas sus formas, los mismos que serán adquiridos de conformidad con la Constitución, los Tratados Internacionales de los cuales Ecuador es parte y el presente Código. Los derechos intelectuales comprenden principalmente a la propiedad intelectual, y los conocimientos tradicionales.

Su regulación constituye una herramienta para la adecuada gestión de los conocimientos, con el objetivo de promover el desarrollo científico, tecnológico, artístico, y cultural, así como para incentivar la innovación. Su adquisición y ejercicio, así como su ponderación con otros derechos, asegurarán el efectivo goce de los derechos fundamentales y contribuirán a una adecuada difusión de los conocimientos en beneficio de los titulares y la sociedad.

2.4.7 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Capítulo I

Principios Generales

Art. 1.- Ámbito y Objeto. -

Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

Art. 9.- Información Pública. -

Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto.

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor. -

Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados. -

El Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial y agrícola y para el consumo.

Art. 65.- Autorizaciones Especiales. -

El Registro Sanitario y los Certificados de venta libre de Alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN - y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los Permisos de Comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

2.4.8 Permisos para funcionamiento:

Registro único de contribuyentes (RUC)

Identificación tributaria aplicado tanto para personas naturales o jurídicas, permitiendo el cumplimiento de las normas tributarias establecidas por el gobierno.

Requisitos para apertura de ruc en calidad de persona natural, considerando que el proyecto será ingresado en calidad de microempresa:

- Original y copia de cedula
- Original y copia certificada de votación
- Original y copia de cualquier servicio básico que corrobore la dirección.

2.4.9 Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCOSA

En base a el acuerdo ministerial #818 los establecimientos que expendan alimentos deben estar autorizados por el ministerio de salud pública, responsabilidad que esta cedida a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCOSA.

Requisitos para obtener el permiso:

- Formulario completo por el propietario por medio de portal online
- Ruc
- Cedula y certificado de votación
- Categorización emitida por el ministerio de Industrias y productividad
- Comprobante de pago por derecho de permiso de funcionamiento
- Certificado de uso de suelo para locales nuevos

2.4.10 Permiso Tasa de habilitación

Este documento es emitido por la Ilustre Municipalidad de Guayaquil, habilitando el funcionamiento de establecimientos de cualquier índole que empiezan a realizar actividades dentro del cantón Guayaquil, el trámite puede ser realizado en línea por medio del portal.

2.4.11 Permiso del Cuerpo de Bomberos

Documento emitido por el benemérito cuerpo de bomberos en base a una inspección realizada a lugar donde se pondrá en marcha la cafetería, confirmando que la instalación cuenta con los medios para prevenir y actuar ante cualquier tipo de incendio.

Requisitos para la obtención del permiso:

- Solicitud de inspección
- Certificado de tasa de habilitación
- Cedula y certificado de votación.

3. Capítulo II - Marco Metodológico

3.1. Tipo de Enfoque

Enfoque Mixto

Se ha considerado un enfoque mixto dentro del presente trabajo, ya que se han aplicado las técnicas de la metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa, con la finalidad de obtener una visión cristalizada a cerca de la puesta en marcha de la implantación de una cafetería denominada Coffee Time y su factibilidad.

Cualitativa:

Al hablar en términos cualitativos se hace referencia a todo lo que se puede describir, manifestar. La aplicación de esta técnica va en función de los diferentes tipos de criterios de los consumidores que serán considerados dentro de la segmentación de mercado. Permitiendo obtener información clave a cerca de los diferentes tipos de gustos, preferencias, exigencias y creencias de los consumidores.

Cuantitativa:

La aplicación de este método es realizada de una forma más estructural, esta técnica esta basa en términos numéricos, variables que han serán consideradas dentro de la investigación como precios, volumen, lo que permitirá poder replantear o mejorar cualquier tipo de hipótesis para mejora del proyecto.

3.2 Tipo de estudio

El tipo de estudio aplicado en la investigación corresponde a un estudio Descriptivo-Explicativo.

Descriptivo:

Es considerado descriptivo ya que se realiza una descripción de las características de los diferentes tipos de habitantes del Sector San Felipe, por medio de diferentes tipos de planteamientos, lo que permitirá poder realizar una validación de los datos demográficos como son actitudes, cultura, población.

Explicativo:

Se considera explicativo ya que se analizan las causas por la falta de cafeterías dentro del sector San Felipe, debido a que las cafeterías son parte de las zonas de recreación, trabajo o simplemente degustación. A su vez el análisis de cuales serían los efectos una vez implantada la cafería en esta zona, considerando un alto grado de adaptación, ya que Coffee Time busca entregar un servicio de cafetería con un valor agregado a los habitantes del sector, permitiendo obtener la fidelización y preferencia de los clientes.

3.3. Métodos**3.3.1 Método Teórico****Histórico- Lógico**

Este tipo de metodo es aplicado dentro del marco histórico, por medio del análisis en la historia de la industria de las cafeterías y su innovación, con un enfoque tanto nacional como internacional, todo esto realizado cronológicamente.

Inducción- Deducción

La aplicación de este método ha sido realizada en el marco teórico, donde se ha fundamentado los diferentes tipos de conceptos del enfoque de la investigación y sobre los que se apoya la presente investigación como son el plan de negocio, estructura del plan de negocio, planeación.

Análisis- Síntesis

Este método ha estado presente a lo largo de toda la investigación, ya que se realiza un análisis de las diferentes citas y bibliografías y todo tipo de información que ha servido de aporte para la presente trabajo. Ha sido aplicado dentro del marco histórico al momento de analizar los antecedentes y la evolución de la industria de las cafeterías, dentro del marco teórico se lo ha aplicado por medio del respaldo de los diferentes conceptos que sirven de apoyo para emitir criterios propios, dentro del marco legal por medio del análisis de los artículos que fundamentan el proyecto, dentro del marco metodológico ha sido aplicado por medio del análisis de la realidad existente.

3.3.2 Métodos Empíricos

Observación

El tipo de observación aplicada dentro de la investigación es directa ya que el investigador del proyector es el que se va a acercar a realizar la observación y así poder verificar los elementos que aparecen dentro del Anexo #1, a su vez la investigación es estructurada ya que contiene diferentes tipos de elementos que permitirán realizar la observación, y es no participante ya que en los diferentes lugares sujetos a observación no labora el autor del proyecto, los locales que han sido considerados para realizar la observación son: Lúcumá, Sweet and Coffee, Juan Valdez, Café Bombons y la Palma.

Encuesta

Se elaboró una encuesta de 10 preguntas, que será aplicada a los habitantes del sector San Felipe dentro de la ciudad de Guayaquil y contiene preguntas que son dicotómicas y politómicas, así como preguntas que son nominales y ordinales en función al tipo de respuesta que este arroja.

3.3.3 Métodos estadísticos

El método estadístico se aplicó para la elaboración de las tablas y los gráficos de cada una de las preguntas de la encuesta diseñada. Se calcularon además las frecuencias relativas porcentual para cada uno de los ítems de las preguntas. Se realizó la distribución de frecuencia y se realizó el cálculo de la muestra mediante una fórmula estadística.

Probabilístico- Aleatorio

El muestro aplicado es probabilístico ya que se realiza un cálculo estadístico de la población del sector San Felipe mayores de 16 años. Será realizada la elección de forma aleatoria ya que la aplicación de la encuesta será de forma impredecible.

Universo y muestra

El sector considerado para la implantación del proyecto COFFE TIME corresponde a San Felipe dentro de la ciudad de Guayaquil y correspondiente a la parroquia Tarqui donde hay 95.418 habitantes.

Muestra

Basado en resultado arrojado por calculadora muestral:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Consideraciones:

N = tamaño de la población • e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

• z = puntuación z

En base a últimos censos realizados el Sector de San Felipe tiene una población de 95418 habitantes, esta zona es considerada como una arteria de conexión con las demás zonas de Guayaquil, siendo considerada como un punto estratégico para la puesta en marcha del proyecto Coffee Time. Haciendo uso de la calculadora muestral, aplicando un nivel del 95% de confianza, un 5% de margen de error y una población de 95428 habitantes la muestra considerada para la aplicación de las encuestas corresponde a 383.

Tamaño de la población 	Nivel de confianza (%) 	Margen de error (%) 
<input type="text" value="95418"/>	<input type="text" value="95"/>	<input type="text" value="5"/>
Tamaño de la muestra		
383		

3.4 Análisis de los resultados

Análisis de la observación

Del detalle de las 15 observaciones registradas en la guía, se realizaron dentro de los siguientes horarios de 08:00 -09:00 am y 12:00 – 13:00 pm, teniendo una duración de una hora, donde se pudo resaltar lo siguiente:

- Los 5 lugares sujetos a observaciones solo sweet and coffee, Lúcumá y Juan Valdez cuentan con una adecuada infraestructura, diseño y ambiente acogedor moderno.
- Los precios de estos 3 lugares pese a ser más elevados, tienen mayor volumen de clientela, resultado del ambiente, calidad de productos y atención al cliente.
- La cafetería la palma pese a tener años de trayectoria, no tiene la misma afluencia de clientes que los 3 mencionados anteriormente, café Bombons por su parte le falta mayor publicidad para hacer mejor reconocidas sus sucursales.
- Sweet and coffee, Juan Valdez se caracterizan por dar de entrada la clave para acceso a internet, los demás locales la tienen privada.
- Sweet and coffee cuenta con diversificación en sus productos, contienen líneas de café, vasos, y demás envases, así como su propia app.

Análisis de la encuesta

1)¿Ud. ha asistido en el último año a alguna cafetería en la ciudadela San Felipe u otro sector cercano?

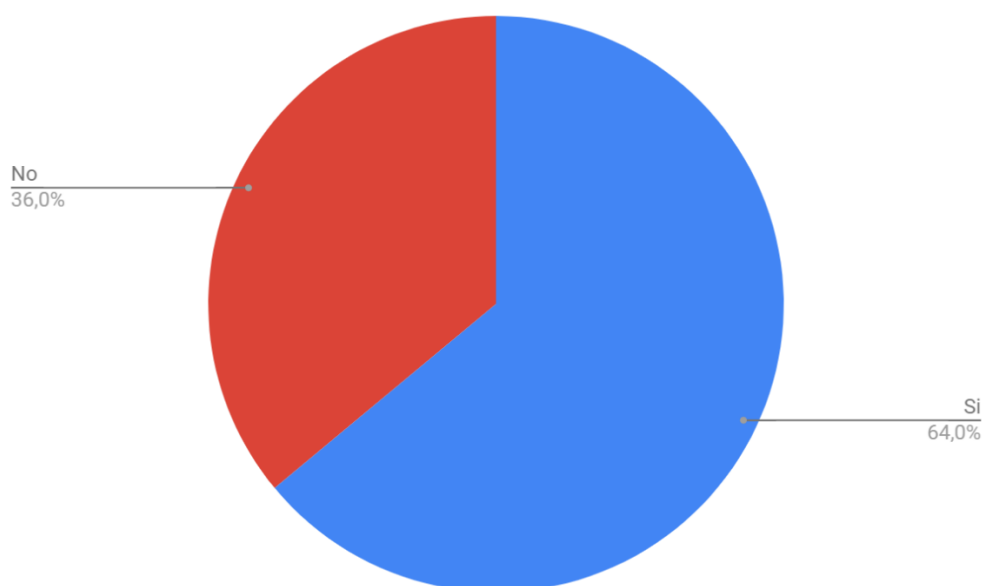
Table 1- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Si	245	63,97
No	138	36,03
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 1- Asistencia a cafeterías



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la población encuestada el 64% indica que si ha asistido a una cafetería por el sector San Felipe y sus alrededores en el último año, mientras el 36% restante indica que no ha asistido a una cafetería. Por medio de este resultado podemos analizar que si existe una demanda a cubrir dentro de la zona de análisis.

