



**UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA CAFETERÍA QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO,
CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL
ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL.

AUTOR: BRENDA MARIUXI CRUZ GUALE

TUTOR: ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA CAFETERÍA QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO,
CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL
ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN.

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: CRUZ GUALE BRENDA MARIUXI
TUTOR: ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 4 de noviembre del 2.013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**; elaborado por la Sra. Brenda Mariuxi Cruz Guale, Egresada de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente.

.....
ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a Dios, por haberme guiado mi camino y cumplir mi carrera con amor, responsabilidad en este tiempo de ejecución.

Con todo mi esfuerzo, dedicación y entrega a los dos pilares importantes en mi vida: mis Padres, quien ha sido la razón por la cual sigo aquí; por todo su sacrificio y apoyo constante hicieron que no desmayara en la consecución de mis metas y han contribuido mucho en mi desarrollo espiritual y personal.

A mis hermanos Alex y Mariuxi, quienes con su sonrisa y cariño inigualable e irremplazable han hecho que el camino sea más fácil y sencillo.

A mi esposo quien ha sido la motivación constante, mi impulso en este largo recorrido, pero especialmente por su amor, y compañía.

Brenda Cruz Guale.

AGRADECIMIENTO

La grata experiencia de haber armado minuciosamente este trabajo el cual me ha ayudado a palpar directamente como es la vida, cuando uno se enfrenta o inicia una competencia.

Agradezco a mi Padre Celestial por bendecirme día a día, gracias a él he sabido salir adelante pese a las adversidades en el camino y de llenar mi corazón de alegría con la llegada de mi hija Noelia Paulette.

A mis padres, por su confianza y esfuerzos depositados, que me permitieron culminar satisfactoriamente una etapa más de mi vida.

Debo agradecer de manera especial a mi tutor de tesis, el Econ. William Caiche Rosales, MSc., quien ha sido la base principal para poder culminar con éxito este trabajo, al Director de la Carrera Econ. Félix Tigrero, a la Decana Ing. Mercedes Freire por confiar en nosotros

Y por supuesto a toda mi familia y a mis amigos que de una u otra manera me ayudaron en la elaboración de mi tesis.

Brenda Cruz Guale.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón. MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González. MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Econ. William Caiche Rosales, MSc.
PROFESOR- TUTOR

Ing. Germán Arriaga Baidal, MSc
PROFESOR DE ÁREA

Abg. Milton Zambrano Coronado MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA
QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL
DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL
EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014”.**

Autor: Brenda Mariuxi Cruz Guale.

Tutor: Econ. William Caiche, MSc.

RESUMEN

El presente documento tiene como objetivo determinar un Estudio la factibilidad para la creación de una cafetería que brinde servicio a domicilio, contribuyendo con el desarrollo del área empresarial y comercial, la misma que está enfocada a brindar un ambiente agradable con un talento humano de excelente presencia, con un estilo innovador, dirigido a aquellas personas que gustan de un buen café y disfrutar en reuniones de amistades, y así lograr satisfacer necesidades, deseos, gustos exigencias del cliente, ya que es de vital importancia en la actualidad, puesto que la competitividad aumenta día a día. Para el desarrollo de este trabajo se utilizó libros, folletos para verificar teorías, además con el apoyo de las técnicas del muestreo se aplicó entrevistas y encuestas a clientes, obteniendo de esta información valiosa para dar solución al problema y alcanzar los objetivos establecidos en un inicio. Se pensó en este proyecto ya que en la actualidad la mayoría de las personas llevan un ritmo de vida acelerado teniendo que realizar varias actividades, por lo que en muchas ocasiones no disponen de tiempo para preparar en casa sus desayunos o algún tipo de aperitivos, otros prefieren no desayunar por lo que optan en sufrir enfermedades, por tal razón decidimos brindar este servicio dando seguridad a la hora de elegir nuestros productos. En el primer Capítulo, se realiza una breve introducción acerca de la evolución de las cafeterías, desde pequeños sitios donde la atención se centraba en tomar una buena y caliente taza de café, siendo una costumbre en varios países del mundo. En el segundo capítulo, se centra en la investigación de la metodología a utilizar en la creación de la cafetería con servicio a domicilio. En el tercer capítulo, se considera el análisis e interpretación de los resultados obtenidos por medio de la encuesta empleada y aplicada en el mercado. En el cuarto capítulo, se detalla la propuesta en la cual se determina la existencia de la demanda insatisfecha, también se consideran los aspectos técnicos y operativos para conocer los recursos necesarios para el funcionamiento de la cafetería, A sí mismo se define la misión, visión, valores corporativos lo cual permitirá tener un correcto desenvolvimiento del personal tanto administrativo y operativo, también se demuestra la rentabilidad del proyecto, los cuales demuestran que el negocio es rentable.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE	VII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVI
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
TEMA	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS	5
OBJETIVO GENERAL.....	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
HIPÓTESIS.....	5
VARIABLES	6
ELEMENTOS LÓGICOS.....	6
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	6
CAPÍTULO I.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
1.1. ANTECEDENTES.....	9

1.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	10
1.2.1. Estudio de mercado	11
1.2.2. Estudio técnico	13
1.2.3. Estudio económico - financiero.	15
1.3. ASPECTOS LEGALES	16
1.3.1. Registro único de contribuyentes – ruc	17
1.3.2. Ley de Régimen Municipal.....	17
1.4. REQUISITOS PARA CADA INSTITUCIÓN	17
1.4.1. Cuerpo de Bomberos.....	17
1.4.2. Ministerio de Salud	18
1.4.3. Ministerio de Turismo.....	18
1.4.4. Permiso único de funcionamiento anual	18
1.4.5. Patente Municipal.....	18
1.4.6. Afiliación a la Cámara de Turismo	19
1.5. EVOLUCIÓN DE LAS CAFETERÍAS	19
1.5.1. Historia del café en Ecuador	22
1.5.2. Cafeterías en Ecuador	22
1.5.3. Como se determina la calidad del café.....	22
1.5.4. Tipos de café procesado	23
1.5.5. Preparación de cafés calientes.....	24
1.5.6. Preparación de infusiones	24
1.5.7. Conocimientos sobre infusiones	25
1.6. SERVICIO AL CLIENTE	26
1.6.1. Atención al cliente.....	27
1.7. MARCO CONCEPTUAL.....	28
CAPÍTULO II	31
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1.1. Investigación exploratoria o cualitativa	31
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	32

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	33
2.3.1. Investigación bibliográfica.....	33
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
2.4.1. Observación.....	34
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	34
2.5.1. Documental	34
2.5.2. Lectura científica.....	34
2.5.3. Alcance.....	35
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	35
2.6.1. Encuesta	35
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	35
2.7.1. Población.....	35
2.7.2. Muestra.....	36
2.7.3. Muestreo.....	36
2.7.4. Cálculo de la muestra	37
CAPÍTULO III.....	39
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	39
3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	39
3.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA	56
3.3. CONCLUSIONES	57
3.4. RECOMENDACIONES	58
CAPÍTULO IV.....	59
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014” ..	59
4.1. INTRODUCCIÓN	59
4.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	59
4.2.1. Objetivo general	59

4.2.2. Objetivos específicos	60
4.3. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO	60
4.4. ESTUDIO DE MERCADO	60
4.4.1. Demanda	61
4.4.2. Segmentación del mercado	62
4.4.3. Mercado objetivo	63
4.4.4. Oferta.....	63
4.4.5. Precio	64
4.4.6. Competencia: análisis de porter	65
4.4.7. Análisis foda del producto	67
4.4.8. Marketing mix.....	68
4.5. ESTUDIO TÉCNICO	73
4.5.1. Tamaño óptimo de un proyecto.....	74
4.5.2. Definición del tamaño	74
4.5.3. Factores determinantes del tamaño	74
4.5.4. Disponibilidad de financiamiento	75
4.5.5. Proceso de recepción de mercadería	75
4.5.6. Proceso de producción de menús	76
4.5.7. Macro localización.....	78
4.5.8. Micro localización.....	81
4.5.9. Localización del proyecto	83
4.5.10. Ingeniería del proyecto.....	83
4.5.11. Prestación del servicio y elaboración de los productos.....	85
4.5.12. Distribución de la oficina	86
4.5.13. Maquinaria y equipo	87
4.5.14. Control de enfermedades y aseo	90
4.5.15. Impacto ambiental.....	91
4.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	92
4.6.1. Misión	93
4.6.2. Visión	93
4.6.3. Valores corporativos	93

4.6.4. Organigrama.....	94
4.6.5. Políticas del establecimiento	96
4.6.6. Reglas.....	98
4.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	98
4.7.1. Activos fijos	98
4.7.2. Capital de trabajo	100
4.7.3. Financiamiento.....	101
4.7.4. Presupuesto de ventas	104
4.7.5. Gastos de publicidad	106
4.7.6. Gastos de ventas totales	107
4.7.7. Gastos administrativos anuales	107
4.8. EVALUACIÓN FINANCIERA	108
4.8.1. Determinación del punto de equilibrio.....	108
4.8.2. Cálculo del punto de equilibrio	109
4.8.3. Evaluación del proyecto	115
CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA	124

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: Variable independiente	7
CUADRO N° 2: Variable dependiente	8
CUADRO N° 3: Datos del censo año 2010	38
CUADRO N° 4: Edad	39
CUADRO N° 5: Género	40
CUADRO N° 6: Estado civil	41
CUADRO N° 7: Lugar de residencia.....	42
CUADRO N° 8: Solvencia económica	43
CUADRO N° 9: Desayuno en casa.....	44
CUADRO N° 10: Gustos y preferencias.....	45
CUADRO N° 11: Aperitivo que acompaña el desayuno.....	46
CUADRO N° 12: Frecuencia de café	47
CUADRO N° 13: Tiempo en el que toma café.....	48
CUADRO N° 14: Preferencia por el café	49
CUADRO N° 15: Café preferido	50
CUADRO N° 16: Consumo de café fuera de casa.....	51
CUADRO N° 17: Frecuencia de visita a restaurantes	52
CUADRO N° 18: Frecuencia de gasto	53
CUADRO N° 19: Contratación de un servicio	54
CUADRO N° 20: Medio de información	55
CUADRO N° 21: Cálculo de la demanda.....	62
CUADRO N° 22: Demanda unitaria.....	62
CUADRO N° 23: Establecimientos alimenticios de La Libertad.....	64
CUADRO N° 24: Precio de la competencia en el mercado.....	65
CUADRO N° 25: Activos fijos.....	88
CUADRO N° 26: Enseres de cocina.....	89
CUADRO N° 27: Activos fijos.....	99
CUADRO N° 28: Enseres de cocina.....	100
CUADRO N° 29: Capital de trabajo.....	100

CUADRO N° 30: Inversión total	101
CUADRO N° 31: Inversión total	101
CUADRO N° 32: Tabla de amortización	102
CUADRO N° 33: Tabla de amortización por períodos	102
CUADRO N° 34: Ingresos por producto capuchino.....	105
CUADRO N° 35: Ingresos por producto café y tostadas.....	105
CUADRO N° 36: Venta anual	106
CUADRO N° 37: Gastos de publicidad.....	106
CUADRO N° 38: Gastos de ventas totales	107
CUADRO N° 39: Gastos administrativos anuales.....	107
CUADRO N° 40: Punto de equilibrio (capuchino)	109
CUADRO N° 41: Datos punto de equilibrio	109
CUADRO N° 42: Punto de equilibrio (café y tostadas)	110
CUADRO N° 43: Datos punto de equilibrio	111
CUADRO N° 44: Estados de resultados proyectados	113
CUADRO N° 45: Estado de situación financiera proyectado	114
CUADRO N° 46: Cálculo del tir y van.....	116
CUADRO N° 47: Indicadores financieros.....	117
CUADRO N° 48: Flujo de efectivo	118
CUADRO N° 49: Período de recuperación de la inversión.....	119
CUADRO N° 50: Payback.....	120
CUADRO N° 51: Servicios básicos.....	120
CUADRO N° 52: Rol de pago	121

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: Elementos de un estudio de factibilidad	11
GRÁFICO N° 2: Edad	39
GRÁFICO N° 3: Género.....	40
GRÁFICO N° 4: Estado civil.....	41
GRÁFICO N° 5: Lugar de residencia	42
GRÁFICO N° 6: Solvencia económica	43
GRÁFICO N° 7: Desayuno en casa	44
GRÁFICO N° 8: Gustos y preferencias	45
GRÁFICO N° 9: Aperitivo que acompaña el desayuno	46
GRÁFICO N° 10: Frecuencia de café.....	47
GRÁFICO N° 11: Tiempo en el que toma café	48
GRÁFICO N° 12: Preferencia por el café	49
GRÁFICO N° 13: Café preferido	50
GRÁFICO N° 14: Consumo de café fuera de casa.....	51
GRÁFICO N° 15: Frecuencia de visita a restaurantes.....	52
GRÁFICO N° 16: Frecuencia de gasto.....	53
GRÁFICO N° 17: Contratación de un servicio	54
GRÁFICO N° 18: Medio de información.....	55
GRÁFICO N° 19: Café	69
GRÁFICO N° 20: Bebidas calientes.....	70
GRÁFICO N° 21: Bebidas frías.....	70
GRÁFICO N° 22: Aperitivos.....	71
GRÁFICO N° 23: Proceso de recepción de materia prima	75
GRÁFICO N° 24: Proceso de producción de menús.....	76
GRÁFICO N° 25: Macro localización provincia de Santa Elena	79
GRÁFICO N° 26: Micro localización	81
GRÁFICO N° 27: Límites del Cantón La Libertad	82
GRÁFICO N° 28: Malecón del Cantón La Libertad	83
GRÁFICO N° 29: Distribución de la planta	86

GRÁFICO N° 30: Medidas de prevención y mitigación	92
GRÁFICO N° 31: Organigrama de la cafetería	94
GRÁFICO N° 32: Gráfico de punto de equilibrio	110
GRÁFICO N° 33: Gráfico de punto de equilibrio	111

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Plano del cantón La Libertad	126
ANEXO B: Formato de encuesta	127
ANEXO C: Formato de entrevista	130
ANEXO D: Productos	132
ANEXO E: Ingredientes del café capuchino	133
ANEXO F: Café con tostadas	134
ANEXO G: Logo de la cafetería “El Aroma del Café”	135

INTRODUCCIÓN

Desde algunos años las cafeterías se han convertido en uno de los lugares muy importante en el mercado de servicios a nivel global. La tradición del café como un lugar de reunión con amigos o pasar el tiempo.