2)Indique la frecuencia en que ha ido a cualquier cafetería, en el mes:

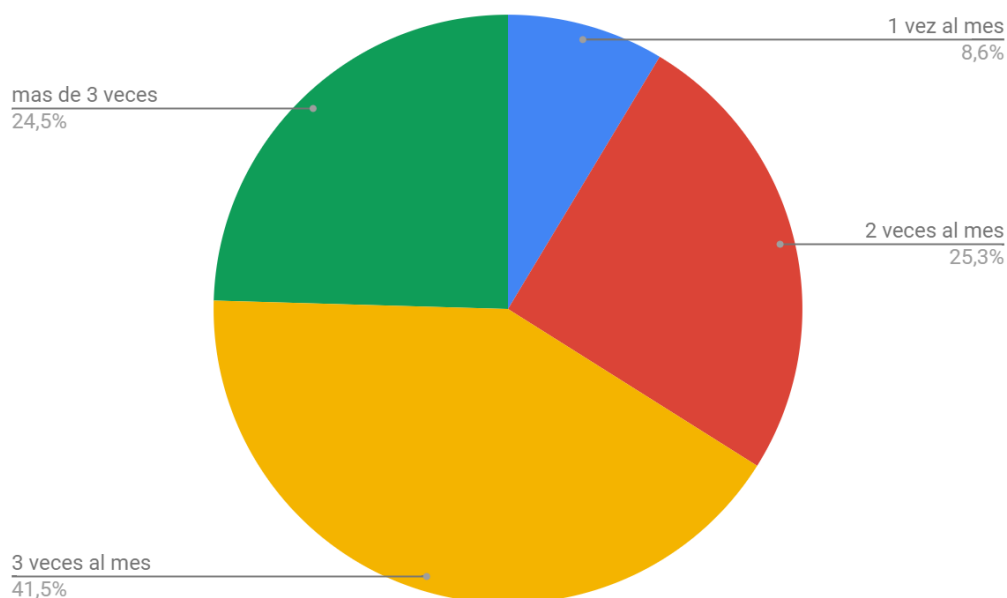
Table 2- Resultados y Encuestas

Opciones	Cantidad	%
1 vez al mes	33	8,62
2 veces al mes	97	25,33
3 veces al mes	159	41,51
más de 3 veces	94	24,54
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 2- Frecuencia a cafeterías



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la población encuestada un 41.5% indica que asiste a cafeterías 3 veces al mes, el 25.3% de la población indica que asiste 2 veces al mes, seguido de un 24.5% que indica que asiste mas de 3 veces al mes, en forma minoritaria con un 8.6% de la población que indica que asiste solo 1 vez al mes. Por lo que se considera que hay un mercado idóneo dentro del sector para la implantación de la cafetería COFFEE TIME.

3)¿Qué cafetería ha visitado más en el último año, en la ciudadela San Felipe o sectores cercanos?:

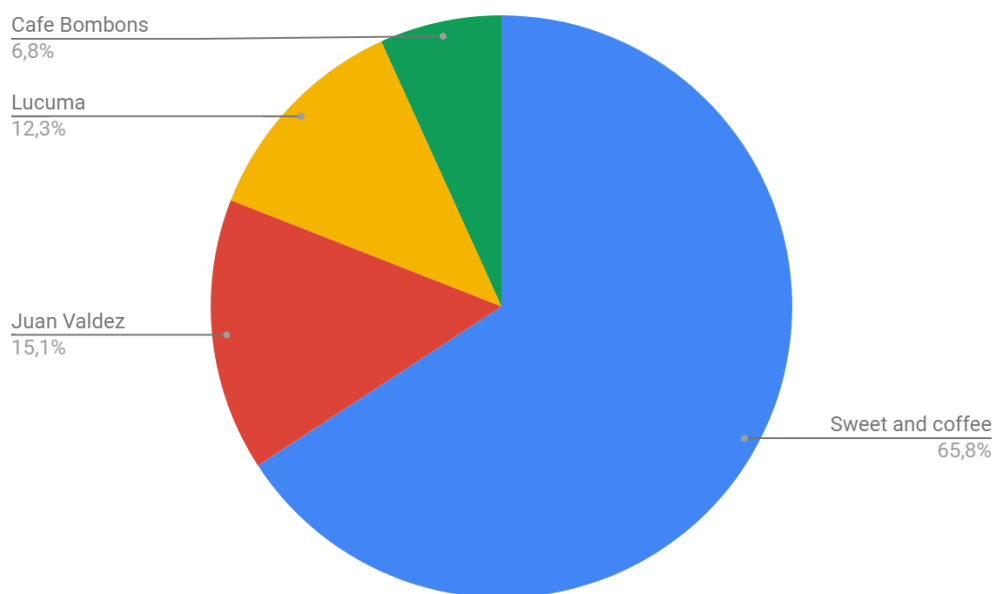
Table 3- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Sweet and coffee	252	65,80
Juan Valdez	58	15,14
Lucuma	47	12,27
Cafe Bombons	26	6,79
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 3- Cafetería más visitadas



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la población encuestada, el 65.8% indica que la cafetería que más han visitado es Sweet and coffee, mientras un 15.1% indica que a asistido a Juan Valdez, seguido de un 12.3 % que indica haber asistido a Lúcumá y en menor porcentaje con un 6.8% indica haber asistido a café Bombons. Con este resultado se analiza aplicación de benchmarking.

4)¿Cuál es su consumo promedio en dólares cuando asiste a una cafetería?

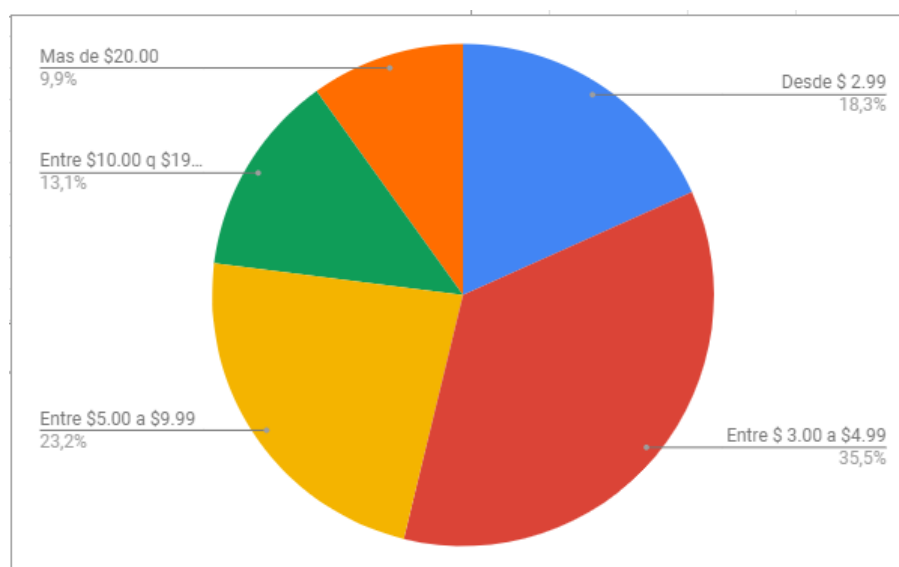
Table 4- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Desde \$ 2.99	70	18,28
Entre \$ 3.00 a \$4.99	136	35,51
Entre \$5.00 a \$9.99	89	23,24
Entre \$10.00 q \$19.99	50	13,05
Mas de \$20.00	38	9,92
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 4- Promedio de consumo



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la totalidad de los encuestados, el 35,5% indica realizar un consumo en cafeterías entre \$3.00 a \$5.00, seguido de un 23.2% que indica un promedio entre \$5.00 a \$10.00, mientras un 18.3% indica realizar un consumo de hasta \$3.00, un 13.1% indica realizar un consumo entre \$10.00 a \$20.00 y en menor porcentaje con un 9.9% de la población indica hacer un consumo de más de \$20.00. Con estos resultados podemos analizar el margen de precios a considerar dentro del proyecto.

5)¿Estaría dispuesto a ir a una cafetería con ambiente familiar que ofrezca shows musicales los fines de semana?

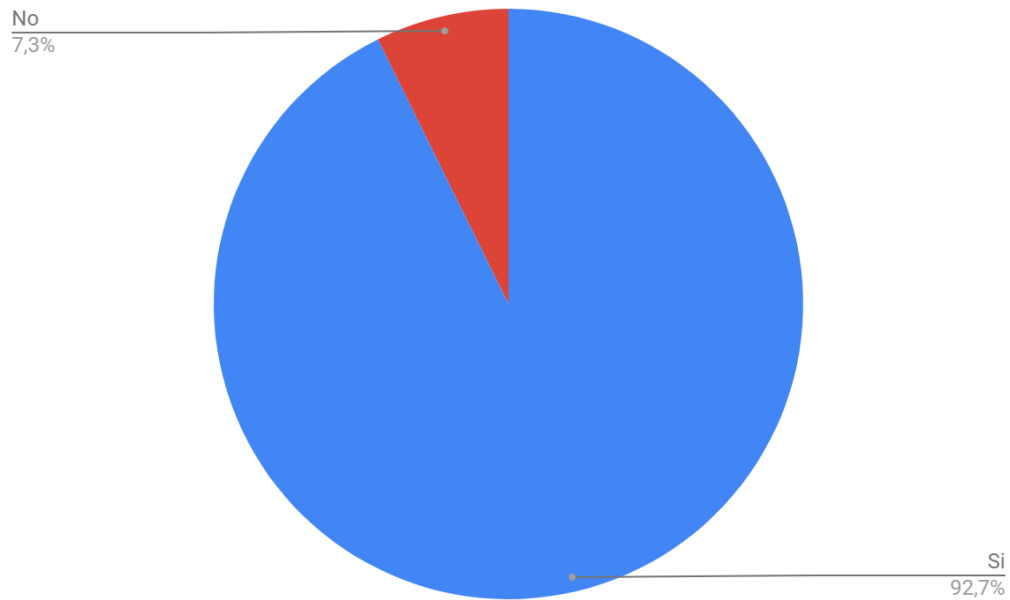
Table 5- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Si	355	92,69
No	28	7,31
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 5- Disponibilidad para asistencia a cafeterías



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la totalidad de los encuestados, un mayor porcentaje con el 92.7% indica si estar dispuesta a ir a una cafetería con show en vivo, mientras un 7.3% indica estar dispuesto. Con este resultado podemos analizar los diferentes tipos de servicios a ofrecer dentro del proyecto Coffe Time.

6) Con quién asiste a una cafetería, la mayoría de veces:

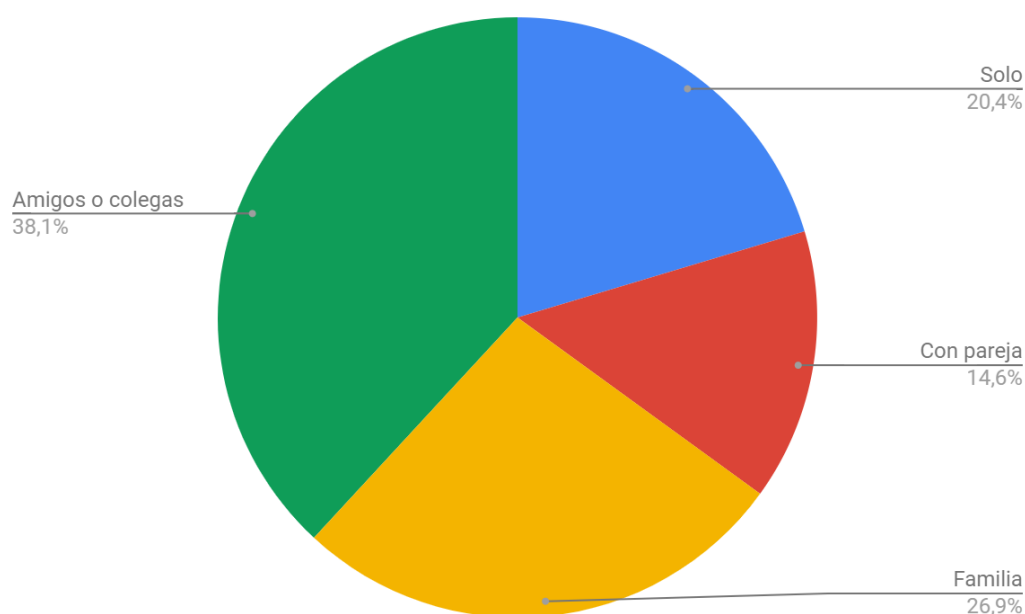
Table 6- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Solo	78	20,37
Con pareja	56	14,62
Familia	103	26,89
Amigos o colegas	146	38,12
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 6- Acompañamiento



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la población encuestada un 38.1% indica asistir a las cafeterías con amigos o colegas, seguido de un 26.9% que indica asistir con su familia, un 20.4% asiste solo, mientras un 14.6 % indica asistir con pareja. Con estos resultados se puede considerar el tipo de ambiente que se pretende crear, considerando las exigencias de los posibles clientes.

7)Especifique cuales son los motivos por los que asiste a una cafetería:

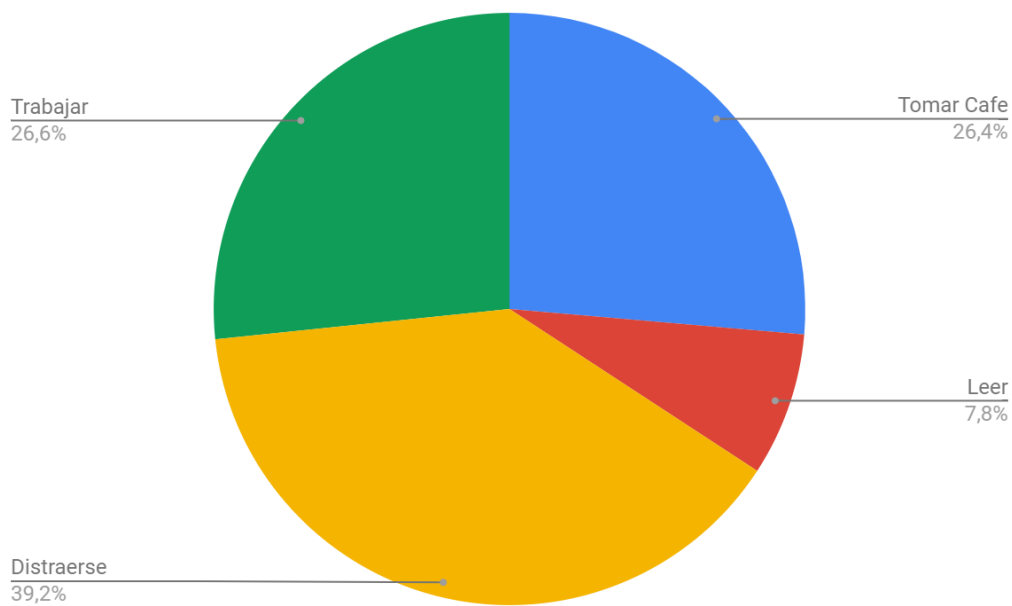
Table 7- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Tomar Café	101	26,37
Leer	30	7,83
Distraerse	150	39,16
Trabajar	102	26,63
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 7- Factores



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la totalidad de los encuestados un 39.2% indica asistir a las cafeterías para distraerse, un 26.6% asiste para trabajar, seguido de un 26.4% que asiste para tomar café, mientras un 7.8% asiste para leer, por medio de este resultado podemos crear la diversidad en menús que se adapten acorde al requerimiento de los clientes, permitiendo una rápida fidelización de los mismos.

8)¿Qué atributos considera obligatorios dentro de una cafetería?

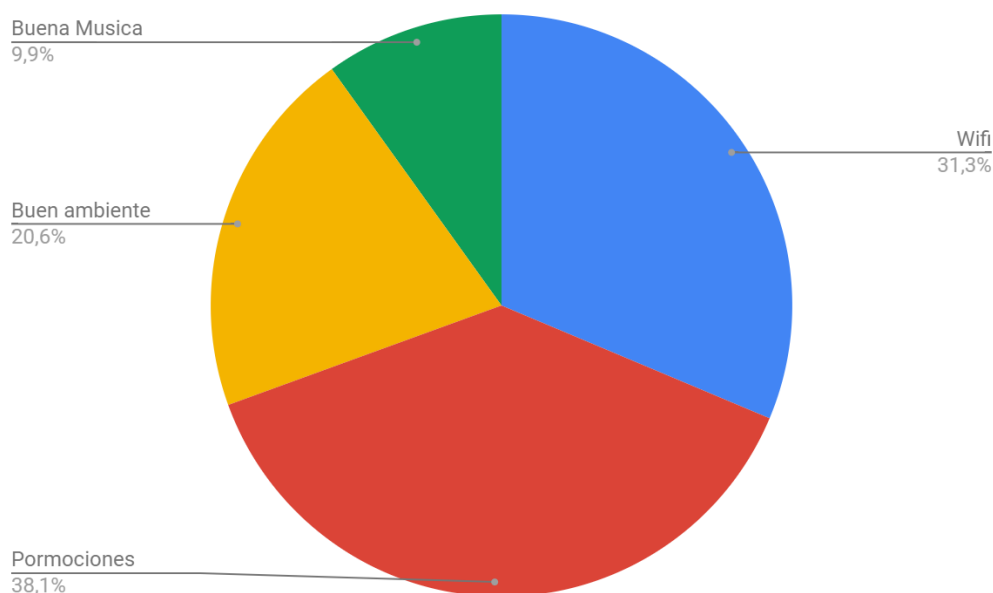
Table 8- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Wifi	120	31,33
Promociones	146	38,12
Buen ambiente	79	20,63
Buena Música	38	9,92
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 8- Atributos



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la totalidad de los encuestados, indica un 38.1% como atributo obligatorio las promociones, seguido de un 31.3% que considera obligatorio el wifi, mientras un 20.6% considera ideal un buen ambiente, y en menor porcentaje con un 9.9% considera buena música. Por medio de estos resultados se considera la creación de estrategias que permitan aplicar promociones a ciertos días de la semana para captar mayor volumen de clientes.

9)¿Le gustaría que una cafetería cuente con servicio a domicilio?

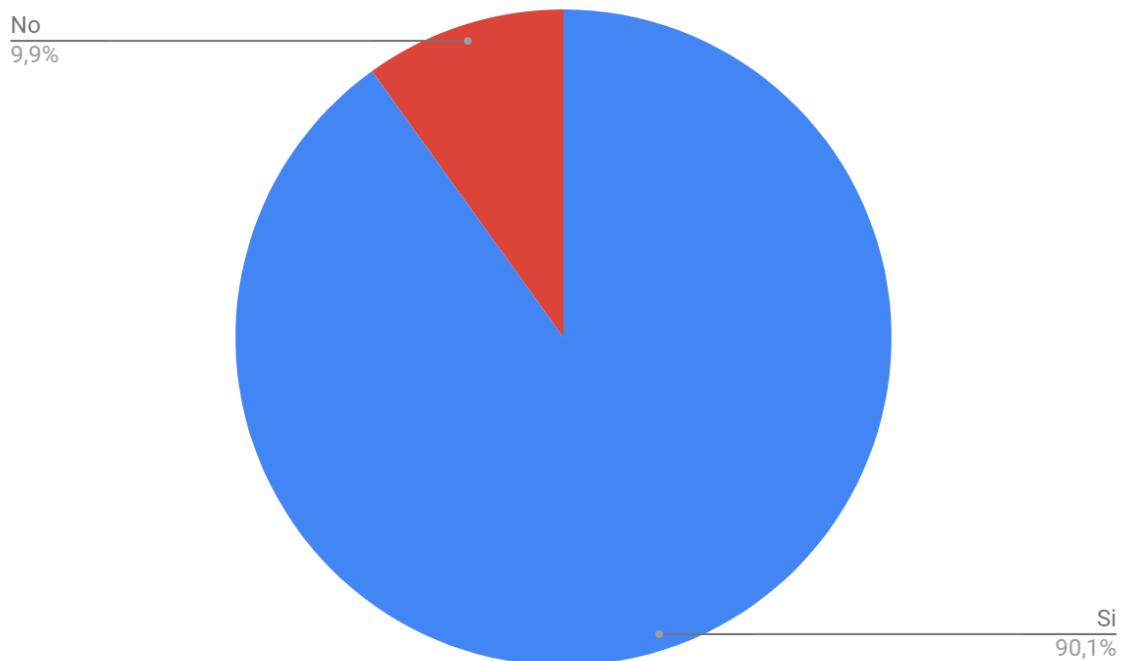
Table 9- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Si	345	90,08
No	38	9,92
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 9- Implementation de cafeteria



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la totalidad de los encuestados el 90.1% indica que si le gustaría una cafetería con servicio a domicilio, mientras una minoría con un 9.9% indica no estar de acuerdo. De este resultado se considera la implementación de servicio a domicilio, como plus del proyecto.

10)¿Por qué medio le gustaría enterarse de las promociones de la cafetería?