Para poder hablar sobre las cafeterías y sus factores se debe definir lo que es una cafetería. “La Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados (CANIRAC), la define como establecimientos que sirven solamente café como principal producto, quizá pudiendo ofrecer algo complementario como panecillos para acompañar”.

Las cafeterías tradicionales son establecimientos públicos en donde se transmiten un ambiente familiar, al mismo tiempo ofrecemos café, batidos, chocolate, zumos, refrescos e infusiones, también tenemos las comidas frías y calientes o a la plancha, como sándwiches, platos combinados, tostadas, tortitas, postres y helados.

La tradición del café como lugar de reunión de amigos, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para consumir, es representativa de algunas ciudades del mundo. A esa tradición pertenecen en la cultura occidental ciudades como París, Viena, Londres, donde con la excusa del café se pasa el tiempo, mientras que en países consumidores de café como Italia el tiempo destinado al sitio es mínimo.

Las cafeterías son habituales en cualquier lugar donde exista alto tráfico de gente con poco tiempo para un refrigerio, en las inmediaciones de lugares de trabajo, también se ha desarrollado sitios que disponen de un espacio propicio para la realización de reuniones o actividades empresariales, estos espacios brindan cierta diversidad de bebidas de café, estos lugares se caracterizan por tener un ambiente atractivo sin perder la seriedad de las personas de negocios que necesitan.

Las cafeterías continúan representando una clara oportunidad de rentabilidad, más aun cuando se caracteriza por un estilo innovador. No existen cafeterías dedicadas a brindar el servicio a domicilio, aunque es un lugar competitivo por ser un zona netamente comercial en el cual vamos a encontrar diversidad de productos que pueden ser sustitutos directos o indirectos, dado que sus habitantes pertenecen a un estrato social medio, y alto.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente se ha observado que en el cantón La Libertad, no cuenta con sitios de esparcimientos, que permita a ejecutivos, empleados, compañeros de colegio/universidad, trabajo o entre socios de negocio y poder departir un momento con amigos, conversar cómodamente en un ambiente agradable.

La prisa de los clientes, el hecho de que los locales de comidas rápidas estén al alcance de todos, el reconocimiento del producto y la marca, estos factores inciden en la acogida que han tenido las franquicias de comida rápida en el país.

Las personas han sentido la necesidad de buscar un lugar para poder dialogar un momento con amigos, platicar cómodamente en un ambiente agradable. Se contará con un servicio completo de cafetería, bebidas calientes, frías y aperitivos que acompañen su desayuno.

Otro de las comodidades que se dará a los consumidores es la comodidad de recibir en su oficina, su pedido a domicilio hecho previamente en la cafetería. Es por tal motivo que nace la idea de la creación de una cafetería con servicio a

domicilio, la misma que se encargará de receptar y distribuir los pedidos a los diferentes lugares de mercado, contribuyendo al desarrollo sostenible y económico de las Instituciones Públicas o Privadas.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

Como contribuye la creación de una cafetería en la atención de un servicio a domicilio dirigido al sector comercial y empresarial en la provincia de Santa Elena.

JUSTIFICACIÓN

La investigación del proyecto se realiza con el propósito de emprender un negocio nuevo que permita conocer la factibilidad del mismo. Esta investigación está orientada a satisfacer las necesidades del consumidor y a su vez brindar un servicio creativo, refiriéndonos a los servicios de alimentación gozan de una gran aceptación en el mercado, sin embargo ninguna se ha enfocado al servicio de entrega de domicilio.

Con la elaboración de este proyecto se espera generar fuentes de trabajo y contribuir con el desarrollo del país, se procede a realizar un estudio de mercado aplicando publicidad lo mismo que impulsará las ventas, aumentando los ingresos.

La inexistencia de empresas que ofrezca este tipo de servicio nos da la apertura de emprender un nuevo mercado por explotar, debido que existe una gran demanda que cubrir las necesidades de los consumidores.

En nuestro negocio dispondremos de una sala cafetería, donde los clientes podrán disfrutar tomando nuestros productos en un ambiente agradable y comfortable. Para los que no dispongan de mucho tiempo, como trabajadores de empresas cercanas, pero quieran disfrutar de nuestros cafés, dispondremos de un servicio

para llevar con envases especiales que mantendrán la bebida en perfecto estado sin perder su sabor natural.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la contribución de la cafetería en la calidad de servicio a domicilio mediante un estudio que involucre a los inversionistas, sector comercial y empresarial, en la elaboración de un Estudio de Factibilidad para la creación de una cafetería que brinde servicio a domicilio, contribuyendo con el desarrollo del área empresarial y comercial en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de mercado para determinar gustos y preferencias de nuestros consumidores.
- Establecer un nivel de precios que se va a ofrecer en la cafetería en el cual nuestros clientes están dispuestos a adquirir por nuestros productos.
- Delimitar el área geográfica a la que se le va a ofrecer nuestro servicio.
- Evaluar la propuesta de creación de una cafetería que brinde el servicio a domicilio.

HIPÓTESIS

La creación de la cafetería, permitirá brindar una solución del problema y la poca oferta de servicio a domicilio, que existe en la zona empresarial y comercial del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

VARIABLES

- Independiente: Estudio de factibilidad
- Dependiente: Creación de una cafetería con servicio a domicilio

ELEMENTOS LÓGICOS

Si, entonces sí.

- Hipótesis Nula (Ho): La creación de una cafetería con servicio a domicilio, promoverá el desarrollo del área empresarial y comercial del cantón La Libertad.
- Hipótesis Trabajo (Ha): El desarrollo económico del cantón La Libertad, depende de la creación de una cafetería con servicio a domicilio para cubrir una demanda insatisfecha.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

- Variable independiente
- Variable dependiente

CUADRO N° 1: Variable Independiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA QUE BRINDE EL SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA”	Variable Independiente Estudio de factibilidad	Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos: • Operativo. • Técnico. • Económico	Oferta Demanda Marketing mix Estudio Técnico Evaluación Financiera	- Oferta - Demanda - Producto - Precio - Plaza o lugar - Promoción -Comercialización - Tamaño del proyecto - Localización - Distribución en planta - Equipo -Servicio posventa -Calidad de la marca -Precio de la maquinaria -Costo fijo -Costo totales -Punto de equilibrio -Gastos de venta -Inversión inicial -Tasa de interés -Gastos administrativos, Gastos financieros -Ingresos, egresos -Depreciación y amortizaciones -Balance de situación general -Estado de Resultado - Flujo de Efectivo	1. ¿Ud. Suele desayunar en casa? Si No 2. ¿Qué tan seguido Ud. Toma café? Todos los días. Dos o tres veces a la semana. Cuatro o cinco a la semana. No consume. Otros. Especifique:..... 3. ¿Tiene Ud. alguna preferencia especial en café? Normal Bajo en cafeína Descafeinado 4. ¿Consume café fuera de su casa? Si No 5. ¿Cuántas veces acude a un lugar para tomar desayuno? Diariamente Tres veces a la semana Una vez por semana Cada quince días 6. ¿Cuánto suele gastar en una cafetería? De 3,00 - 5,00 De 6,00 - 8,00 De 9,00-12,00 7. ¿A través de que medio le gustaría recibir información del servicio de la nueva cafetería? Radio Volantes Internet Vallas publicitarias Redes sociales	Encuestas Entrevistas

Fuente: Variables

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CUADRO N° 2: Variable Dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
<p>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA QUE BRINDE EL SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA</p>	<p>Variable Dependiente Creación de la Cafetería</p>	<p>Cafetería es un establecimiento que, además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, sirvan al público mediante precio, principalmente en la barra o mostrador, y a cualquier hora, dentro de las que pertenezca abierto el establecimiento, platos fríos y calientes, simples o combinados, confeccionados de ordinario a la plancha para refrigerio rápido.</p>	<p>Nivel de aceptación</p> <p>Operatividad de la Empresa</p> <p>Rentabilidad de la empresa</p>	<p>-Consumo -Calidad de Servicio -Necesidad -Competitividad -Posicionamiento de marca</p> <p>-Consumo -Calidad de Servicio -Necesidad -Competitividad -Posicionamiento de marca</p> <p>-Planificación de inversión -Margen de ganancia -Volumen de venta -Tiempo de recuperación de la inversión -Valor presente neto -Tasa interna de retorno - Costo vs Beneficio</p>	<p>2. ¿Qué le gusta a Ud. consumir durante su desayuno? Café Pan Jugos Naturales Huevos Bebidas Aromáticas Otros Especifique:.....</p> <p>3. ¿Con qué aperitivo Ud. prefiere acompañar su desayuno? Bolones Tortillas de verde Humitas Patacones Empanadas Otros Especifique:.....</p> <p>5. ¿A qué hora del día Ud. toma café? En la mañana. En la tarde En la noche Todo el día</p> <p>7. ¿Cuál de las siguientes opciones es su café preferido? Solo Con leche Capuchino Con licor Otros Especifique:.....</p>	<p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p>

Fuente: Variables
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES

La Industria Alimenticia es probablemente la más grande y más importante del mundo. En épocas antiguas las personas únicamente podían comer lo que producían o encontraban. A través de los años esta industria ha evolucionado de tal modo que en la actualidad obtener los alimentos son casi ilimitados.

Los hábitos de compra y consumo han cambiado sustancialmente, el entorno competitivo es mucho más complejo, porque han aparecido nuevas fórmulas comerciales y nuevos sistemas de venta que obligan al pequeño empresario a adaptarse rápidamente para sobrevivir y competir.

La incorporación de la mujer de forma masiva al trabajo ha dado un giro de cambio y condiciones económicas, ergonómicas adecuadas para desempeñar correctamente sus funciones, entorno de trabajo.

En la vida cotidiana la mayoría de las personas llevan un ritmo de vida acelerado teniendo que realizar varias actividades por lo que muchas veces no tienen tiempo para preparar en casa sus desayunos o algún tipo de aperitivo que complementen sus comidas, algunos optan por no desayunar por lo que corren el riesgo de sufrir alguna enfermedad digestiva, por esto decidimos brindar una opción que les ahorre tiempo y que les brinde la seguridad de estar consumiendo productos de calidad.

En el cantón La Libertad en su gran totalidad las personas se dedican a las actividades turísticas y comerciales es reconocido como el corazón comercial de

la provincia, cuenta con un malecón con una mayor afluencia de turistas y peninsulares, con una variedad de restaurantes de comidas típicas para el deleite de los visitantes, además cuenta con sitios atractivos y de sana diversión.

Por diversos motivos se procede a la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una cafetería con servicio a domicilio, perteneciente a la industria de preparación de alimentos, cubriendo una necesidad insatisfecha en el sector, logrando el desarrollo económico de los habitantes del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

1.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Se entiende como factibilidad a la disponibilidad de recursos necesarios para cumplir con los objetivos de una actividad o proyecto.

Según (Blanco, 2007), el principal objetivo del estudio de factibilidad de un proyecto es:

Determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN).

Así mismo (Blanco, 2007), “expresa que el resultado integral de evaluación no debe centrarse sólo en los resultados que se obtengan de las herramientas financieras (valores del VPN y TIR)”.

Esto nos indica la pertinencia de la evaluación como un todo de los aspectos del mercado, técnicos y financieros, ya que cada uno de estos aspectos permite obtener información crítica para evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto. Por lo anteriormente expuesto, un estudio de factibilidad para los proyectos de inversión se compone de:

GRÁFICO N° 1: Elementos de un estudio de factibilidad



Fuente: Relación entre elementos de un proyecto de inversión
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

1.2.1. Estudio de mercado

Para (Blanco, 2007), el objetivo principal de un estudio de mercado es “determinar la viabilidad de colocar productos o servicios en un mercado específico, medir los riesgos y posibilidades de éxito de dicha colocación”.

(Blanco, 2007), y (Palacios, 2005) coinciden que el estudio de mercado comprende lo siguiente:

1.2.1.1. Descripción del producto o servicio, características y usos

Se define como producto o servicio a la descripción y características medibles (pudiendo ser un bien o producto) o intangibles (servicio), a quien está elegido en caso de ser utilizado para consumo final.

1.2.1.2. Demanda

Representa la estimación de las cantidades y unidades del servicio o producto que requiere los potenciales compradores y al segmento que está dirigido.

1.2.1.3. Oferta

Es la cantidad de productos que se encuentra en el mercado, y es importante saber los elementos cuantitativos y cualitativos de la competencia; ubicación, cantidad, características de los productos, capacidad instalada y utilizada. Nos va a permitir que el producto o servicio obtenga ventajas competitivas y comparativas.