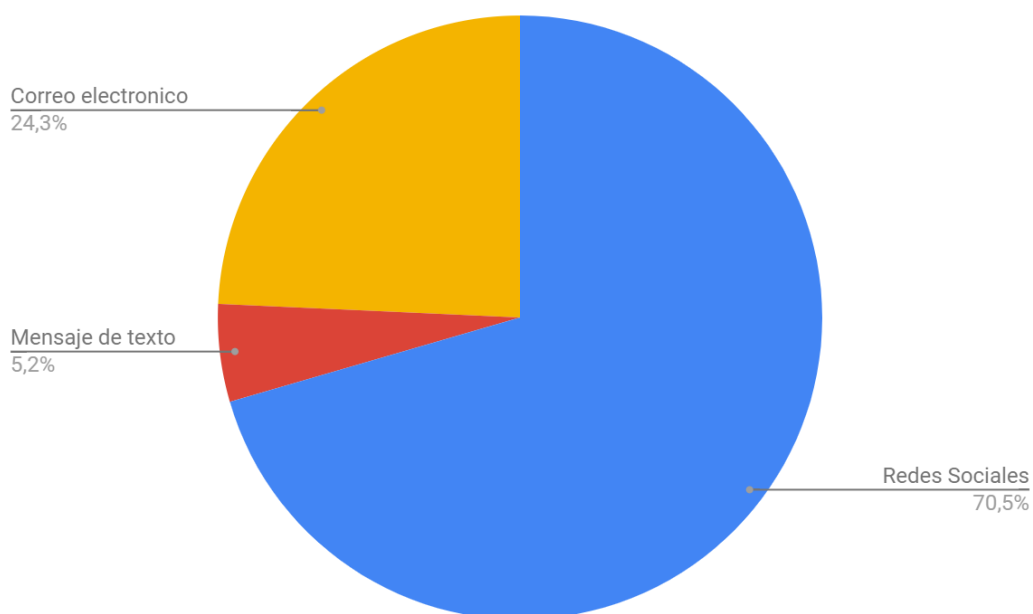
Table 10- Resultados y encuestas

Opciones	Cantidad	%
Redes Sociales	270	70,50
Mensaje de texto	20	5,22
Correo electronico	93	24,28
Total:	383	100,00

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gráfico 10- Canales de comunicación



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis

Del 100% de la totalidad de la población encuestada, el 70.5 % considera las redes sociales como medio de notificación de promociones, mientras un 24.3% considera las notificaciones por mensaje de texto y un 5.2% por medio de correo electrónico. Por medio de este resultado se consideran los canales de comunicación con el cliente.

3.5 Herramientas de análisis

Análisis PEST

Table 11- Pest

POLÍTICOS	<p>-Incertidumbre ante la latente inestabilidad económica que atraviesa el país, por la aplicación de reformas que pudieran afectar a los sectores productivos del país.</p> <p>-Ley de simplicidad y progresividad tributaria que entro en vigencia desde el mes de enero del presente año.</p>
ECONÓMICO	<p>-Eliminación del pago de anticipo a la renta.</p> <p>-Llegada al país del corona virus que afecta en la concurrencia de personas a centros comerciales, de recreación y cafeterías para evitar contagios de propagación, además de la recesión económica que se está empezando a sentir dentro de los mercados internacionales y locales.</p>
SOCIAL	<p>-Elevados índices de migración en el país, lo que aumenta los niveles de pobreza dentro del país, por dar mayor apertura a una mano de obra extranjera.</p>
TECNOLÓGICO	<p>La adquisición de máquinas que permitan mejorar los tiempos de entrega de los productos, pero sin embargo repercuten en un costo elevado.</p>

Elaborado por: Jordana Alvarado

Análisis FODA

Se realiza un análisis de los factores internos y externos con los que cuenta la compañía, evaluando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del proyecto.

Imagen 1- Foda



Elaborado por: Jordana Alvarado

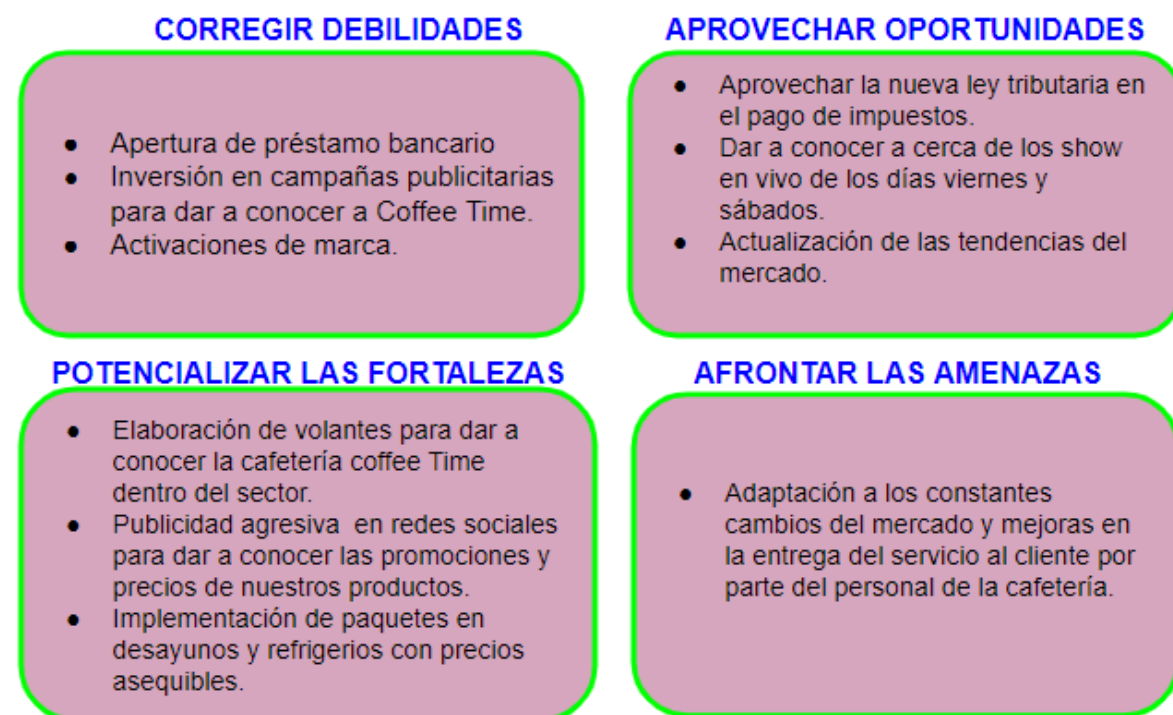
Considerando la puesta en marcha de un proyecto nuevo dentro del mercado, se considera dentro de las debilidades la falta de reconocimiento de la marca Coffee tiempo, a más de las amenazas dentro de las que ha sido considerada la competencia, que pudiera existir una vez que se ponga en marcha el proyecto.

Sin embargo, se puede compensar con las fortalezas ya que una cafetería dentro de una zona que es más dedica a comercios o a instituciones educativas, centra la atención de los mismos estudiantes, trabajadores del sector y demás habitantes del sector.

Análisis CAPA

Este análisis permite poder contrarrestar todas las amenazas, debilidades y poder potencializar las fortalezas y oportunidades por medio de diferentes estrategias.

Imagen 2- Capa



Elaborado por: Jordana Alvarado

Este análisis se lo aplica como medida de acción, por medio de la implementación de planes de acción, medidas actividades que son necesarias para poder mejorar la sostenibilidad de la cafetería Coffee Time dentro del mercado.

Corregir las debilidades:

Por medio de la apertura de un préstamo bancario se podrán solventar las necesidades por la carencia de capital, y poder contratar más personal para cubrir la demanda. Implementación de activaciones de marca que permitirán hacer más llamativo el proyecto.

Potencializar las fortalezas:

Por medio de la inversión en material publicitario como flayers, volantes, rollasps, se tratará de tener mejor reconocimiento dentro de la ciudadela San Felipe, a más de la aplicación de publicidad agresiva en todas las redes sociales, haciendo referencia sobre la variedad de productos a precios asequibles y con servicio a domicilio.

Aprovechar las oportunidades:

La vigencia de la nueva ley tributaria, es de ayuda para los emprendimientos por la exoneración del pago de algunos impuestos, adicionalmente esta cafetería estará en las tendencias del mercado.

Afrontar las amenazas:

La adaptación a nuevos cambios, así como mantener planes de contingencia que permitan poder dar al cliente confianza en la entrega de nuestro servicio. La cafería contara con la guardia del centro comercial San Felipe, a más de esto a corto plazo se implantará cámaras de vigilancia para obtener un mejor control del local.

4.Capitulo III - Desarrollo de la propuesta

Dentro de la presente sección se describen los diversos estudios que han sido aplicados dentro de la presente investigación de forma tal que permita obtener la viabilidad del presente proyecto.

Precisiones de la propuesta

4.1 Título de la propuesta

“Plan de negocio para la implementación de la cafetería Coffee Time en la ciudadela San Felipe de la Ciudad de Guayaquil”

4.2 Objetivo de la propuesta

Crear la cafetería Coffee Time en la ciudadela San Felipe de la ciudad de Guayaquil.

Para dar cumplimiento al objetivo planteado se ha considerado la elaboración de 6 momentos, mismas que por medio de la ejecución de diversas técnicas y análisis podrán permitir efectivizar la realización en la puesta en marcha del proyecto, permitiendo poder abarcar la demanda latente dentro de la ciudadela San Felipe.

A continuación, se detallan las etapas:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero
- Estudio Organizacional
- Plan Operativo
- Plan de Marketing

La aplicación de estas fases dará como resultado poder validar la implantación del proyecto de la cafetería Coffee Time dentro de la ciudadela San Felipe.

4.3 Descripción de la propuesta

Coffee Time es una idea de negocio que surge por la necesidad de poder cubrir la demanda latente dentro de la ciudadela San Felipe, ante la evidente carencia de cafeterías dentro del sector, pese a ser una zona bastante concurrida.

Se realizará la implementación de una cafetería dentro del local comercial San Felipe, en horarios de lunes a sábados en horarios de 08:00 am hasta las 20:00 pm. Como parte de los productos a ofrecer serían la venta de cafés, capuchino, mocaccino, té helado y calientes, sandwiches, tortas, piqueos y bebidas como gaseosas, agua, y milkshake.

Como parte de la característica del proyecto estaría:

- La entrega de un servicio a domicilio.
- Música en vivo los días viernes y sábados a partir 18:00 pm. 2 veces al mes, tratando de coordinarlos para quincena y fin de mes que son fechas de mayor consumo de las personas.
- Zona abierta a WIFI
- Clima confortable y refrescante

Por medio de la puesta en marcha de este proyecto se trata de poder contribuir con un local que permita a los habitantes de este sector poder contar con un local agradable, donde la buena música, la conexión wifi y con una agradable atención al cliente.

Para la efectivización de la propuesta se ha considerado la ejecución de seis momentos fundamentales que son contempladas a continuación:

- Estudio de mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero
- Estudio Organizacional
- Planeación operativa
- Planeación de marketing

A continuación, se procede con el desarrollo de las etapas especificadas dentro de la descripción de la propuesta:

4.3.1 Estudio de mercado

Por medio de la aplicación de este estudio se analizan los diferentes tipos de segmentación de los clientes potenciales, así como el mercado específico y características de los consumidores.

- **Segmento de mercado**

Han sido considerados los diferentes tipos de segmentación tales como:

- **Geográfica:**

Ha sido considerada la ciudad de Guayaquil, enfocándose netamente en la población existente dentro de la ciudadela San Felipe y demás alrededores dando un total de 95418 habitantes.

- **Demográfica:**

A partir de la aplicación de la segmentación demográfica, han sido considerados aquellos habitantes con las siguientes características:

- Nivel socioeconómico**

- Clase Media

- Clase baja

- Genero**

- Hombres

- Mujeres

- Ocupación**

- Estudiantes

- Personas en relación de dependencia

- Personas independientes

- **Comportamiento**

A partir de la segmentación demográfica han sido considerados aquellas personas que:

- Personas que hacen oficina móvil

- Personas que tienen una cultura de lectura con necesidad de lugares para concentrarse
- Personas que requieran de un lugar para reunirse o pasar un momento de recreación
- Personas que gusten de la música en vivo

- **Competencia**

Dentro de esta sección se establece el tipo de competencia con el que cuenta el proyecto, pudiendo ser de forma directa e indirecta.

- **Competencia Directa:**

Dentro del análisis del sector de San Felipe y sus alrededores no existen cafeterías, se ha considerado una competencia directa nula para el proyecto Coffee Time.

- **Competencia Indirecta:**

Se ha considerado a los centros comerciales como el City Mall, Paseo Shopping Daule como parte de la competencia indirecta, ya que son comercios que se encuentran alejados del lugar que se ha considerado a implantarse, sin embargo, dentro de ellos se podrían encontrar locales que brindan servicios de cafetería, así como patios de comida.

- **Proveedores**

Considerando la puesta en marcha de una cafetería se han considerado como principales proveedores para la entrega de los diversos productos con los que contará la cafetería a los siguientes:

Table 12- Proveedores

CORPORACION EL ROSADO	ARCA CONTINENTAL	TONICORP	NESTLE	ZODIPLAST	SWEET MOMENT
Plásticos, servilletas, enseres de limpieza y cocina	Colas Agua Te	Leche Crema de leche Helado(para los milkshake)	Café, Mocaccino y capuccino para maquina dispensador	Vasos con logo	Proveedor de tortas, hayacas y humitas

Elaborado por: Jordana Alvarado

Consideraciones:

- La corporación el Rosado forma parte de los principales proveedores, ya que dentro del centro comercial San Felipe, existe implantado un ‘Mi Comisariato’ lo que permite poder reducir los costos a cero en temas de movilización por el traslado de insumos.
- Se contempla a Sweet Moment como proveedor de tortas, humitas y hayacas, ya que este es un proveedor que tiene un vínculo familiar directo con la autora del proyecto, por lo que se contemplan excelentes precios en la adquisición de estos productos, además de poder garantizar el sabor y frescura de estos alimentos.

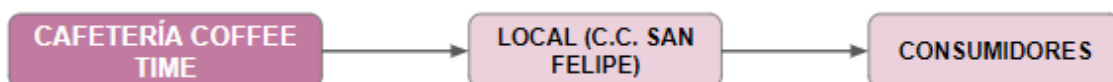


Sweet Moment

- **Canales de distribución**

Por ser la cafetería Coffee Time un proyecto nuevo dentro del mercado se considera como canales el local ubicado en el centro comercial San Felipe, además de los lugares donde sea entregado promedio del servicio a domicilio nuestros productos.

Imagen 3- Canales de distribución



Elaborado por: Jordana Alvarado

4.3.2 Estudio Técnico

En esta sección se analiza los diferentes tipos de equipos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

- **Equipos**

Table 13- Equipos

CONCEPTO	CANTIDAD
MUEBLES DE OFICINA	
Estación de trabajo	2
Mesas	4
Sillas	20
Archivador	1
Vitrina	1
EQUIPO DE OFICINA	
Teléfono	1
Refrigerador	1
TV 42" Riviera	1
Cocina	1
Dispensador procesador	3
Licuada	1
Tostadora	1
Microondas	1
EQUIPO DE COMPUTO	
Computadora	1
Caja registradora	1
Amplificador de sonido	1
Moto	
Moto Honda	1

Elaborado por: Jordana Alvarado

- **Tamaño de la empresa**

La empresa será conformada inicialmente como una microempresa, compuesta por un total de 3 empleados:

- ✓ Administrador
- ✓ Cocinera
- ✓ Motorizado polifuncional

- **Ubicación**

El proyecto estará ubicado en la ciudadela San Felipe, dentro del centro comercial 'SAN FELIPE' ubicado en la Av. Felipe Pezo ma 1 solar 176.

Referencia: Se encuentra a lado de la unidad educativa Almirante Illinworth

Imagen 4- Centro Comercial San Felipe



Fuente: Google Maps

Imagen 5- C.C. San Felipe



Fuente: Centersocia

4.3.3 Estudio Financiero

Para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto se ha considerado una inversión de \$7500.00, de los cuales \$ 1500.00 son de capital propio del autor del proyecto y los \$6000,00 restantes se lo considera por medio de la obtención de un préstamo de \$6000.00 por medio de la entidad financiera BancEcuador, mismos que serán cancelados en pagos anuales de \$2640,95 durante 3 años.

A continuación, se detalla la tabla de amortización del simulador:



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	<i>Microcredito</i>		
Destino	<i>Capital de Trabajo</i>	Tasa Nominal(%)	15.30
Sector Económico	<i>Comercio y Servicio</i>	Tasa Efectiva(%)	15.30
Facilidad	<i>Emprendimiento</i>	Monto(USD)	6,000.00
Tipo Amortización	<i>Cuota Fija</i>	Plazo(Años)	3
Forma de Pago	<i>Anual</i>	Fecha Simulación	2020-05-13

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	6000.00			
1	4277.05	1722.95	918.00	2640.95
2	2290.50	1986.56	654.39	2640.95
3	0.00	2290.50	350.45	2640.95

Activos fijos

Se considera para la puesta en marcha inmediata del proyecto los siguientes activos fijos:

Table 14- Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA			
Sillas	17	15	255,00
Mesas	4	45	180,00
Vitrina baja	2	40	80,00
Vitrina alta	1	95	95,00
TOTAL:			610,00
EQUIPO DE OFICINA			
Congelador nevera	1	245	245,00
TV 32" Riviera	1	290	290,00
Aire acondicionado 24000btu	1	500	500,00
Microondas	1	60	60,00
Tostadora- Sanduchera	1	30	30,00
TOTAL			1125,00
EQUIPO DE COMPUTO			
Computadora core i5	1	450	450,00
Impresora facturas	1	99	99,00
TOTAL			549,00
VEHICULO			
Moto Yamaha	1	900	900,00
TOTAL			900,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			3184,00

Elaborado por: Jordana Alvarado

Activos diferidos

Se han contemplado los siguientes gastos administrativos y de remodelación para llevar a cabo la cafetería.

Table 15- Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	PRECIO
Registro del nombre comercial	\$ 208.00
Permisos municipales	\$ 275.00
Gastos de constitución	\$ 300.00
TOTAL	\$ 783.00
GASTOS DE ADECUACIÓN	
DESCRIPCIÓN	PRECIO
Adecuación de la microempresa	\$ 250.00
TOTAL	\$ 250.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1,033.00

Elaborado por: Jordana Alvarado

Depreciación

Table 16- Depreciación

DEPRECIACIÓN DE MUEBLE DE OFICINA						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Sillas	17	\$ 15,00	\$ 255,00	10	\$ 25,50	\$ 2,13
Mesas	4	\$ 45,00	\$ 180,00	10	\$ 18,00	\$ 1,50
Vitrina baja	2	\$ 40,00	\$ 80,00	10	\$ 8,00	\$ 0,67
Vitrina alta	1	\$ 95,00	\$ 95,00	10	\$ 9,50	\$ 0,79
				TOTAL	\$ 61,00	\$ 5,08
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Congelador nevera	1	\$ 245,00	\$ 245,00	10	\$ 24,50	\$ 2,04
Tv 42" Riviera	1	\$ 290,00	\$ 290,00	10	\$ 29,00	\$ 2,42
Aire 24000btu	1	\$ 500,00	\$ 500,00	10	\$ 50,00	\$ 4,17
Microondas	1	\$ 60,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00	\$ 0,50
Sanduchera	1	\$ 30,00	\$ 30,00	10	\$ 3,00	\$ 0,25
				TOTAL	\$ 112,50	\$ 9,38
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Computadora	1	\$450,00	\$ 450,00	3	\$ 150,00	\$ 12,50
Impresora de facturas0	1	\$99,00	\$ 99,00	3	\$ 33,00	\$ 2,75
				TOTAL	\$ 183,00	\$ 15,25
VEHICULO						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Moto Yamaha	1	\$900,00	\$ 900,00	5	\$ 180,00	\$ 15,00
				TOTAL	\$ 180,00	\$ 15,00

Elaborado por: Jordana Alvarado

Estado de Situación Financiera

Table 17- Estado de Situación Inicial

CAFETERIA					
BALANCE INICIAL					
AL 01 DE MAYO DEL 2020					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO NO CORRIENTE		
Banco	\$ 3.283,00				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 3.283,00	Deuda a largo plazo a institucion financiera	\$ 6.000,00	
ACTIVO FIJO					
Muebles de oficina	\$ 610,00		TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		\$ 6.000,00
Equipo oficina	\$ 1.125,00				
Equipo de computaciòn	\$ 549,00				
Vehiculo	\$ 900,00		PATRIMONIO		
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 3.184,00			
ACTIVO DIFERIDO					
Gastos de constituciòn y Adecuaciòn	\$ 1.033,00		Capital	\$ 1.500,00	
TOTAL ACTVO DIFERIDO		\$ 1.033,00	TOTAL PATRIMONIO		\$ 1.500,00
TOTAL ACTIVOS		\$ 7.500,00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO		\$ 7.500,00

Elaborado por: Jordana Alvarado

Rol de pagos

Para la puesta en marcha del proyecto se considera la contratación de 3 personas considerando el administrador, polifuncional y el cocinero.