1.2.1.4. Mercado Potencial

Para alcanzar un mercado potencial y obtener posicionamiento del producto o servicio que brindemos se debe establecer estrategias altamente competitivas con el fin de acaparar mercado, teniendo como resultado una demanda satisfecha esto nos generaría a futuro una apertura de más locales cercanos.

1.2.1.5. Formación del precio

Es el costo del servicio o producto que se oferta en el mercado, para establecer dichos valores se debe determinar un estudio minucioso de los precios en relación

con productos sustitutos o similares. Cabe recalcar que este valor se refleja en la deducción de los ingresos de los productos.

1.2.1.6. Canales de comercialización

Estos canales de distribución tienen la finalidad de resaltar el producto desde el punto de fabricación hacia cada uno de los destinos de nuestros productos a comercializar, esto nos representa una parte económica que nos genera utilidad.

1.2.2. Estudio Técnico

Para (Blanco, 2007), “el objetivo principal de este estudio es:

Determinar la infraestructura necesaria para el proyecto y así poder especificar la capacidad instalada y utilizada de la empresa”. De este estudio también se obtienen los costos de inversión y de operación en los procesos de producción.

1.2.2.1. Cronograma de la proyección

El cronograma de proyección nos indica la etapa de ejecución del proyecto, que consiste en el inicio de las instalaciones e infraestructura, y la terminación del proyecto.

1.2.2.2. Localización del proyecto

La localización del proyecto consiste en el lugar donde se ejecuta el proyecto, con sus respectivas instalaciones.

1.2.2.3. Infraestructura de servicios

En esta etapa se establece los servicios básicos a utilizar: agua, vías de comunicación, luz eléctrica, sistemas de cloacas, telefonía móvil, telefonía fija.

1.2.2.4. Tecnología utilizada

Aquí comprende las maquinarias totalmente equipado apto para la producción, además se especifica las características, beneficios, precios en caso de utilizar tecnología de primera calidad detallar las opciones para un correcto manejo.

1.2.2.5. Proceso de producción

En esta etapa se detalla paso a paso el proceso productivo de materias primas requeridas, dando origen los valores de cada uno. En este segmento se relaciona con los resultados obtenidos del estudio técnico y del estudio de mercado.

1.2.2.6. Desechos y pérdidas del proceso

En lo referente a los desechos nocivos de producción en materia prima en el área de producción se reflejan los valores de pérdidas en dicha elaboración de productos, del cual debemos tomar medidas correctivas.

1.2.2.7. Control de calidad

Aquí se debe detallar el control de calidad a utilizar en el personal adecuado, con su respectiva inversión referente, las actividades necesarias para asegurar un buen control en la parte productiva.

1.2.2.8. Volumen de ocupación

Se especifica la organización del personal de la empresa; a continuación se detalla los cargos y puestos de cada uno de los departamentos y por orden jerárquico, participación en préstamos sociales, número de horas laborables por jornada, días laborables por mes y por año, turnos de trabajo diario, definición de sueldos y salarios por cargo durante el primer año.

1.2.2.9. Capacidad instalada y utilizada

La capacidad utilizada va a depender del comportamiento del mercado mientras que en la capacidad instalada se detalla el alto nivel de fabricación que se tiene como meta a adquirir en algún momento de la proyección, se puede pronunciar de forma porcentual (100% de la capacidad) o de forma absoluta (cantidad de unidades producidas).

1.2.3. Estudio económico - financiero.

Con los estudios previos se logra obtener los costos tanto de inversión como de operación y los ingresos. Para (Blanco, 2007), “este estudio se construye con la información resultante del estudio de mercado y estudio técnico y la transforma en valores, es por ello que el objetivo principal de este estudio es organizar y procesar la información que se tiene para la obtención de resultados que sirvan de base para su evaluación”.

Según el mismo autor, para lograr esta evaluación es necesario analizar los siguientes elementos:

- Elementos de infraestructura y estructura
- Maquinaria y equipos de producción
- Estudios y proyectos
- Inversión Total
- Depreciación y Amortización
- Financiamiento de Terceros
- Nómina
- Materias Primas
- Ingresos
- Gastos de Fabricación
- Estado de Resultado

Así mismo (Blanco, 2007), indica que luego de haber obtenido las variables y los parámetros del proyecto desarrollado en los elementos anteriormente mencionados, se procede a evaluar los resultados.

Para ello es necesario analizar:

- Valor agregado
- Punto de equilibrio
- Capital de trabajo
- Flujo de fondos
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Valor Presente Neto (VPN)

1.2.3.1. Análisis de sensibilidad

Para (Blanco, 2007), “adicional a los estudios ya mencionados, recomienda realizar el estudio de sensibilidad a fin de determinar las posibles desviaciones que se pueden presentar a los resultados obtenidos cuando se somete al proyecto a ciertos factores de riesgos.

Esto significa que este análisis permite observar el comportamiento de los indicadores al variar ciertas cifras claves para el resultado final, de este modo se puede observar cuan sensible es el proyecto”.

1.3. ASPECTOS LEGALES

La determinación de los aspectos legales es de vital importancia para la realización del presente proyecto, ya que se debe cumplir con normas y requisitos para la implementación del proyecto. Para la creación de la cafetería en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena es necesario especificar los trámites que se requieren para legalizarlo y ponerlo en marcha.

1.3.1. Registro único de contribuyentes – RUC

Para la emisión del registro único de contribuyente por ley se establece que toda persona natural que ejerza una actividad económica en diferentes actores está obligada a registrarse, por una sola vez, en el servicio de renta internas, SRI.

Debe solicitarse en los 30 días hábiles después de iniciadas las actividades económicas.

- Original y copia de cédula de ciudadanía.
- Original y copia de planilla de luz, agua o teléfono del lugar de donde funcionará el negocio.
- Original y copia del certificado de votación.

Una vez obtenido el Ruc, es necesario solicitar a una imprenta autorizada la emisión de comprobantes de ventas.

1.3.2. Ley de Régimen Municipal

Mediante la aplicación de la ley de régimen municipal, se inspeccionan y se otorgan los permisos pertinentes para que realice una actividad comercial.

1.4. REQUISITOS PARA CADA INSTITUCIÓN

1.4.1. Cuerpo de Bomberos

Una vez realizada la inspección, todos aquellos negocios en los cuales se congregate un número considerable de personas, como son: centros comerciales, restaurantes, hoteles, entre otros. Deben cumplir con todos los requisitos que el cuerpo de bomberos exige para que se pueda brindar una correcta seguridad a los consumidores o clientes que acudan al establecimiento.

Documentos requeridos:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- Original y copia del certificado de votación.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la factura de compra de extintor (el tamaño y número de extintores dependerá del local).

1.4.2. Ministerio de Salud

Esta entidad es la encargada de otorgar los permisos de sanidad y el carné correspondiente a los trabajadores de los establecimientos en los que se expenden alimentos y bebidas.

1.4.3. Ministerio de Turismo

El ministerio de turismo es el ente encargado de regular y fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados. Uno de sus objetivos estratégicos es posicionar al turismo como eje del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

1.4.4. Permiso único de funcionamiento anual

- Copia del certificado de la afiliación a la cámara de turismo

1.4.5. Patente Municipal

Este permiso o documento se lo obtienen en el municipio del cantón La Libertad, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Registro único de contribuyente (RUC)

- Copia de la cédula de identidad.
- Papeleta de votación
- Formulario de declaración para obtener la patente (costo 0,25 centavos)

1.4.6. Afiliación a la Cámara de Turismo

Al afiliarse a la cámara de turismo, requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Fotocopia de la cédula de identidad
- Llenar la solicitud de afiliación

1.5. EVOLUCIÓN DE LAS CAFETERÍAS

Una cafetería, cafetín o simplemente un café es un lugar donde se expende café y otras bebidas, donde a veces se sirve aperitivo y comida. La tradición del “café” como lugar de reunión, pasar el tiempo con amigos, en un ambiente cálido y acogedor.

Existen también otros tipos de negocios similares, aunque en ocasiones un mismo establecimiento puede compartir características de todos ellos a la vez: la cafetería, o simplemente café, que recibe generalmente un público selecto, y a varios miembros de una familia, dispone también de mesas con sillas para que los clientes puedan permanecer mayor tiempo, donde se sirven aperitivos y comidas, una cafetería comparte algunas características de un bar y de un restaurante.”

Una cafetería no enfatiza, ni siquiera ofrece bebidas alcohólicas, en lugar se enfoca específicamente en el café, té o chocolate con leche. Otras comidas pueden variar entre pan, sandwichés, postres, helados que complementan su comercio.

La mayoría de las personas tienen gustos y preferencias a la hora de consumir una bebida caliente (café), lugares concurridos como las cafeterías continúan siendo sitios de reunión para olvidarse por un momento de problemas cotidianos de la vida o la socialización de amistades en el desarrollo de negocios. El consumo de esta bebida estimulante y relajante da origen a la atracción y costumbres para nativos y turistas.

La cafetería es un negocio en constante progreso que continúa representando una oportunidad rentable en el mercado, estos influyen en el crecimiento es cierto que este negocio es la clave para captar la atención de los potenciales clientes y lograr el éxito que se conviertan en beneficios, cabe recalcar que las cafeterías tiene una gran afluencia de consumidores del café, dentro del sector no existe lugares que presten dicho servicio lo cual genera una ventaja competitiva en relación con otros lugares que ofrecen dicho servicio con otro enfoque. El hábito de consumir café no solo debe destacarse en el producto sino quedar plasmado por ser un producto de alta calidad.

Uno de los aspectos básicos en una cafetería es ofrecer un servicio de alta calidad, prestigio, imagen corporativa (decoración), y es ineludible atender estos factores que son pilares principales y fidelizar a nuestros los clientes.

Cuando se ha alcanzado el reconocimiento de marca, es muy notorio la presencia de clientes lo cual genera rentabilidad. La decoración, el producto y el servicio que brindan resultan muy atractivos para el público, creando un ambiente placentero. Para lograr estos componentes se debe tener un marketing apropiado.

Las cafeterías se clasifican en: “especial”, “primera” y “segunda”, cuyos distintivos son respectivamente, tres tazas, dos tazas y una taza, en países de la Unión Europea y Estados Unidos.

En el caso de Ecuador, el Reglamento Hotelero dice que:

Las cafeterías de segunda categoría tienen las siguientes características:

- Instalaciones:
 - a) Entradas: Una sola entrada para los clientes y personal de servicio y mercancías.
 - b) Teléfono, servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres.
 - c) Sala comedor. Con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría.
 - d) Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos, almacenes y extractor de humos.
 - e) Mobiliario. Decoración, vajilla, cubertería, cristalería, mantelería y servilletas acordes a su categoría.
 - f) Dependencias del Personal de Servicio, Servicios Higiénicos.

- Servicios:

La carta de platos y bebidas englobará a todos los servicios que presten, tanto platos fríos, calientes, simples o combinados, así como toda clase de bebidas sean o no alcohólicas.

Incluirán los siguientes platos como mínimo por la categoría “a) Cafeterías de segunda:

- Cinco platos (dos de carne, dos de pescados y uno varios)

Personal de la categoría “a) Cafeterías de segunda:

- El personal en contacto con el público se presentará aseado y limpio y usando prendas apropiadas que le identifiquen como tal.

1.5.1. Historia del café en Ecuador

Históricamente la llegada del café a Ecuador ha sido uno de los productos más destacados en las exportaciones agrícolas del país. Asimismo y conjuntamente con el cacao y el banano han generado fuente de empleo y de divisas para la economía ecuatoriana, además surgió el desarrollo de otras actividades económicas como el comercio justo, la industria, entre otras.

1.5.2. 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.

(Leiva Chacón, M. (2007), Diseño interior de un café cultural, Tesis de Grado)

1.5.3. Como se determina la calidad del café

No hay mejor prueba de la calidad de un café que degustarlo en la taza. Allí se combinan todos los elementos que componen el gusto, que van desde la especie de la planta al método de beneficio, y del país de origen a las técnicas de producción.

En definitiva, son las cualidades organolépticas desarrolladas en la torrefacción, reveladas en la taza de café, y sometidas a los sentidos gustativos y olfativos de los expertos, las que deciden la calidad y el valor del café. Las empresas

compradoras cuentan con degustadores que deciden de acuerdo con su experiencia. (www.agrotendencia.com – www.centraldelcafe.com).

1.5.4. Tipos de café procesado

1.5.4.1.1. Café soluble

Polvo de café que no deja borra, diluyéndose completamente en el agua. Es un producto industrial, elaborado a partir de una alta concentración de la bebida, que se somete a un proceso de deshidratación para formar un fino granulado de cristales de café puro. Para prepararlo, sólo se le añade agua caliente y azúcar.

1.5.4.1.2. Café instantáneo

Polvo o gránulos de café que pueden ser reconstruidos adicionando simplemente agua caliente, y es obtenido industrialmente atomizando o liofilizando el café preparado para removerle el agua.

1.5.4.1.3. Café descafeinado

Normalmente se encuentra siempre soluble, aunque también lo podemos encontrar en grano. Se trata de un café sometido a ciertos procedimientos con el fin de hacerle perder gran parte de la cafeína que contiene. Conservando su sabor y aroma.

El proceso consiste en reblandecer los granos de café sometiéndolos a la acción del vapor. Una vez reblandecido se les aplica disolvente que produce la separación de la cafeína de los granos del café.