Table 18- Rol de pago

ROL DE PAGOS							
MICROEMPRESA							
CANTIDAD	CARGO	SALARIO	FONDO DE RESERVA 8.33%	TOTAL DE INGRESOS	APORTE AL IESS 9.45%	VALOR NETO A RECIBIR	FIRMAS
1	Administrador	\$ 600.00	\$ 49.98	\$ 649.98	\$ 56.70	\$ 593.28	
1	Cocinero	\$ 450.00	\$ 37.49	\$ 487.49	\$ 42.53	\$ 444.96	
1	Polifuncional	\$ 400.00	\$ 33.32	\$ 433.32	\$ 37.80	\$ 395.52	
TOTAL		\$ 1,450.00	\$ 120.79	\$ 1,570.79	\$ 137.03	\$ 1,433.76	

ROL DE PROVISIONES							
MICROEMPRESA							
CANTIDAD	CARGO	SALARIO	DÈCIMO TERCERO	DÈCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11.15%	TOTAL
1	Administrador	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 33.33	\$ 25.00	\$ 66.90	\$ 775.23
1	Cocinero	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 33.33	\$ 18.75	\$ 50.18	\$ 589.76
1	Polifuncional	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 44.60	\$ 527.93
TOTAL		\$ 1,450.00	\$ 120.83	\$ 100.00	\$ 60.42	\$ 161.68	\$ 1,892.93

Elaborado por: Jordana Alvarado

Gastos Administrativos y de venta

Table 19- Gastos administrativos

MICROEMPRESA INSTANT SOLUTIONS		
ADMINISTRATIVOS		
GASTOS	MENSUAL	ANUAL
Sueldo	\$ 1.450,00	\$ 17.400,00
Aporte patronal 11.15%	\$ 161,68	\$ 1.940,10
Beneficios sociales	\$ 402,04	\$ 4.824,42
Servicios basicos	\$ 70,00	\$ 840,00
Telefono	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet	\$ 50,00	\$ 600,00
Depreciacion de activos fijos	\$ 44,71	\$ 536,50
Arriendo	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Telefono Alambrico		\$ 15,00
Caja Registradora		\$ 50,00
SUBTOTAL	\$ 2.498,42	\$ 30.046,02
VENTAS		
Activaciones de marca	\$ 100,00	\$ 400,00
SUBTOTAL	\$ 100,00	\$ 400,00
TOTAL DE GASTOS	\$ 2.598,42	\$ 30.446,02

Elaborado por: Jordana Alvarado

Financiamiento

Table 20- Desglose de prestamo

CREDITO DE MICROEMPRESA				
FINANCIAMIENTO	INTERES ANUAL	MONTO	PLAZO	DESTINO DEL CREDITO
Financiado	15%	\$ 6,000.00	5años	Capital de trabajo y activos fijos

Elaborado por: Jordana Alvarado

Costos

Table 21- Costos

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
		UNIDADES	COSTO VENTAS TOTALES	UNIDADES	COSTO VENTAS TOTALES	UNIDADES	COSTO VENTAS TOTALES
BOLON DE QUESO	\$ 0,50	1000	\$ 500,00	1800	\$ 900,00	2520	\$ 1.260,00
BOLON DE CHICHARRON O MIXTO	\$ 0,75	1000	\$ 750,00	1800	\$ 1.350,00	2520	\$ 1.890,00
PATACON CON QUESO	\$ 0,50	1000	\$ 500,00	1800	\$ 900,00	2520	\$ 1.260,00
PATACON CON HUEVO FRITO	\$ 0,50	1000	\$ 500,00	1800	\$ 900,00	2520	\$ 1.260,00
DESAYUNO FEEL(HUEVO, TOCINO,JUGO)	\$ 1,70	1000	\$ 1.700,00	1800	\$ 3.060,00	2520	\$ 4.284,00
DESAYUNO TIPICO(CAFÉ, HUEVO, TOSTADA)	\$ 1,00	1000	\$ 1.000,00	1800	\$ 1.800,00	2520	\$ 2.520,00
TOSTADAS CON QUESO CHEDDAR	\$ 0,50	1000	\$ 500,00	1800	\$ 900,00	2520	\$ 1.260,00
TOSTADA MIXTA	\$ 0,75	1000	\$ 750,00	1800	\$ 1.350,00	2520	\$ 1.890,00
BATIDO DE DURAZNO	\$ 0,90	1000	\$ 900,00	1800	\$ 1.620,00	2520	\$ 2.268,00
BATIDO DE MORA	\$ 0,90	1000	\$ 900,00	1800	\$ 1.620,00	2520	\$ 2.268,00
BATIDO DE FRUTILLA	\$ 0,60	1000	\$ 600,00	1800	\$ 1.080,00	2520	\$ 1.512,00
GRANIZADO DE CHOCOLATE	\$ 0,70	1000	\$ 700,00	1800	\$ 1.260,00	2520	\$ 1.764,00
TE HELADO	\$ 0,50	1000	\$ 500,00	1800	\$ 900,00	2520	\$ 1.260,00
TE CALIENTE	\$ 0,25	1000	\$ 250,00	1800	\$ 450,00	2520	\$ 630,00
CAFÉ HELADO	\$ 0,75	1000	\$ 750,00	1800	\$ 1.350,00	2520	\$ 1.890,00
CAFÉ CALIENTE	\$ 0,25	1000	\$ 250,00	2000	\$ 500,00	2520	\$ 630,00
AGUA	\$ 0,25	1000	\$ 250,00	2000	\$ 500,00	2520	\$ 630,00
COLAS	\$ 0,30	1000	\$ 300,00	2000	\$ 600,00	2520	\$ 756,00
PIQUEO NACHO CON CARNE MOLIDA	\$ 2,00	700	\$ 1.400,00	1000	\$ 2.000,00	2520	\$ 5.040,00
PIQUEO NACHO CON QUESO CHEDDAR	\$ 1,90	700	\$ 1.330,00	1000	\$ 1.900,00	2520	\$ 4.788,00
EMPANADA DE QUESO	\$ 0,40	700	\$ 280,00	1000	\$ 400,00	2520	\$ 1.008,00
EMPANADA DE CARNE	\$ 0,75	700	\$ 525,00	1000	\$ 750,00	2520	\$ 1.890,00
EMPANADA DE POLLO	\$ 0,60	700	\$ 420,00	1000	\$ 600,00	2520	\$ 1.512,00
PORCION DULCE DE 3 LECHE	\$ 0,75	700	\$ 525,00	1000	\$ 750,00	2520	\$ 1.890,00
PORCION MOJADA DE CHOCOLATE	\$ 0,75	700	\$ 525,00	1000	\$ 750,00	2520	\$ 1.890,00
HUMITAS	\$ 0,50	700	\$ 350,00	1000	\$ 500,00	2520	\$ 1.260,00
TOTAL			\$16.955,00		\$28.690,00		\$48.510,00

Elaborado por: Jordana Alvarado

Presupuesto de Ventas

Table 22- Presupuesto

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	CANTIDAD	VENTAS TOTALES	PVP	CANTIDAD	VENTAS TOTALES	PVP	CANTIDAD	VENTAS TOTALES
BOLON DE QUESO	\$ 1,50	1000	\$ 1.500,00	\$ 1,50	1800	\$ 2.700,00	\$ 1,50	2520	\$ 3.780,00
BOLON DE CHICHARRON O MIXTO	\$ 2,50	1000	\$ 2.500,00	\$ 2,50	1800	\$ 4.500,00	\$ 2,50	2520	\$ 6.300,00
PATACON CON QUESO	\$ 2,00	1000	\$ 2.000,00	\$ 2,00	1800	\$ 3.600,00	\$ 2,00	2520	\$ 5.040,00
PATACON CON HUEVO FRITO	\$ 2,25	1000	\$ 2.250,00	\$ 2,25	1800	\$ 4.050,00	\$ 2,25	2520	\$ 5.670,00
DESAYUNO FEEL(HUEVO, TOCINO,JUGO)	\$ 4,00	1000	\$ 4.000,00	\$ 4,00	1800	\$ 7.200,00	\$ 4,00	2520	\$ 10.080,00
DESAYUNO TIPICO(CAFÉ, HUEVO, TOSTADA)	\$ 2,50	1000	\$ 2.500,00	\$ 2,50	1800	\$ 4.500,00	\$ 2,50	2520	\$ 6.300,00
TOSTADAS CON QUESO CHEDDAR	\$ 1,00	1000	\$ 1.000,00	\$ 1,00	1800	\$ 1.800,00	\$ 1,00	2520	\$ 2.520,00
TOSTADA MIXTA	\$ 1,50	1000	\$ 1.500,00	\$ 1,50	1800	\$ 2.700,00	\$ 1,50	2520	\$ 3.780,00
BATIDO DE DURAZNO	\$ 1,50	1000	\$ 1.500,00	\$ 1,50	1800	\$ 2.700,00	\$ 1,50	2520	\$ 3.780,00
BATIDO DE MORA	\$ 1,75	1000	\$ 1.750,00	\$ 1,75	1800	\$ 3.150,00	\$ 1,75	2520	\$ 4.410,00
BATIDO DE FRUTILLA	\$ 1,25	1000	\$ 1.250,00	\$ 1,25	1800	\$ 2.250,00	\$ 1,25	2520	\$ 3.150,00
GRANIZADO DE CHOCOLATE	\$ 1,50	1000	\$ 1.500,00	\$ 1,50	1800	\$ 2.700,00	\$ 1,50	2520	\$ 3.780,00
TE HELADO	\$ 1,00	1000	\$ 1.000,00	\$ 1,00	1800	\$ 1.800,00	\$ 1,00	2520	\$ 2.520,00
TE CALIENTE	\$ 1,00	1000	\$ 1.000,00	\$ 1,00	1800	\$ 1.800,00	\$ 1,00	2520	\$ 2.520,00
CAFÉ HELADO	\$ 2,20	1000	\$ 2.200,00	\$ 2,20	1800	\$ 3.960,00	\$ 2,20	2520	\$ 5.544,00
CAFÉ CALIENTE	\$ 1,00	1000	\$ 1.000,00	\$ 1,00	2000	\$ 2.000,00	\$ 1,00	2520	\$ 2.520,00
AGUA	\$ 0,50	1000	\$ 500,00	\$ 0,50	2000	\$ 1.000,00	\$ 0,50	2520	\$ 1.260,00
COLAS	\$ 0,75	1000	\$ 750,00	\$ 0,75	2000	\$ 1.500,00	\$ 0,75	2520	\$ 1.890,00

PIQUEO NACHO CON CARNE MOLIDA	\$ 5,00	700	\$ 3.500,00	\$ 5,00	1000	\$ 5.000,00	\$ 5,00	2520	\$ 12.600,00
PIQUEO NACHO CON QUESO CHEDDAR	\$ 4,50	700	\$ 3.150,00	\$ 4,50	1000	\$ 4.500,00	\$ 4,50	2520	\$ 11.340,00
EMPANADA DE QUESO	\$ 1,00	700	\$ 700,00	\$ 1,00	1000	\$ 1.000,00	\$ 1,00	2520	\$ 2.520,00
EMPANADA DE CARNE	\$ 1,50	700	\$ 1.050,00	\$ 1,50	1000	\$ 1.500,00	\$ 1,50	2520	\$ 3.780,00
EMPANADA DE POLLO	\$ 1,30	700	\$ 910,00	\$ 1,30	1000	\$ 1.300,00	\$ 1,30	2520	\$ 3.276,00
PORCION DULCE DE 3 LECHE	\$ 2,75	700	\$ 1.925,00	\$ 2,75	1000	\$ 2.750,00	\$ 2,75	2520	\$ 6.930,00
PORCION MOJADA DE CHOCOLATE	\$ 2,00	700	\$ 1.400,00	\$ 2,00	1000	\$ 2.000,00	\$ 2,00	2520	\$ 5.040,00
HUMITAS	\$ 1,50	700	\$ 1.050,00	\$ 1,50	1000	\$ 1.500,00	\$ 1,50	2520	\$ 3.780,00
TOTAL			\$ 43.385,00			\$ 73.460,00			\$ 124.110,00