Se elimina este disolvente también por vapor y posteriormente se secan los granos. (www.cafeimperial.com)

1.5.5. Preparación de cafés calientes

Los más conocidos son:

- Cortado.- Café en taza de moka, con unas gotas de leche.
- Con leche.- En taza mediana mitad café, mitad leche. Si es para desayuno o merienda se sirve en taza mayor, y con mayor proporción de leche, siempre a gusto del cliente.
- Capuchino.- En taza mediana o en vaso se infundiona un café; aparte, se calienta leche en la cafetera, sin introducir apenas el vaporizador para hacer espuma; se vierte sobre el café, con la ayuda de una cucharilla, para que solamente caiga la espuma.
- Americano.- Café solo presentado en taza grande y acompañado de una jarrita de agua hirviendo.

1.5.6. Preparación de infusiones

Las más frecuentes son manzanillas, tila, hierbabuena y té.

Su preparación se basa simplemente en poner en una tetera agua hirviendo, generalmente de la cafetera, y a continuación una bolsita de la infusión solicitada. Únicamente en el caso del té existen algunas observaciones, ya que puede ir con limón o con leche.

Si lo piden con limón se pondrá la tetera con el agua hirviendo y la correspondiente bolsita, acompañada de una jarrita de agua hirviendo y unas rodajas de limón, que pueden llevar un palillo pinchado para que el cliente le sea más fácil servírselo.

En el caso de té con leche, se servirá la tetera con el agua hirviendo, la jarrita de agua hirviendo aparte y otra jarrita con leche fría.

1.5.7. Conocimientos sobre infusiones

1.5.7.1.1. Té

Es la infusión obtenida de las hojas procedentes de unos arbustos originarios de China. Precisamente fue allí donde por primera vez se empleó como infusión, hacia el año 350 de la era cristiana. Más tarde de fue difundiendo su empleo por toda Asia e India, hasta 1.550 llegó a Venecia. En Europa no tuvo gran aceptación en principio, hasta que los ingleses lo adoptaron como bebida nacional, alrededor del año 1.700. Actualmente el principio productor mundial de té es la India, Ceilán, China, Japón, Rusia, Indonesia y Pakistán. La procedencia no influye notoriamente en su calidad, mientras que sí lo hace el proceso de tratamiento que se dé a sus hojas.

1.5.7.1.2. Manzanilla

Se obtiene de las inflorescencias de la camomilla, dejándolas secar. Es muy apreciada por sus efectos beneficiosos sobre el aparato digestivo, así como por su poder antiséptico. Existen dos variedades: la amarga y la dulce.

1.5.7.1.3. Tila

Se obtiene de la flor y las hojas de tilo, árbol de gran altura. Es de la misma familia de la marihuana, se emplea en seco y posee virtudes sedantes y antiespasmódicas, lo que la hace ser muy apreciada.

1.5.7.1.4. Menta

Se trata de la planta herbácea así conocida. Se emplea seca y es utilizada en infusiones como las anteriores.

(Libro Bar y Cafetería: Manual Profesional (Rafael Espantaleón, 2.010). Autor: Rafael Espantaleón, Manuel de Juana Pag. 70, 71, 72, 73)

1.6. SERVICIO AL CLIENTE

Independientemente de que nuestra empresa sea pública, privada, multinacional, gran empresa, mediana, pequeña, con actividades industriales o de servicios, sea cual sea la tarea que desarrollamos en ella, todos los miembros de la empresa estamos en el servicio al cliente.

El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y clave de su éxito o fracaso. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo.

Esto quiere decir que cualquiera que sea el tipo de actividades que desempeñe una empresa o institución se encuentra sujeta al contacto con el cliente sin importar el producto o servicio que estamos dedicados a ofrecer, está en nuestras manos el tipo de atención al cliente o el valor agregado que brindamos.

Todo aquello que apliquemos en un área de la empresa es aplicable a las demás, estén directa o indirectamente implicadas en el servicio al cliente.

Como una definición amplia que se puede dar del servicio al cliente podría ser la siguiente: “Todas las actividades que ligan a la empresa con sus constituyen el Servicio al Cliente”.

Actividades tales como:

- Las actividades para asegurar que el producto/servicio se entrega al cliente a tiempo, unidades y presentación adecuadas.

- Las relaciones interpersonales establecidas entre la empresa y clientes.
- Los servicios de reparación, asistencia y mantenimiento postventa.
- El servicio de atención, información y reclamaciones de clientes.
- La recepción de pedidos de la empresa.

1.6.1. Atención al cliente

Para este proyecto, se empleará las 10 reglas principales de la atención al cliente en bares y cafeterías a continuación las siguientes:

- 1) Esfuérzate en conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
- 2) Considera tu imagen personal como parte del servicio.
- 3) Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
- 4) Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
- 5) No digas NO, busca una solución.
- 6) Escucha con atención y exprésate con claridad.
- 7) Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
- 8) Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo.
- 9) Interésate en aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
- 10) Conoce bien el destino en el que te encuentras.

(<http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversión/proyecto-inversion.shtml>)

La cafetería es una propuesta innovadora y original ofreciendo un servicio de calidad en un ambiente atractivo que permitirá al cliente se sienta a gusto como en casa deleitándose de un café acompañado de un exquisito menú.

Esta cafetería incluirá la venta de sánduches y postres, además de exquisitos sabores del café en diferentes presentaciones, bebidas calientes y frías, con los

más altos estándares de sabor y calidad que ninguna otra cafetería podría proporcionar.

El ambiente que se ofrecerá será diferente en relación a otras cafeterías pues está dirigido a un target de clientes exclusivos exigentes que se deleitan del buen aroma del café y un servicio de alta calidad, también se brindará satisfacción a los potenciales clientes ofreciéndoles un ambiente que esté de acuerdo a sus expectativas y exigencias.

1.7. MARCO CONCEPTUAL.

Para la mejor comprensión del proyecto se indica el significado de las siguientes palabras.

Activo Fijo.- Se considera como activo fijo, al conjunto de bienes duraderos que posee una entidad para su uso.

Amortización.- Rembolso del principal de los préstamos recibidos, de acuerdo al cronograma de vencimientos, del contrato, mediante cuotas periódicas generalmente iguales.

Benchmarking.- Es una técnica o herramienta de gestión que consiste en tomar como referencias aspectos de nuestra competencia, adaptarlos a nuestro negocio o empresa.

Cafeterías.- Establecimientos que sirven al público refrigerios rápidos, platos simples o un poco elaborados y bebidas en general, sean alcohólicas o no alcohólicas tales como: café, té, cerveza, etc.

Calidad.- Propiedad inherente a algo que juzga su valor, es la capacidad de un producto para satisfacer las necesidades y exigencias de un cliente.

Emprendimiento.- Proviene del francés empresario (pionero), es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objeto de aprovechar una oportunidad que le brinda el mercado.

Demanda.- Es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.

Estudio de Factibilidad.- Análisis de un proyecto, que determina la posibilidad de ser realizado en forma efectiva. Los aspectos operacionales (funcionamiento), económicos, (costo/beneficio) y técnicos (posible ejecución); son partes del estudio. Los resultados de un estudio de factibilidad proveen datos para una decisión de iniciar el proyecto.

Mercado Meta.- El significado del mercado meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar. Al mercado meta también se lo conoce como mercado objetivo o target.

Oferta.- Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado. Esta determina por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados entre otros.

Precio.- Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

Producto.- Es todo aquello susceptible a ser ofrecido para satisfacer una necesidad o deseo.

Servicio.- Es un conjunto de actividades que busca responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas.

Valor Agregado.- Valor extra que se entrega al cliente para lograr posicionar el producto.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con Cerda citado por Bernal Torres, César A. (2010), la metodología es:

El conjunto de aspectos operativos del proceso investigativo, y que es la concepción más conocida en el ambiente académico en general. Por ello, cuando se alude a la investigación es usual referirse a la metodología como a ese conjunto de aspectos operativos indispensables en la realización de un estudio”. (Pág., # 59)

El marco metodológico está referido al momento que alude al conjunto de procedimientos lógicos y operacionales implícitos en todo proceso de investigación. En otras palabras, el fin esencial del marco metodológico es el que se sitúa a través de un lenguaje claro y sencillo, los métodos e instrumentos que se emplearon así como el tipo y diseño de la investigación.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación es un protocolo en el cual se especifican las tareas que demanda la ejecución de una investigación; con un propósito, el objetivo de estudio; el diseño combina teoría, metodología y técnicas.

1.7.1. Investigación exploratoria o cualitativa

La presente investigación se desarrolla considerando la investigación cualitativa, ya que se obtuvo también información de manera directa mediante las respectivas encuestas y entrevistas en las que se recopiló información en base a criterios de los consumidores.

El estudio de la investigación, es basado en la técnica de la observación y se toma nota de todas las actividades que cada uno realiza en el rol que desempeña dentro de la cafetería. Datos estadísticos como: tiempo de espera, demoras en el servicio. Actitudes como: amabilidad, cortesía, conductas observables como: rapidez, lentitud, cualificación, competencia a la hora de brindar el servicio.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En cuanto a la modalidad de investigación se realizó como proyecto factible porque estos se asienta en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta viable para satisfacer las necesidades de los clientes o resolver un problema. Para su formulación y ejecución se apoya en investigaciones de tipo bibliográfica, de campo, e histórica, que son las que más se ajustan al objeto de investigación.

Sciarrá S (2009), considera que el proyecto factible, comprende varias etapas entre ellas:

- Procedimiento metodológico.
- Planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta.
- Diagnóstico. Actividades y recursos que se van a utilizar en la aplicación del estudio de factibilidad para la creación de una cafetería que brinde el servicio a domicilio, contribuyendo con el desarrollo del área empresarial y comercial en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.
- Análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del estudio de factibilidad para la creación de una cafetería que brinde el servicio a domicilio, contribuyendo con el desarrollo del área empresarial y comercial en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación más utilizada en el proceso del trabajo de titulación son los siguientes que analizamos a continuación:

2.3.1. Investigación bibliográfica

El estudio se basó en la utilización de fuentes primarias en el caso de documentos y secundarias en el caso de libros, revistas, folletos, actas de reuniones, circulares, oficios, internet y todos aquellos que contengan información relevante para el estudio con sus diferentes fuentes bibliográficas.

Este tipo de investigación tiene un ámbito determinado, su originalidad se refleja en el manejo de documentos y libros que permitan conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios y conceptualizaciones, análisis, conclusiones, recomendaciones de los diferentes autores y de la institución en estudio, con el propósito de ampliar el conocimiento y dar soluciones óptimas al problema.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología a utilizar en el estudio de factibilidad para la creación de una cafetería con servicio a domicilio, contribuyendo con el desarrollo del área empresarial y comercial del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, es necesario seguir un estudio de investigación. Para efecto de este proyecto, se utilizará el proceso de investigación sugerido por Hernández Sampieri Roberto, (2011).

Para la recopilación de información acerca del mercado de la empresa se empleará una investigación de campo, utilizando métodos teóricos y métodos empíricos (observación directa y encuesta).

2.4.1. Observación

La información de esta técnica se obtiene a través de la observación del individuo y sus reacciones frente a determinado bien o servicio.

La observación como procedimiento de investigación puede entenderse como “el procedimiento mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para todo proceso de investigación se requiere del uso de diversas técnicas que le permitan al investigador obtener toda la información o datos necesarios para el desarrollo del trabajo científico.

De acuerdo con la concepción antes señalada, la técnica utilizada para el desarrollo del siguiente trabajo de titulación son los siguientes que analizaremos a continuación:

2.5.1. Documental

En los documentos que me basaré para realizar este estudio es por medio del Internet, investigaciones de tesis, y de otros libros que ayuden para el estudio.

2.5.2. Lectura científica

Mediante esta técnica permitió ampliar el conocimiento del fenómeno en estudio, y realizar las propias conclusiones que permitieron profundizar el desarrollo de la investigación.

2.5.3. Alcance

Para efectos del proyecto se llevará a cabo el proceso de investigación planteado por (Baptista, Hernández, & Fernández, 2010). Es importante especificar el alcance y el tipo de la investigación que se utilizará para la realización del proyecto.

Para llevar a cabo el estudio de factibilidad se eligió el método descriptivo; ya que la variable a estudiar es la localidad del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena, ya que éste cantón es netamente comercial, ya que sería una fuente de ingreso permitiendo un desarrollo sostenible, económico y social del mencionado sector.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.6.1. Encuesta

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

De acuerdo con Bernal Torres, César A. (2010) define a la población como “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas la unidades de muestreo”. (Pág., # 160).

Según Jana citado por Bernal Torres, César A. (2010) define a la población como “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia: o bien, unidad de análisis”. (Pág., # 160).

Ecuador se ha caracterizado por ser un país donde el comercio es una fuente importante de ingresos para sus habitantes, tanto que la provincia de Santa Elena depende de esta fuente de ingresos ya que un porcentaje importante de su población ejerce esta actividad, que se ha convertido en un motor fundamental para el desarrollo económico de la provincia, donde su población ha logrado mejorar esta actividad.

2.7.2. Muestra

La muestra es aquella parte representativa de la población, que se selecciona para realizar el estudio. Una muestra debe ser representativa, es decir, deba reflejar las características esenciales de la población que se desea estudiar. En este caso nos dio una muestra de 384 encuestados.

2.7.3. Muestreo

El muestreo es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

Existen dos tipos de muestreo:

- Muestreo Probabilístico
- Muestreo no Probabilístico

2.7.3.1. Muestreo probabilístico

Los métodos de muestreo probabilísticos son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño no tienen la misma probabilidad de ser elegidas.

2.7.3.2. Muestreo no probabilístico

En este tipo de muestreo, puede haber clara influencia de la persona o personas que seleccionan la muestra o simplemente se realiza atendiendo a razones de comodidad.

Salvo en situaciones muy concretas en la que los errores cometidos no son grandes, debido a la homogeneidad de la población, en general no es un tipo de muestreo riguroso y científico, dado que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra.

2.7.4. Cálculo de la muestra

La población de estudio está dirigida al sector comercial y empresarial de la provincia de Santa Elena.

2.7.4.1. Tamaño de la muestra

Paredes Garcés, Wilson y Paredes de la Cruz, Nataly (2011), dice que:

La muestra descansa en que una parte de la población representa al todo y por lo tanto refleja en ciertas medidas las características que define la población de la cual fue extraída”. (Pág., # 34).

La población de la provincia de Santa Elena, según la información del INEC, la cual indica en el último censo del año 2010, que la provincia de Santa Elena cuenta con 308.693 habitantes. Donde hombres son 156.862 y mujeres 151.831.

La muestra nos va a permitir la obtención de datos exactos para una mejor interpretación de los resultados.

Determinación del tamaño de la muestra:

<p>n= Tamaño de la muestra. = Valor de criterio de confianza. P= Probabilidad que utilicen el Producto. Q= Probabilidad que no lo utilicen. e= Error de la proporción de la muestra. N= Universo de la investigación.</p>

Desarrollo:

CUADRO N° 3: DATOS DEL CENSO AÑO 2010.

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total
La Libertad	48.030	30.6%	47.912	31.6%	95.942
Salinas	35.436	22.6%	33.239	21.9%	68.675
Santa Elena	73.396	46.8%	70.680	46.6%	144.076
TOTAL	156.862	100%	151.831	100%	308.693

Fuente: INEC (Censo 2.010)
 Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Para cumplir con el estudio y conocer la demanda actual se empleó una fuente primaria de información por medio de encuestas, manteniendo contacto con el potencial segmento de mercado que captará el establecimiento. A continuación se exponen los resultados tabulados que arroja el trabajo de campo:

1.- Edad.

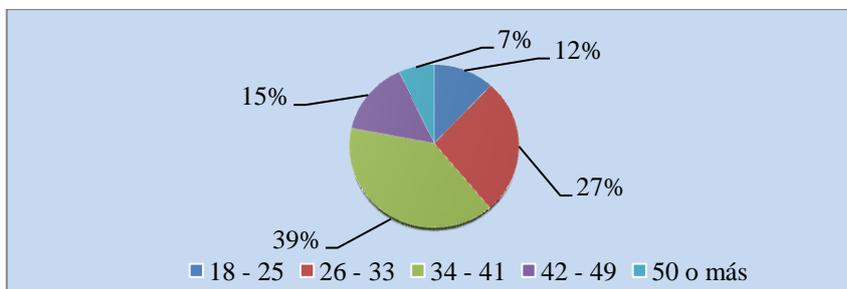
CUADRO N° 4: Edad

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
1	18 – 25	46	12%
	26 – 33	104	27%
	34 – 41	150	39%
	42 – 49	58	15%
	50 o más	27	7%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 2: Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis: Como se puede apreciar en el gráfico, existen un grupo de personas adultas que fueron escogidas para la realización de las encuestas.

2.- Género.

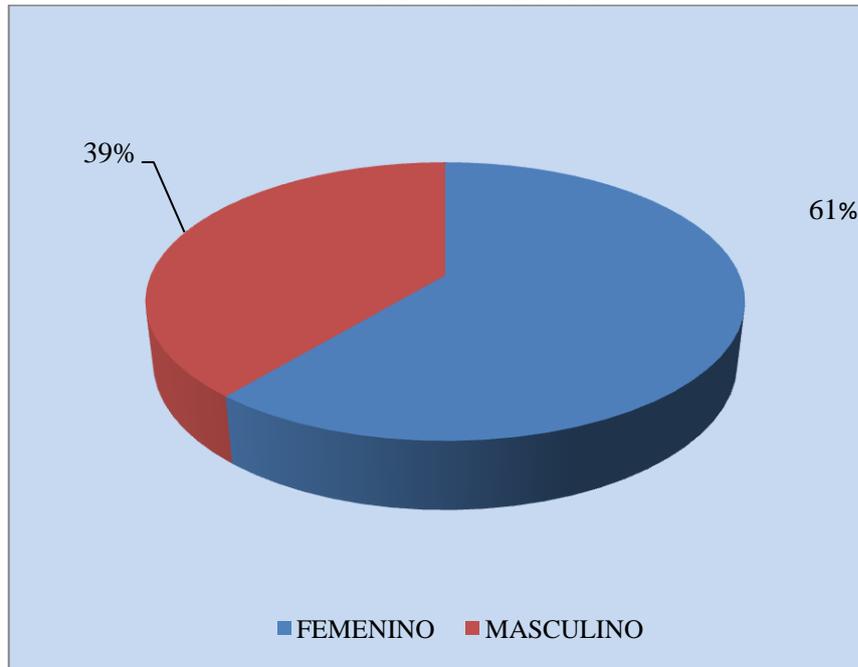
CUADRO N° 5: Género

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
2	Femenino	234	61%
	Masculino	150	39%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 3: Género



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Para nuestro estudio de mercado hemos considerado el sexo de los habitantes por la gran importancia e influencia que se tiene, en su mayoría son del sexo femenino y un porcentaje menor corresponde al sexo masculino.

3.- Estado civil

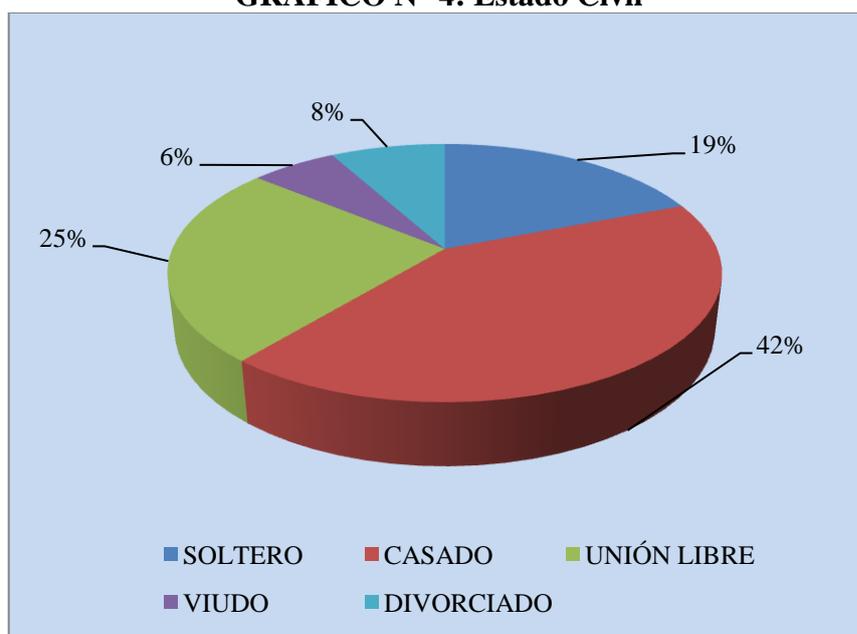
CUADRO N° 6: Estado Civil

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
3	Soltero	73	19%
	Casado	161	42%
	Unión libre	96	25%
	Viudo	23	6%
	Divorciado	31	8%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 4: Estado Civil



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

En la provincia de Santa Elena se realizaron las encuestas a los habitantes de los diferentes sectores teniendo como resultado en su mayoría a las personas casadas y en un porcentaje menor de diferente estado.

4.- Lugar de residencia

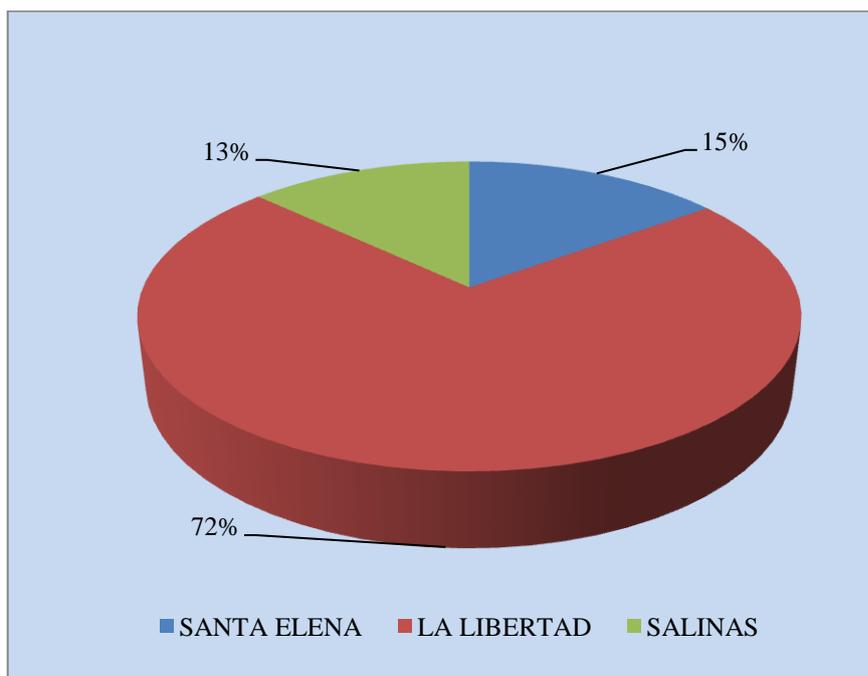
CUADRO N° 7: Lugar de residencia

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
4	Santa Elena	58	15%
	La Libertad	276	72%
	Salinas	50	13%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 5: Lugar de residencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Estos datos que se ilustra a continuación corresponden al lugar de residencia de cada uno de los encuestados, en un porcentaje mayor pertenecen al cantón La Libertad siguiendo con menor relación los cantones Salinas y Santa Elena.

5.- Solvencia económica

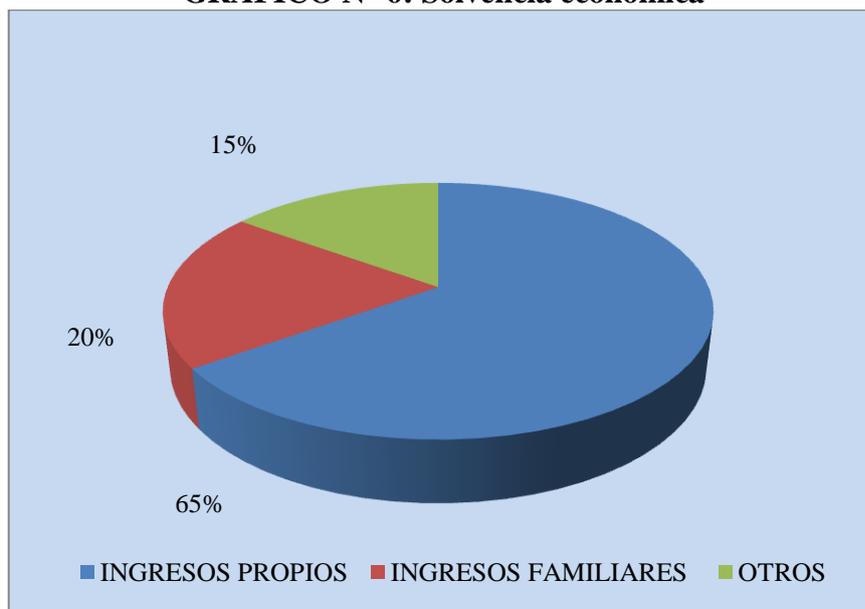
CUADRO N° 8: Solvencia económica

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
5	Ingresos propios	250	65%
	Ingresos familiares	77	20%
	Otros	58	15%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 6: Solvencia económica



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

La mayor parte de los encuestados como se puede observar corresponde a personas que trabajan bajo sus propios ingresos, mientras que otros dependen de otros ingresos y están relacionadas a estudiantes universitarios.

6.- ¿Ud. suele desayunar en casa?

CUADRO N° 9: Desayuno en casa

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
6	Si	161	42%
	No	223	58%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 7: Desayuno en casa



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Según el estudio realizado a los habitantes de la provincia de Santa Elena, existen un porcentaje significativo de personas que no desayuna en casa por diferentes motivos que se relacionan con el tiempo y costumbres, y pocos son los que desayunan en casa.

7.- Que le gusta a ud. consumir durante su desayuno?