Elaborado por: Jordana Alvarado

Ganancias

Table 23- Ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	COSTO VENTAS TOTALES	VENTAS TOTALES	GANANCIA	COSTO VENTAS TOTALES	VENTAS TOTALES	GANANCIA	COSTO VENTAS TOTALES	VENTAS TOTALES	GANANCIA
BOLON DE QUESO	\$ 500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 900,00	\$ 2.700,00	\$ 1.800,00	\$1.260,00	\$ 3.780,00	\$ 2.520,00
BOLON DE CHICHARRON O MIXTO	\$ 750,00	\$ 2.500,00	\$ 1.750,00	\$ 1.350,00	\$ 4.500,00	\$ 3.150,00	\$1.890,00	\$ 6.300,00	\$ 4.410,00
PATACON CON QUESO	\$ 500,00	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$ 900,00	\$ 3.600,00	\$ 2.700,00	\$1.260,00	\$ 5.040,00	\$ 3.780,00
PATACON CON HUEVO FRITO	\$ 500,00	\$ 2.250,00	\$ 1.750,00	\$ 900,00	\$ 4.050,00	\$ 3.150,00	\$1.260,00	\$ 5.670,00	\$ 4.410,00
DESAYUNO FEEL(HUEVO, TOCINO,JUGO)	\$ 1.700,00	\$ 4.000,00	\$ 2.300,00	\$ 3.060,00	\$ 7.200,00	\$ 4.140,00	\$4.284,00	\$ 10.080,00	\$ 5.796,00
DESAYUNO TIPICO(CAFÉ, HUEVO, TOSTADA)	\$ 1.000,00	\$ 2.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.800,00	\$ 4.500,00	\$ 2.700,00	\$2.520,00	\$ 6.300,00	\$ 3.780,00
TOSTADAS CON QUESO CHEDDAR	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 900,00	\$ 1.800,00	\$ 900,00	\$1.260,00	\$ 2.520,00	\$ 1.260,00
TOSTADA MIXTA	\$ 750,00	\$ 1.500,00	\$ 750,00	\$ 1.350,00	\$ 2.700,00	\$ 1.350,00	\$1.890,00	\$ 3.780,00	\$ 1.890,00
BATIDO DE DURAZNO	\$ 900,00	\$ 1.500,00	\$ 600,00	\$ 1.620,00	\$ 2.700,00	\$ 1.080,00	\$2.268,00	\$ 3.780,00	\$ 1.512,00
BATIDO DE MORA	\$ 900,00	\$ 1.750,00	\$ 850,00	\$ 1.620,00	\$ 3.150,00	\$ 1.530,00	\$2.268,00	\$ 4.410,00	\$ 2.142,00
BATIDO DE FRUTILLA	\$ 600,00	\$ 1.250,00	\$ 650,00	\$ 1.080,00	\$ 2.250,00	\$ 1.170,00	\$1.512,00	\$ 3.150,00	\$ 1.638,00
GRANIZADO DE CHOCOLATE	\$ 700,00	\$ 1.500,00	\$ 800,00	\$ 1.260,00	\$ 2.700,00	\$ 1.440,00	\$1.764,00	\$ 3.780,00	\$ 2.016,00
TE HELADO	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 900,00	\$ 1.800,00	\$ 900,00	\$1.260,00	\$ 2.520,00	\$ 1.260,00
TE CALIENTE	\$ 250,00	\$ 1.000,00	\$ 750,00	\$ 450,00	\$ 1.800,00	\$ 1.350,00	\$630,00	\$ 2.520,00	\$ 1.890,00
CAFÉ HELADO	\$ 750,00	\$ 2.200,00	\$ 1.450,00	\$ 1.350,00	\$ 3.960,00	\$ 2.610,00	\$1.890,00	\$ 5.544,00	\$ 3.654,00
CAFÉ CALIENTE	\$ 250,00	\$ 1.000,00	\$ 750,00	\$ 500,00	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$630,00	\$ 2.520,00	\$ 1.890,00

AGUA	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$630,00	\$ 1.260,00	\$ 630,00
COLAS	\$ 300,00	\$ 750,00	\$ 450,00	\$ 600,00	\$ 1.500,00	\$ 900,00	\$756,00	\$ 1.890,00	\$ 1.134,00
PIQUEO NACHO CON CARNE MOLIDA	\$ 1.400,00	\$ 3.500,00	\$ 2.100,00	\$ 2.000,00	\$ 5.000,00	\$ 3.000,00	\$5.040,00	\$ 12.600,00	\$ 7.560,00
PIQUEO NACHO CON QUESO CHEDDAR	\$ 1.330,00	\$ 3.150,00	\$ 1.820,00	\$ 1.900,00	\$ 4.500,00	\$ 2.600,00	\$4.788,00	\$ 11.340,00	\$ 6.552,00
EMPANADA DE QUESO	\$ 280,00	\$ 700,00	\$ 420,00	\$ 400,00	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$1.008,00	\$ 2.520,00	\$ 1.512,00
EMPANADA DE CARNE	\$ 525,00	\$ 1.050,00	\$ 525,00	\$ 750,00	\$ 1.500,00	\$ 750,00	\$1.890,00	\$ 3.780,00	\$ 1.890,00
EMPANADA DE POLLO	\$ 420,00	\$ 910,00	\$ 490,00	\$ 600,00	\$ 1.300,00	\$ 700,00	\$1.512,00	\$ 3.276,00	\$ 1.764,00
PORCION DULCE DE 3 LECHE	\$ 525,00	\$ 1.925,00	\$ 1.400,00	\$ 750,00	\$ 2.750,00	\$ 2.000,00	\$1.890,00	\$ 6.930,00	\$ 5.040,00
PORCION MOJADA DE CHOCOLATE	\$ 525,00	\$ 1.400,00	\$ 875,00	\$ 750,00	\$ 2.000,00	\$ 1.250,00	\$1.890,00	\$ 5.040,00	\$ 3.150,00
HUMITAS	\$ 350,00	\$ 1.050,00	\$ 700,00	\$ 500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$1.260,00	\$ 3.780,00	\$ 2.520,00
TOTAL	\$ 16.955,00	\$ 43.385,00	\$ 26.430,00	\$ 28.690,00	\$ 73.460,00	\$ 44.770,00	\$ 48.510,00	\$ 124.110,00	\$ 75.600,00

Elaborado por: Jordana Alvarado

Estado de perdida y ganancia

Table 24- Estado de P Y G

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$43.385,00	\$73.460,00	\$124.110,00
Costo de ventas	\$16.955,00	\$28.690,00	\$48.510,00
Utilidad bruta	\$26.430,00	\$44.770,00	\$75.600,00
Gastos Administrativos	\$30.046,02	\$30.046,02	\$30.046,02
Gastos de ventas	\$400,00	\$400,00	\$400,00
Amortizacion de prestamos	\$2.640,95	\$2.640,95	\$2.640,95
Utilidad antes de participaciòn empleado	-\$6.656,97	\$11.683,03	\$42.513,03
Participacion empleados 15%		\$1.752,45	\$6.376,95
Utilidad Neta		\$9.930,58	\$36.136,08

Elaborado por: Jordana Alvarado

Flujo de caja

Table 25- Flujo de caja

Flujo de caja			
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$ 43.385,00	\$ 73.460,00	\$ 124.110,00
Total Ingresos	\$ 43.385,00	\$ 73.460,00	\$ 124.110,00
Egresos			
Compra de mercaderia	\$ 16.955,00	\$ 28.690,00	\$ 48.510,00
Gastos administrativos	\$ 30.046,02	\$ 30.046,02	\$ 30.046,02
Gastos de ventas	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Amortizaciòn	\$ 2.640,95	\$ 2.640,95	\$ 2.640,95
Total Egresos	\$ 50.041,97	\$ 61.776,97	\$ 81.596,97
Flujo Neto	-\$ 6.656,97	\$ 11.683,03	\$ 42.513,03
Saldo acumulado	-\$ 6.656,97	\$ 5.026,06	\$ 47.539,09

Elaborado por: Jordana Alvarado

Valor actual neto y Tasa interna de retorno

Por medio del valor actual neto podemos conocer la viabilidad del proyecto, a través del análisis de los ingresos y egresos en comparación a la inversión realizada. En base a la tasa interna de retorno podemos detectar en forma porcentual la rentabilidad de la cafetería en la ciudadela San Felipe.

Table 26- Van y TIR

Flujo Neto	
Año	Valor
1	-\$ 6.656,97
2	\$ 11.683,03
3	\$ 42.513,03

VAN	\$ 26.129,85
TIR	78%
TASA	12%

INVERSIÒN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
-\$ 7.500,00	-\$ 6.656,97	\$ 11.683,03	\$ 42.513,03

Elaborado por: Jordana Alvarado

Por medio de este resultado se llega a la conclusión de que la viabilidad de la cafetería es rentable ya que refleja un Valor Actual Neto positivo de \$22.667,56 y una Tasa Interna de Retorno del 76%, por lo que permite la implantación del proyecto, considerando que dentro del segundo año se podrá obtener mejor retorno de la inversión.

4.3.4 Estudio Organizacional

Dentro del presente estudio se analiza los recursos humanos que son indispensables para la puesta en marcha del proyecto, así como puestos de trabajo y perfil de los colaboradores.

- **Misión**

Deleitar los paladares de los clientes por medio de diversas variedades de café y de snacks, acompañados de un ambiente confortable y un servicio de calidad.

- **Visión**

Ser reconocidos para el año 2023 como una de las cafeterías más reconocidas dentro de la ciudadela San Felipe y sus alrededores, por medio de la diversificación de los productos y ambiente agradable.

- **Valores**

Pasión, Calidad, Trabajo en equipo, Perfección y compromiso.

- **Razón social**

El proyecto será constituido como persona natural: Jordana Lizbeth Alvarado Carpio y manejando como nombre comercial COFFEE TIME.

- **Slogan**

‘Le damos sabor a tu tiempo’

- **Logo**

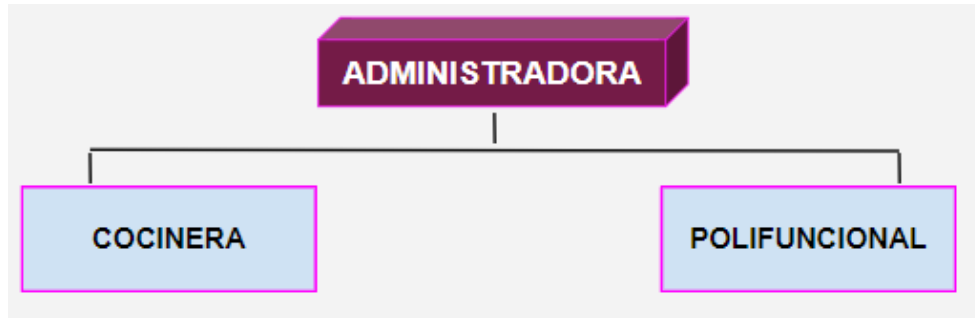
Imagen 6- Logo



Elaborado por: Jordana Alvarado

- **Organigrama**

Imagen 7- Organigrama



Elaborado por: Jordana Alvarado

Se considera la implantación de un organigrama de estructura lineal, mismo que permite obtener un mejor control y monitoreo de los colaboradores, en función a las tareas y diversas actividades asignadas, a más de poder fomentar canales de comunicación directos con la administradora.