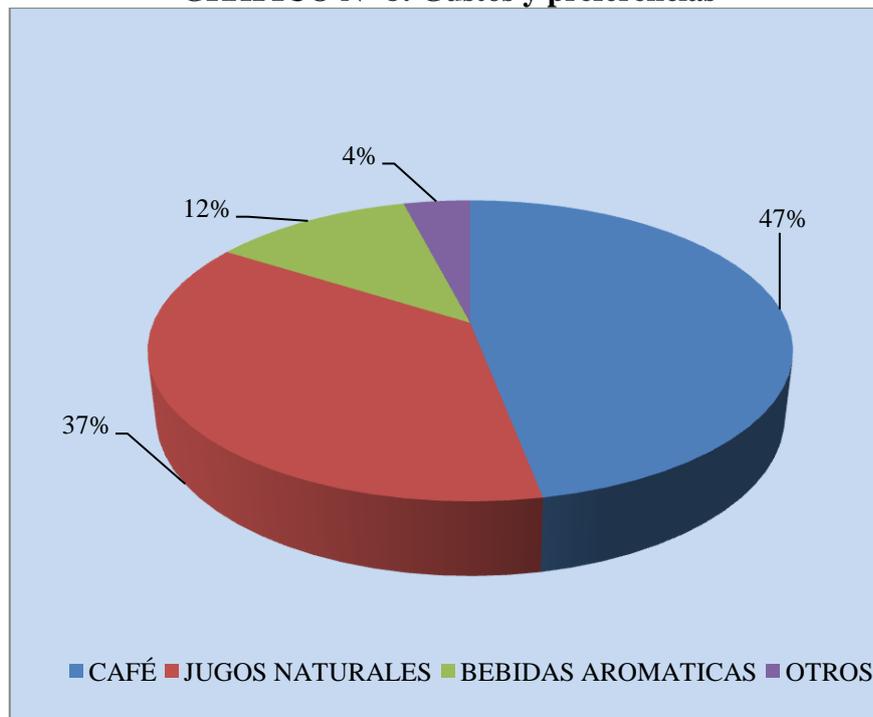
CUADRO N° 10: Gustos y preferencias

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
7	Café	181	47%
	Jugos naturales	142	37%
	Bebidas aromáticas	46	12%
	Otros	15	4%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 8: Gustos y preferencias



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Con esta pregunta planteada evaluamos los hábitos de consumo de las personas a la hora de desayunar en un porcentaje mayor prefieren café, mientras que otros prefieren otro tipos de bebidas.

8. -¿Con qué aperitivo ud. prefiere acompañar su desayuno?

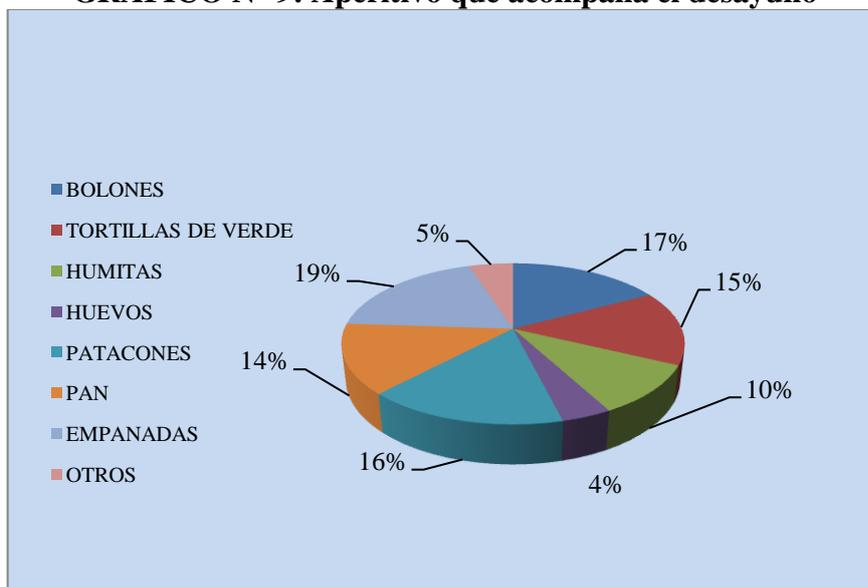
CUADRO N° 11: Aperitivo que acompaña el desayuno

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
8	Bolones	66	17%
	Tortillas de verde	58	15%
	Humitas	38	10%
	Huevos	15	4%
	Patacones	61	16%
	Pan	54	14%
	Empanadas	73	19%
	Otros	19	5%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 9: Aperitivo que acompaña el desayuno



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

De las personas encuestadas observamos sus preferencias de producto que desearían consumir en su desayuno y los productos más pedidos están las empanadas, bolones de verde de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente.

9.- ¿Qué tan seguido ud. toma café?

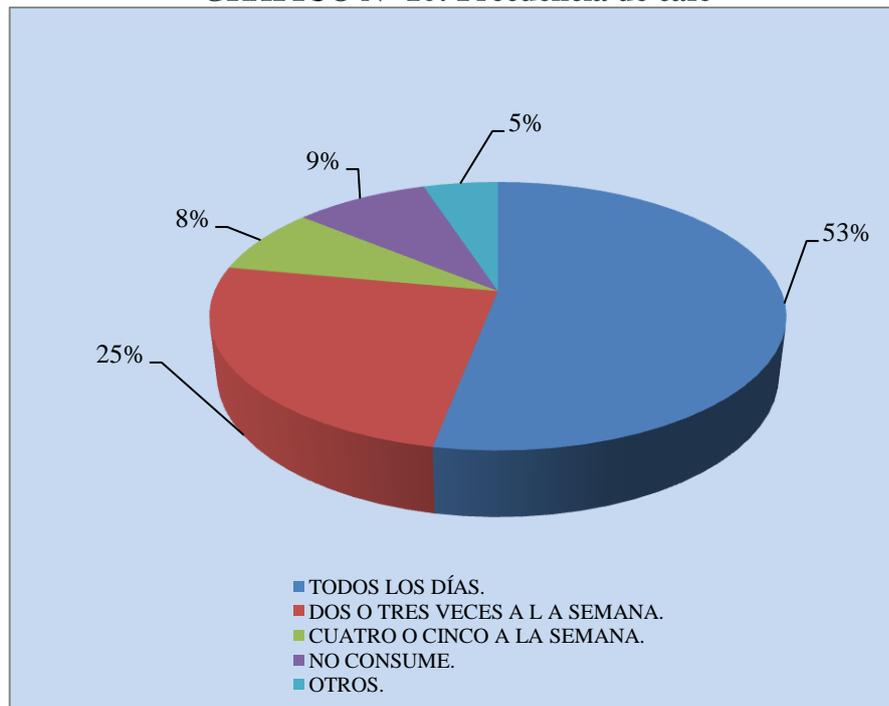
CUADRO N° 12: Frecuencia de café

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
9	Todos los días	203	53%
	Dos o tres veces a la semana	96	25%
	Cuatro o cinco veces a la semana	31	8%
	No consume	35	9%
	Otros	19	5%
	Total		384

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 10: Frecuencia de café



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Como podemos observar las personas en su mayoría prefieren tomar café todos los días, otros lo hacen de acuerdo a sus hábitos de consumo en relación a gustos y preferencias.

10.- ¿A qué hora del día ud. toma café?

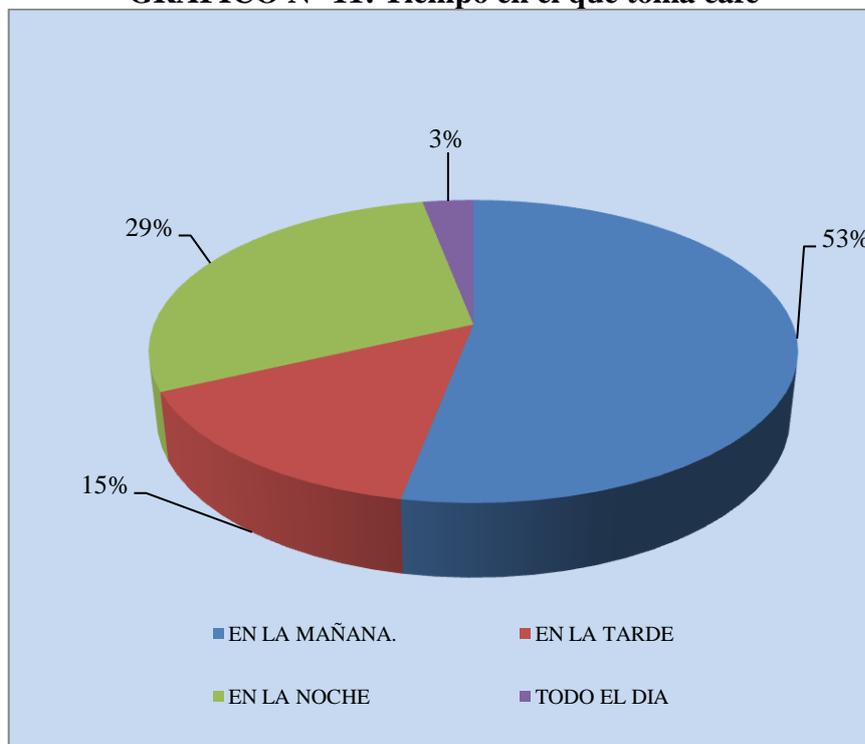
CUADRO N° 13: Tiempo en el que toma café

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
10	En la mañana	203	53%
	En la tarde	58	15%
	En la noche	111	29%
	Todo el día	12	3%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 11: Tiempo en el que toma café



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

En la pregunta planteada que corresponde al tiempo que toma café los encuestados la mayoría consumen en la mañana y en un porcentaje menor lo hace en diferentes horarios.

11.- ¿Tiene ud. alguna preferencia especial en café?

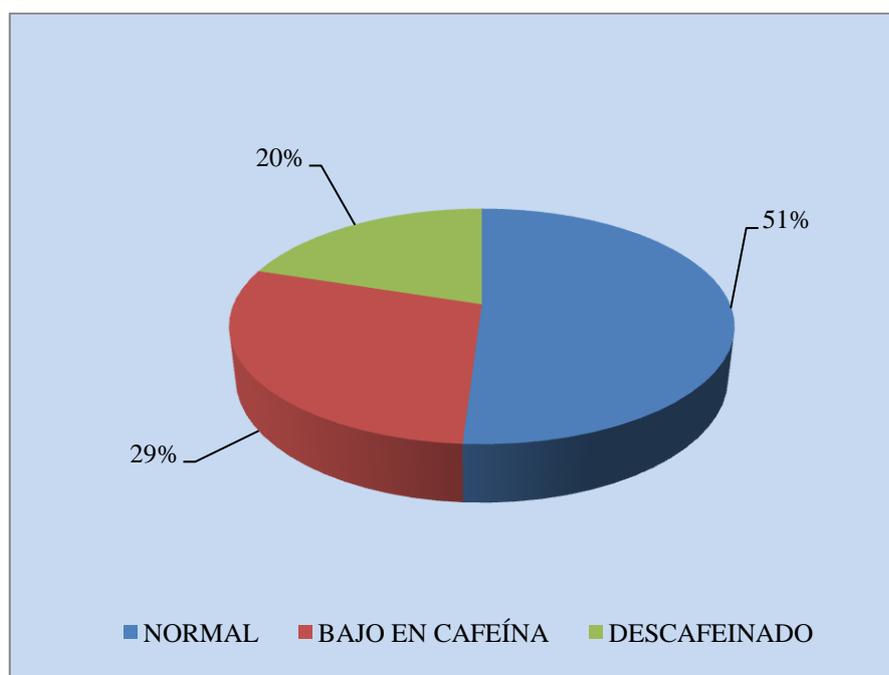
CUADRO N° 14: Preferencia por el café

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
11	Normal	196	51%
	Bajo en cafeína	111	29%
	Descafeinado	77	20%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 12: Preferencia por el café



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Se realiza el análisis considerando la preferencia especial del café de las personas con un valor representativo los clientes prefieren café normal otros manifiestan que les gusta el descafeinado por tener beneficios para la salud.

12.- ¿Cuál de las siguientes opciones es su café preferido?

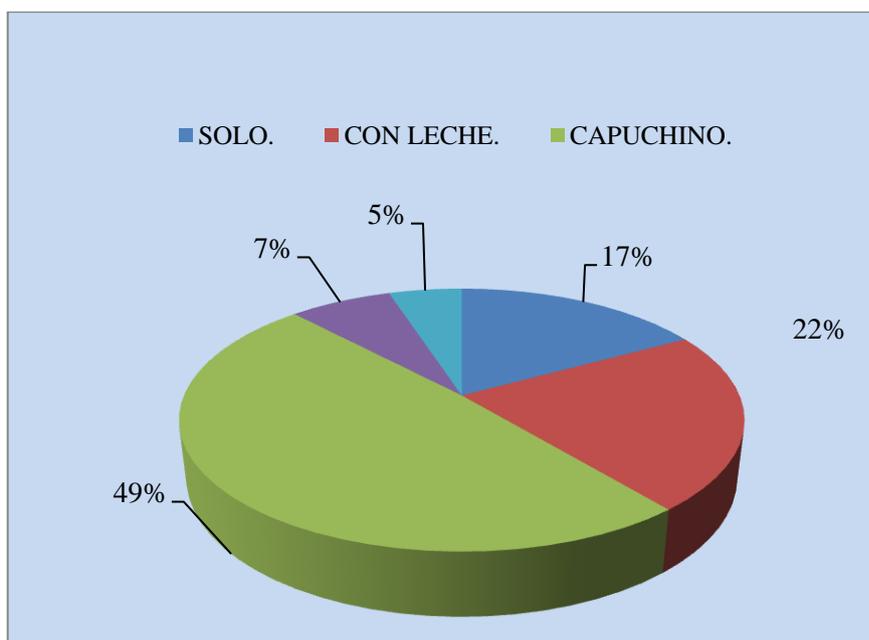
CUADRO N° 15: Café preferido

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
12	Solo	66	17%
	Con leche	84	22%
	Capuchino	188	49%
	Con licor	27	7%
	Otros	19	5%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 13: Café preferido



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Dentro de las variedades del café que los encuestados prefieren consumir es el capuchino, mientras que en un porcentaje menor los clientes optan por otra preferencia particular del café.

13.- ¿Consume café fuera de su casa?

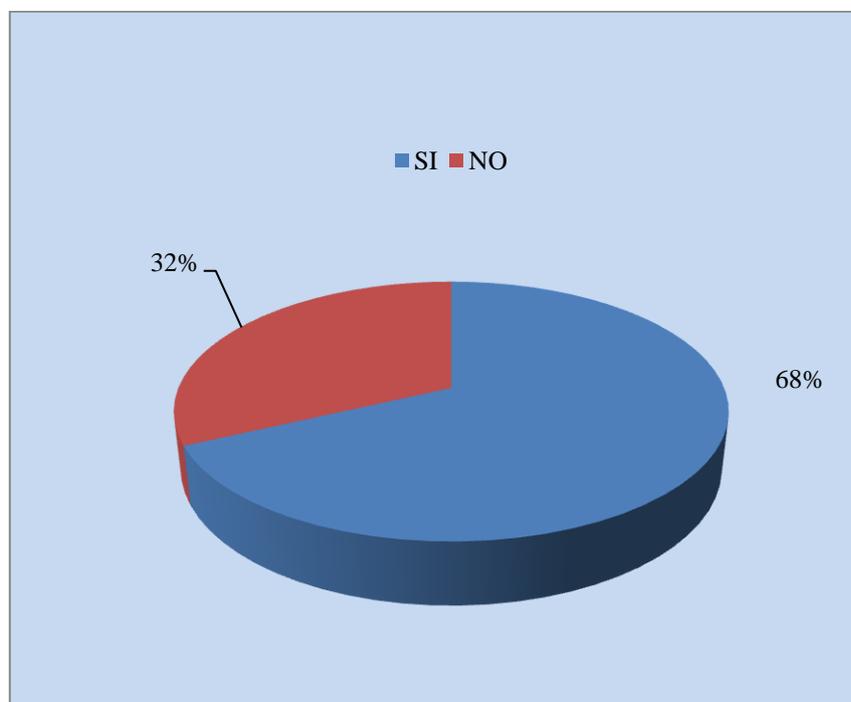
CUADRO N° 16: Consumo de café fuera de casa

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
13	Si	261	68%
	No	123	32%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 14: Consumo de café fuera de casa



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

La mayor parte de la población como podemos observar consume café fuera de casa, mientras que en porcentaje menor no tiene la costumbre de visitar estos establecimientos. Esto nos da la pauta de que existe oportunidad en el mercado e implementar este negocio ya que las personas si tienen el hábito de asistir a estos locales.

14.- ¿Cuántas veces acude a un lugar para tomar desayuno?

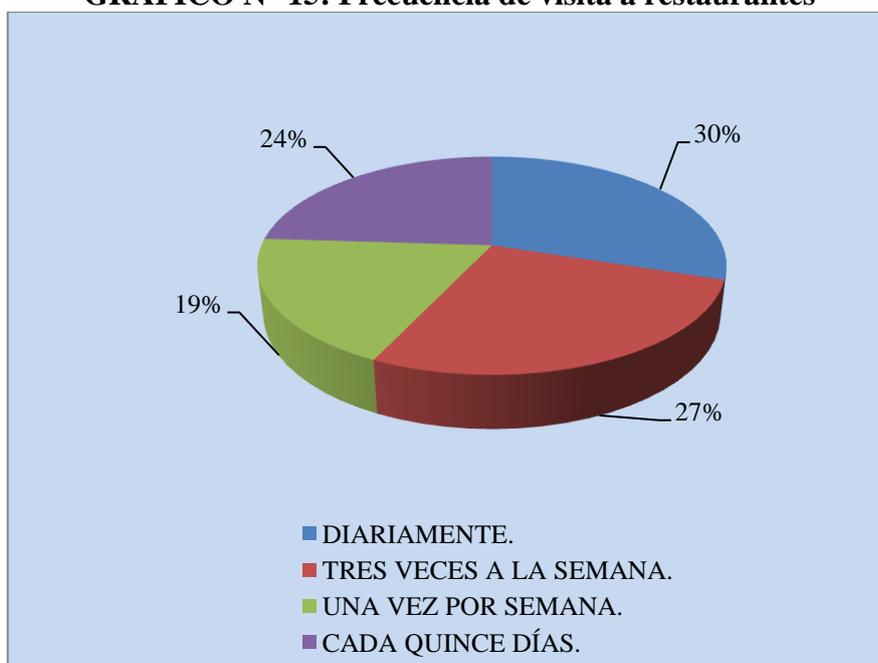
CUADRO N° 17: Frecuencia de visita a restaurantes

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
14	Diariamente	115	30%
	Tres veces a la semana	104	27%
	Una vez por semana	73	19%
	Cada quince días	92	24%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 15: Frecuencia de visita a restaurantes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Respecto a la frecuencia de las personas encuestadas que acuden a un lugar para desayunar se puede observar que un porcentaje mayor asisten diariamente, mientras que en un menor porcentaje asisten de vez en cuando.

15.- ¿Cuánto suele gastar en su desayuno?

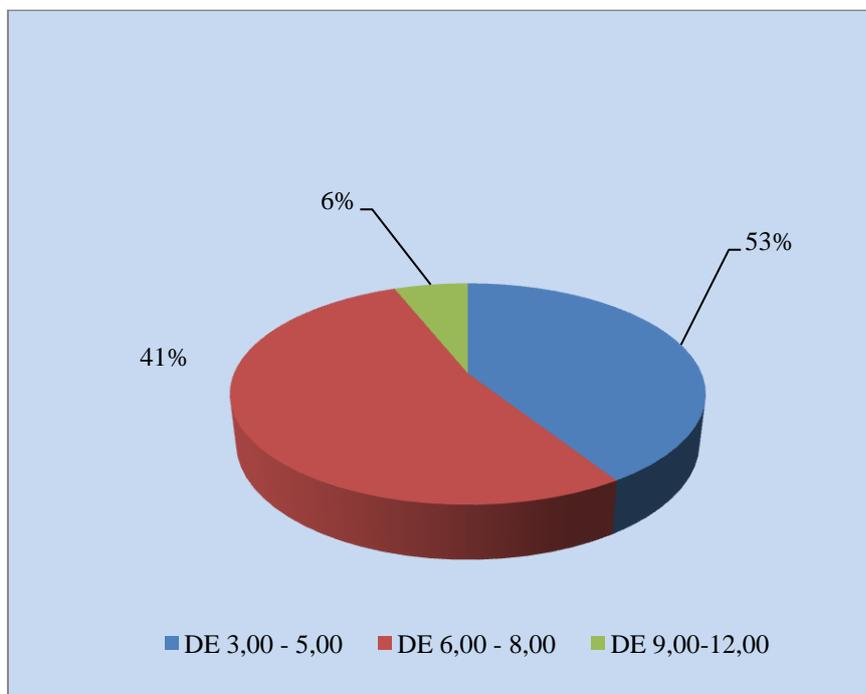
CUADRO N° 18: Frecuencia de gasto

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
15	De 3,00 - 5,00	204	53%
	De 6,00 - 8,00	157	41%
	De 9,00-12,00	23	6%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 16: Frecuencia de gasto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

De todas las personas encuestadas en un porcentaje significativo suelen gastar un promedio accesible, tanto que pocas personas prefieren gastar más por tener un alto poder adquisitivo.

16.- ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio, en el cual Ud. reciba un desayuno a domicilio?

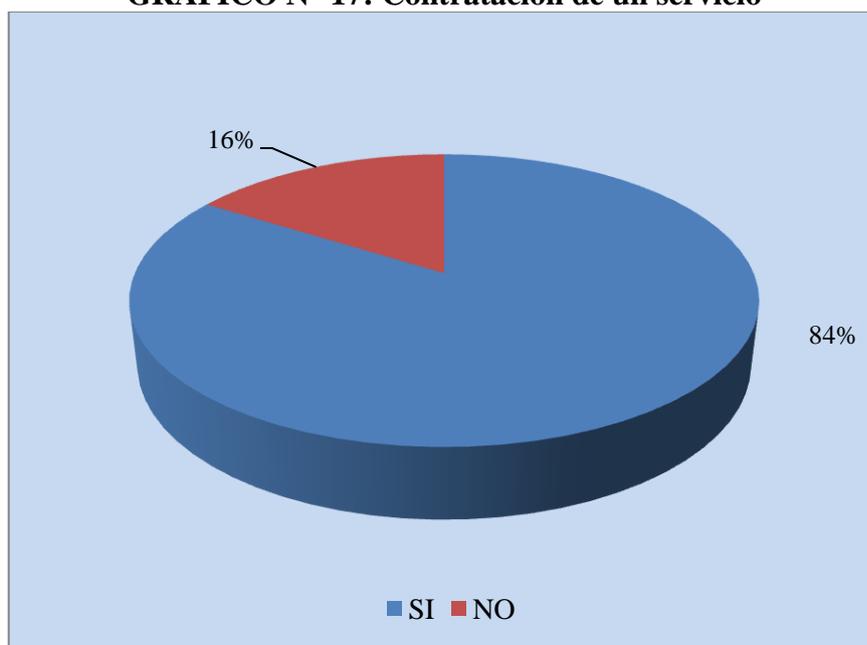
CUADRO N° 19: Contratación de un servicio

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
16	Si	323	84%
	No	61	16%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 17: Contratación de un servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Esta pregunta es muy importante para nuestro proyecto ya que podemos observar un nicho de mercado, con un porcentaje mayor las personas están dispuestas a contratar un servicio a domicilio mientras que otros opinan que no requiere de este servicio.

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

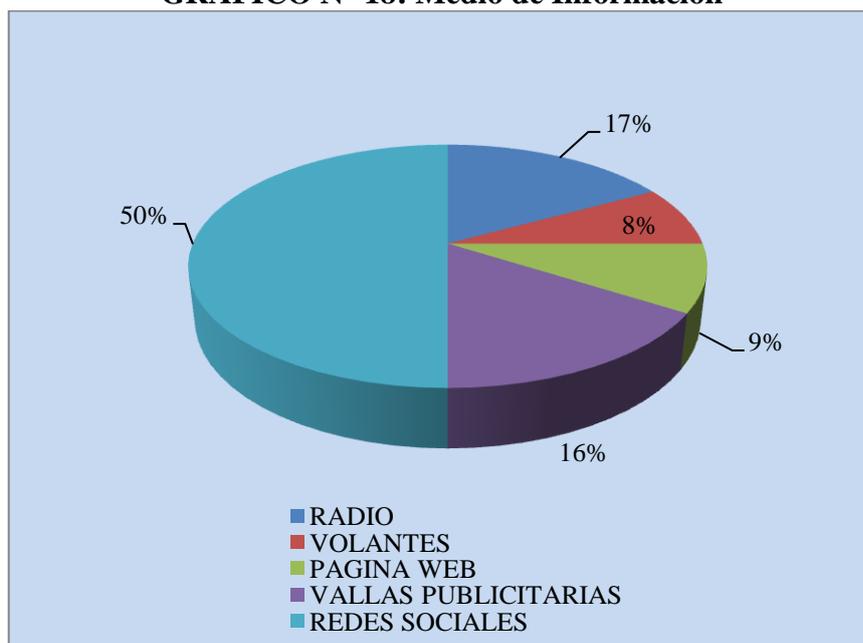
CUADRO N° 20: Medio de Información

Ítem	Valoración	Clientes	
		F	%
17	Radio	65	17%
	Volantes	31	8%
	Página web	35	9%
	Vallas publicitarias	61	16%
	Redes sociales	192	50%
	Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 18: Medio de Información



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Análisis:

Finalmente se tiene el análisis del medio de comunicación. Los resultados fueron: con mayor puntaje las personas prefieren las redes sociales, sin dejar atrás los medios locales que son conocidos a nivel de la provincia.

3.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA

Realizamos una entrevista al Sr. Luis Gómez Holguín, quien reside en el cantón La Libertad, quien esos momentos compartía en un restaurant en unión de su familia, para poder saber realmente las necesidades que tienen los habitantes y el impacto económico que tendría la creación de una cafetería que brinde el servicio a domicilio, sería muy beneficiosa para el cantón La Libertad.

El proyecto está enfocado a brindar el servicio de cafetería al sector comercial y empresarial de la provincia de Santa Elena, con una variedad de aperitivos y bebidas calientes y frías.

Nos manifestó el entrevistador que el proyecto de emprendimiento es exitoso ya que existe una demanda potencial existen y muchas personas que trabajan en el área empresarial y comercial son ellos los que necesitan el servicio a domicilio, ya que por diferentes motivos o el factor tiempo no disponen de un momento propicio para adquirir un desayuno.

De la misma manera la cafetería es un lugar para poder departir con amigos, una reunión de trabajo o para finiquitar un negocio etc.

La cafetería estará ubicada en un lugar estratégico el mismo que tendrá un impacto en el campo económico, comercial y empresarial ya que contaremos con personal netamente capacitado para dar un excelente servicio a nuestros clientes.

3.3 CONCLUSIONES

Las encuestas fueron realizadas en la provincia de Santa Elena, con el estudio investigativo, se demostró que el sector comercial y empresarial a través del análisis de cada de sus variables tomadas en la encuesta, se logró conocer con mayor certeza la necesidad de una cafetería que brinde sus servicios a domicilio.

Una vez interpretados los datos, se logró obtener los siguientes resultados:

- La creación de una cafetería que brinde el servicio a domicilio, permitirá atender el sector comercial y empresarial de la provincia de Santa Elena.
- La acogida del servicio fue favorable con un porcentaje del 84% de aceptación, así también se obtuvo una aceptación de los aperitivos más seleccionados por los clientes a la hora de elegir su desayuno.
- Considerando la encuesta realizada se puede apreciar que la mayoría de clientes, asisten dos o tres veces a la semana a desayunar, pero otros no los hacen por factor tiempo y sus labores cotidianas.
- Con los resultados obtenidos se puede apreciar que los clientes recomiendan que las comunicaciones sean importantes y es por esto que la creación de la página web es útil; puesto que es un método necesario para anunciar la empresa.