- **Descripción de los puestos de trabajo**

Cargo: Administradora

Requisitos del puesto de trabajo

- ✓ Título de tercer nivel en administración de empresa o carreras a fines
- ✓ Experiencia en manejo de personal de más de 3 años
- ✓ Mayor de 25 años
- ✓ Disponibilidad inmediata

Funciones

- ✓ Administración de cafetería
- ✓ Manejo y supervisión de personal
- ✓ Ingreso de empleados y pago de nomina
- ✓ Controles de inventario
- ✓ Manejo de proveedores
- ✓ Implementación de promociones y estrategias
- ✓ Facturación

Destrezas

- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Facilidad en toma de decisiones
- ✓ Proactivo
- ✓ Recursivo
- ✓ Orientación al servicio
- ✓ Liderazgo
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Comunicativo
- ✓ Buen trato de clientes

Cargo: Cocinera

Requisitos del puesto de trabajo

- ✓ Formación o conocimientos básicos en manejo de alimentos
- ✓ Bachiller concluido
- ✓ Mayor de 20 años
- ✓ Disponibilidad inmediata

Funciones

- ✓ Preparación de alimentos
- ✓ Encargada de limpieza de su área de trabajo
- ✓ Atención al cliente
- ✓ Notificación de agotamiento de stocks de insumos

Destrezas

- ✓ Organizado
- ✓ Responsable
- ✓ Amable
- ✓ Puntual
- ✓ Comunicativo
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Vocación al servicio

La cocinera tendrá que estar al tanto de la rotación de los insumos para evitar que se caduquen, además de la limpieza de su área de trabajo, permitiendo entregar a los clientes productos frescos con una excelente presentación.

Cargo: Polifuncional

Requisitos del puesto de trabajo

- ✓ Licencia de conducir
- ✓ Bachiller concluido
- ✓ Mayor de 18 años

Funciones

- ✓ Realizar entrega de pedido a domicilio en moto
- ✓ Encargado de la limpieza del local
- ✓ Realizar la compra de insumos
- ✓ Buen trato de clientes
- ✓ Fluidez de palabra

Destrezas

- ✓ Responsable
- ✓ Organizado
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Comunicación
- ✓ Amable
- ✓ Iniciativa

Este puesto de trabajo se considera a una persona que estará enfocado principalmente en la entrega de pedidos a domicilio, pero también a brindar asistencia tanto a la administradora, como cocinera en los casos que ameriten.

4.3.5 Plan operativo

Table 27- Plan operativo

Acción	Objetivo	Responsable	Lugar	Fecha	Horario
Solicitud del RUC	Realizar las actividades dentro de la normativa establecida	Jordana Alvarado	SRI		
Solicitud de arrendamiento de local	Cerrar contrato alquiler de local	Jordana Alvarado	Centro Comercial San Felipe		
Registro de la Marca	Prevenir el robo o uso indebido del logo, slogan de la cafetería.	Jordana Alvarado	Servicios Senadi		
Permisos de funcionamiento	Obtener los permisos habilitantes para apertura del local.	Jordana Alvarado	Municipio de Guayaquil		

Elaborado por: Jordana Alvarado

4.3.6 Plan de Marketing

Table 28- Plan de Marketing

Acción	Objetivo	Responsable	Lugar	Fecha	Horario
Activación de Marca	Ampliar el reconocimiento de marca dentro de la ciudadela San Felipe y sus alrededores	Kys Flowers	Av. Primera Balsamos 534		
Elaboracion de volantes, flayer y rollap	Publicidad física para volanteo	Vision Graphics	Cdla. Albonor		
Publicidad redes Sociales	Posicionamiento en redes sociales	Pablo Viteri	Urb. San Felipe		

Elaborado por: Jordana Alvarado

4.4 Factibilidad de aplicación

Una vez aplicadas las fases expuestas anteriormente se puede concluir con la viabilidad en la implantación de la cafetería Coffee Time dentro de la ciudadela San Felipe contemplando para tal efecto con una:

4.4.1 Factibilidad Legal

El proyecto es factible legalmente, ya que está amparado por las diferentes leyes y normativas que rigen al país, empezando por la Constitución del Ecuador, Plan Nacional Toda una Vida, Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, Código Orgánico de la Producción e inversiones Copci, ARCSA Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

4.4.2 Factibilidad Ambiental

El proyecto es factible ambientalmente, ya que no cuenta con procesos que pudieran dañar al medio ambiente.

4.4.3 Factibilidad Financiera

El proyecto es factible en el ámbito financiero ya que cuenta con un VAN (valor actual neto) positivo de \$22.667,56 posibilitando su implementación y una TIR (Tasa interna de retorno) del 76% que efectiviza su rentabilidad.

4.4.4 Factibilidad Operativa

El proyecto es factible operativamente ya que contiene procesos que serán llevados a cabo por parte del área de proceso de alimentos y el polifuncional, y serán monitoreados por parte del administrador del local, permitiendo garantizar la calidad de los productos entregados.

4.4.5 Factibilidad Tecnológica

El proyecto es factible en el ámbito tecnológico, ya que se hará la adquisición de máquinas que permitirán mejorar los tiempos en la entrega de los productos, permitiendo diferenciar a la cafetería, por la entrega de productos sin demasiado tiempo de espera.

4.5. Resultados esperados

4.5.1 Socialmente

Con la implantación de la cafetería Coffee Time dentro de sector San Felipe, lo que se espera obtener como resultado es poder cubrir la demanda latente dentro de sector, de locales que brinden la entrega de un producto (cafes, sandwiches, refrigerio) con un ambiente agradable. Por medio de precios asequibles tanto para estudiantes, trabajadores y demás habitantes del sector, permitiendo mejorar la calidad de vida de los moradores, con un local que permita ser centro para una reunión con amigos, colegas de trabajo o simplemente para navegar en internet, y que además con la implantación de música en vivo se pueda fidelizar a los clientes.

4.5.2 Económicamente

Con la implantación de activaciones de marca, promociones, días de locura, se espera llegar de manera eficaz a los clientes potenciales dentro de la zona. Dando facilidades a los clientes para que puedan degustar de nuestros productos sin la necesidad de salir de casa, gracias a un servicio a domicilio.

Permitiendo dentro del segundo trimestre de puesta en marcha del proyecto obtener un incremento en las ventas, lo que permitirá a Coffee Time poder mejorar los productos, la entrega del servicio y la ampliación del recurso humano.

5. Conclusión

En base a la presente investigación se ha podido establecer la carencia de locales dentro de la ciudadela San Felipe de cafeterías o lugares para poder compartir ya se con familia o con amigos. Ante lo que se propone la puesta en marcha de una cafetería denominada Coffee Time que permita poder cubrir esta demanda a través de un servicio personalizado y una atención comfortable hacia el cliente.

Los diversos estudios y técnicas aplicadas dentro del proyecto permiten poder obtener los márgenes de realización de la cafetería Coffee Time dentro de un campo real, donde la industria de caferías está en pleno auge dentro del mercado.

6. Recomendaciones

Se recomienda invertir en el negocio planteado en el presente proyecto, teniendo en consideración la selección de un local ubicado en un sector comercial con alto tráfico de personas, mantener un presupuesto considerable destinado a la promoción y publicidad a través de promociones, eventos y objetos con el logo de la empresa, y gestionar la publicidad con énfasis en el nombre de la cafetería para posicionarlo en la mente del consumidor.

7. Bibliografía

- Boveda, J. (2015). Recuperado el 2019, de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- Entresalidas. (2016). Recuperado el 2019, de <http://entresalidas.com/eventos/navicam-2016/11502>
- Fernandez, J. (2015). Obtenido de <https://berents.files.wordpress.com/2008/10/planeacion.pdf>
- Guzmán, I. (23 de Septiembre de 2011). *Over Blog*. Obtenido de <http://informacione13.over-blog.com/article-conceptos-de-administracion-varios-autores-84960800.html>
- Koontz, H. (1964). *Curso de administracion moderna*.
- Kotler, P. (2008). Obtenido de Para determinar las tareas de investigación se utiliza los siguientes métodos
- Lloreda, E. (2015). *Plan de negocios*. Madrid.
- Newman, W. (1961). *La Administracion*.
- Omarov, A. (1980).
- Reyes, A. (2010). Obtenido de <https://berents.files.wordpress.com/2008/10/planeacion.pdf>
- Rivadeneira, G. (2016).
- Scalan, B. (Junio de 2015). Recuperado el Noviembre de 2019, de <https://berents.files.wordpress.com/2008/10/planeacion.pdf>
- Velazco, A. (2018). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>

8. Anexos

Anexo 1- Encuesta

1. **¿Ud. ha asistido en el último año a alguna cafetería en la ciudadela San Felipe u otro sector cercano?**
 - Si
 - No
2. **Indique la frecuencia en que ha ido a cualquier cafetería, en el mes:**
 - 1 vez por mes
 - 2 veces al mes
 - 3 veces al mes
 - Todos los días
3. **¿Qué cafetería ha visitado más en el último año, en la ciudadela San Felipe o sectores cercanos?:**
 - Sweet and Coffee
 - Café Valdez
 - Lúcumá
 - Café Bombons
4. **¿Cuál es su consumo promedio en dólares cuando asiste a una cafetería?**
 - Hasta \$3.00
 - Entre \$3.00 a \$5.00
 - Entre \$5.00 a \$10.00
 - Entre \$10.00 a \$20.00
 - Mas de \$20.00
5. **¿Estaría dispuesto a ir a una cafetería con ambiente familiar que ofrezca shows musicales los fines de semana?**
 - SI
 - NO
6. **Cuando asiste a una cafetería, la mayoría de veces:**
 - Solo
 - Con su pareja
 - Familia

- Con sus amigos o colegas de profesión

7. Especifique cuales son los motivos por los que asiste a una cafetería:

- Tomar café
- Leer
- Trabajar
- Distraerse

8. ¿Qué atributos considera obligatorios dentro de una cafetería?

- Wifi
- Promociones
- Buena ambiente
- Buena música

9. ¿Le gustaría que una cafetería cuente con servicio a domicilio?

- Si
- No

10. ¿Por qué medio le gustaría enterarse de las promociones de la cafetería?

- Redes sociales
- Mensaje de texto
- Correo Electrónico

Anexo 2- Guía de Observación

Lugar:

Fecha:

Horario:

Aspectos a observar

1. Ambiente
2. Atención al cliente
3. Productos a ofrecer
4. Infraestructura
5. Diseño
6. Precios
7. Promociones
8. Medios de pago
9. Envases
10. Tipo de clientes
11. Volumen de clientes
12. Publicidad
13. Limpieza
14. Seguridad
15. Uniformes

Anexo 3- Registro de observación

FECHA	HORARIO	DURACION
01-11-2019	08:00 a 09:00 am	1 Hora
02-11-2019	12:00 a 13:00 pm	1 Hora
10-11-2019	12:00 a 13:00 pm	1 Hora
11-11-2019	08:00 a 09:00 am	1 Hora
20-11-2019	08:00 a 09:00 am	1 Hora
21-11-2019	12:00 a 13:00 pm	1 Hora
26-11-2019	12:00 a 13:00 pm	1 Hora