3.4 RECOMENDACIONES

- Es importante fortalecer el sector comercial y empresarial con la creación de la cafetería con servicio a domicilio y cubrir este mercado se debe innovador diferentes platos de desayunos con productos de alta calidad.
- Se deben implementar estrategia de marketing para abarcar mercado, y captar la mayor parte de clientes en la provincia.
- Buscar alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas, para brindar el servicio de cafetería a sus empleados, de esta forma cubrir una demanda insatisfecha y aprovechar las oportunidades.
- Existen muchos lugares en pleno casco comercial, que dedican a la venta de productos similares o se dedican a la venta ambulante, depende de la imagen que brinde la cafetería ya que estos generarían confianza con los clientes y brindar un servicio de alta calidad a nuestros consumidores.

CAPÍTULO IV

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”

4.1 INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se basa en las actividades del mercado potencial al que estamos dirigidos con el propósito de darle un valor agregado a la cafetería con una variedad de cafés y sus aperitivos que acompañaran su desayuno, y emprender nuestro negocio uniendo esfuerzos trabajando en equipo y contribuir con el sector comercial y empresarial de la provincia.

4.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Estudiar la factibilidad de la creación de una cafetería con servicio a domicilio en el cantón La Libertad, mediante la investigación, el análisis y la encuesta cumpliendo con todas las exigencias que involucran la iniciación del proyecto.

4.2.1 Objetivo General

Dirigir el mercado comercial y empresarial con la implantación de una cafetería con servicio a domicilio en la provincia de Santa Elena, aplicando estrategias y técnicas innovadoras orientadas a solucionar las necesidades, preferencias y gustos de los clientes, que permita obtener rentabilidad y crecimiento económico.

4.2.2 Objetivos Específicos:

- Obtener el perfil y gustos de los consumidores en cuanto a productos y servicios adicionales.
- Conocer la percepción de los habitantes Libértense con respecto a disfrutar de un nuevo, agradable e innovador servicio a domicilio de desayunos.
- Delimitar el área geográfica al que se va a brindar nuestro servicio.
- Implantar el rango de precios que se va a ofrecer en la cafetería, en el cual nuestros clientes están dispuestos a obtener nuestros productos.
- Analizar qué tipo de publicidad sería la más llamativa para promocionar nuestros productos.

4.3 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO

- El Aroma del Café, dispondrá de una diversidad de servicios con el fin de acaparar clientela, haciendo referencias a la amplia gama de cafés, bebidas calientes o frías, y bocaditos de sal, que son de primera calidad con un personal netamente capacitado para responder las exigencias del consumidor.
- Al cliente se lo atenderá como si estuviese en su propia casa con amabilidad y cortesía, ya que es la parte primordial en nuestro negocio.
- Brindaremos un servicio agradable en un ambiente acogedor para que nuestros clientes se sientan a gusto como en casa, siendo atendido con un personal calificado e idóneo con precios accesibles al mercado, lo que nos hace marcar la diferencia siendo más competitivo.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

El mercado que nos estamos dirigiendo es al área empresarial y comercial del cantón La Libertad con estrato social de clase media y media alta, y todas aquellas personas que les encanta deleitarse de un café tradicional. Y para quienes no

dispongan de mucho tiempo en especial los clientes que laboran en empresas públicas o privadas, ofrecemos el servicio a domicilio dependiendo del menú que elija, para llevar con envases especiales que mantendrán la bebida en perfecto estado sin perder su sabor natural.

4.4.1 Demanda

La finalidad en sí de este proyecto, es de dar a conocer las variedades de desayunos acompañados de una variedad de aperitivos que se pueden elaborar en la cafetería, con productos de alta calidad tanto que los clientes se deleiten con las especialidades de la cafetería, en un lugar cómodo de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Tomando como referencias el estudio de la demanda se debe considerar aspectos importantes del servicio a ofrecer en la cafetería “El Aroma del Café” dirigidos a todas las personas mayores de 19 años con una solvencia económica y que deseen pasar en compañía de grandes amigos en un ambiente diferente, en nuestro cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

4.4.1.1 Demanda insatisfecha

La demanda Insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por la cafetería; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

En este caso la demanda insatisfecha va a ser los trabajadores del sector público y privado que no tienen tiempo suficiente para desayunar en sus hogares. Se trata de cubrir una demanda insatisfecha en el cantón La Libertad dando origen a la creación de la cafetería “El Aroma del Café” ofertando sus productos, como es la variedad de cafés, jugos naturales acompañados de sus aperitivos, situado en

pleno casco comercial del cantón La Libertad, reconociendo a los clientes el servicio brindado.

4.4.1.2 Cálculo de la demanda

CUADRO N° 21: Cálculo de la demanda

MERCADO A ABARCAR	Restaurantes de la provincia de Santa Elena
Demanda efectiva	2226
Población	5000
Ventas	467
Pregunta 11	84%
Porcentaje 4	53%
Población objetiva	5000
Crecimiento del mercado anual	7%
% mercado anual	21%
Clientes	1
Consumo	2226

Fuente: Cálculo de la demanda
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CUADRO N° 22: Demanda unitaria

Años	1	2	3	4	5
Demanda	467	500	535	573	613

Fuente: Cálculo de la demanda unitaria
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.4.2 Segmentación del mercado

Este proyecto como es la creación de una cafetería con servicio a domicilio “El Aroma del Café” situado en pleno corazón comercial del cantón La Libertad, está direccionado a los habitantes de nuestra provincia de Santa Elena, y soliciten un servicio totalmente diferente en diferentes especialidades de cafés, y de las personas que día a día nos visitan.

Para nosotros será importante agrupar clientes potenciales y definir criterios consistentes en cuanto al precio, la publicidad y la distribución y es, por tanto, el paso previo para diseñar la estrategia de marketing que deberá adecuarse a cada segmento.

4.4.3 Mercado objetivo

Este proyecto está destinado a las personas que laboran en el sector público y privado y sus alrededores, ya que el cantón La Libertad es considerado como capital económica de la provincia de Santa Elena por ser zona netamente comercial.

El mercado objetivo para el desarrollo de este proyecto se enmarca a toda la población de la provincia Santa Elena, y específicamente a aquellas personas mayores de 19 años de edad que residen en el cantón la Libertad.

4.4.4 Oferta

En la actualidad existen un sinnúmero de locales que brindan el servicio de bebidas y alimentos ofreciendo sus productos en gran variedad; sin embargo varios de estos negocios brinda productos habituales, por tal razón nace la idea innovadora de la creación de una cafetería que brinde el servicio a domicilio, con nuevas exigencias del mercado para el consumidor ofreciendo una variedad de cafés, capuchino, café con leche, bebidas aromáticas acompañados de ricos aperitivos de acuerdo a gustos y preferencias de los clientes.

En un estudio realizado a los locales de venta de bebidas y alimentos en el cantón La Libertad se pudo constatar el servicio que estos brindan y las especialidades en cuanto a menús, a continuación presentamos la tabla con sus respectivos locales.

CUADRO N° 23: Establecimientos alimenticios de La Libertad

No.	NOMBRE	TIPOS	PRECIOS
	ESTABLECIMIENTO	PLATOS	
1	Rincón de pocha	variados	3.00– 6.00
2	Restaurante Saavedra 2	variados	3.00 – 12.00
3	Restaurante manabita	variados	1.50 – 3.25
4	Restaurante Esthercita	variados	1.50 – 2.80
5	Restaurante la casa del árbol	variados	1.50 – 2.75
6	Rincón del buen sabor	variados	1.75 – 3.50
7	Restaurante d Luis	variados	1.75 – 2.00
8	Restaurante Marbella	variados	2.00 – 3.50
9	Restaurante San Sebastián	variados	2.00 – 16.00
10	Cevicheria el ñato	variados	2.00 – 6.50
11	Restaurante rincón zarumeño	variados	2.00 – 2.50
12	Restaurante Saavedra	variados	2.00 – 16.00

Fuente: Establecimientos alimenticios del cantón La Libertad

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.4.5 Precio

Se denomina precio al pago de un servicio o bien. Incluye como determinar el precio, considerando de forma muy general, los costos de producción, que manejo se da al precio, cuál será la proyección de los mismos, políticas de precios que se va a implementar.

El valor de los productos que se ofertan están basados en un sondeo que se realizó en el cantón La Libertad, se eligió este lugar ya que aquí funcionara el proyecto por ser una zona netamente comercial y cuenta con numerosos restaurantes, estos precios fueron dados por clientes que asisten día a día.

Es fundamental que los costos de los productos o servicios que ofrezcamos estén en función de acuerdo con cada uno de los ingredientes en la preparación de cada plato con sus respectivos alimentos, pensando en la presentación y calidad de los productos a ofrecer.

Realizando un estudio de investigación en el entorno, nos da la pauta de calcular los elementos o materias primas que se utilizaran en el proceso de fabricación.

A continuación facilitaremos la siguiente tabla de valores de reconocidos restaurant ubicados en el cantón La Libertad.

CUADRO N° 24: Precio de la competencia en el mercado

RESTAURANTE	DESAYUNOS	ALMUERZOS	MERIENDAS	OTROS
EL MANABA	2 panes 1 vaso de leche 1 porción de queso Mermelada 1 vaso de jugo 2.00	Sopa de pollo Arroz con ensalada rusa A vaso de jugo 2.00	-	¼ de pollo y patacones 2.50
SAN SEBASTIAN	2 panes 1 vaso de leche 1 porción de queso Mermelada 1 vaso de jugo 2.50	Sopa de carne Arroz con pollo A vaso de jugo 3.00	Moro de lenteja y carne Un vaso de jugo 2.50	Parrillada personal 6.50
SAAVEDRA	2 panes 1 vaso de leche 1 porción de queso Mermelada Mantequilla 1 vaso de jugo 3.00	Sopa de carne Arroz con ensalada roja y carne frita A vaso de jugo 3.00	Arroz Menestra de lenteja y carne Un vaso de jugo 2.50	Parrillada personal 6.50

Fuente: Precio de competencia en el mercado del cantón La Libertad
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.4.6 Competencia: Análisis de Porter

Con el finalidad de lograr una evaluación del entorno en el cuál se desenvolverá la empresa que se encargará de ofrecer desayunos con servicio a domicilio se ha realizado el estudio de las cinco fuerzas de Porter, enfocado a competidores, consumidores y proveedores de la empresa para establecer el nivel de influencia y poder que éstos poseen en el mercado.

4.4.6.1 Nuevos competidores

Debido a la mayor afluencia de restaurantes en la provincia de Santa Elena, especialmente en el cantón La Libertad por ser una zona altamente comercial, se

ha visto en la necesidad de facilitar un valor agregado como es el servicio de domicilio, con la finalidad de captar la atención de los clientes.

4.4.6.2 Poder negociador de los proveedores

Es muy notorio observar la gran afluencia de negocios de restaurante que existe en el cantón La Libertad, lo que permite contar con un stock, además de comprar calidad y precio entre un proveedor y otro.

4.4.6.3 Poder negociador de los clientes

Los clientes son una parte indispensable para todo negocio, si bien es cierto la situación económica actual ha provocado que la demanda potencial se vea disminuida, a consecuencia de la poca fluidez de dinero, teniendo así un nivel medio de poder de negociación de los consumidores.

4.4.6.4 La amenaza de productos o servicios sustitutos

La cafetería se ve afectado por muchas empresas sustitutas tales como restaurantes, café-bar hoteles u otro, pero ninguno se enfoca con la entrega a domicilio, por tal razón se debe poner mucho énfasis en la calidad y precio.

4.4.6.5 La rivalidad entre los diferentes competidores

Cuidar la imagen y ser reconocidos como una prestigiosa cafetería nos hacen diferentes de la competencia y esto se lo logra mediante la importancia que le demos a la publicidad.

Las estrategias que se plantearon son: Ofrecer paquetes completos en el servicio, invertir en publicidad para que de esta manera pueda obtener mayor captación de clientes.

4.4.7 Análisis FODA del producto

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa. Consta de dos partes; el análisis interno que comprenden las Fortalezas y Debilidades (midiendo la capacidad de los recursos actuales de la empresa), y del análisis externo que comprenden las Oportunidades y las posibles Amenazas que definen las tendencias del mercado.

Objetivo

- Conocer si nuestra empresa posee más oportunidades que amenazas.
- Saber cuáles son las posibles fortalezas a mantener y las debilidades a eliminar.

4.4.7.1 Fortalezas

- Primeros en implementar la Cafetería, brindando el servicio a domicilio.
- Excelente presentación y variedad de productos, tomando en cuenta las preferencias detectadas por los consumidores.
- Ofrecemos un servicio diferente, garantizado bajo un estricto control de calidad de nuestros productos.
- Doble ambiente de servicio, el cual nos permite abarcar un mayor grupo de clientes.
- Ser una empresa especializada en prestar un servicio de entrega a domicilio con personal calificado.

4.4.7.2 Oportunidades

- Obtener maquinarias con tecnología, con el fin de ofrecer un servicio rápido y eficiente a nuestros clientes.

- La demanda puede aumentar, puesto que nuestra ubicación en el centro del cantón La Libertad y nuestra página de internet son promotores de la empresa.
- Introducir nuevos productos, a medida que va creciendo el negocio iremos detectando otros servicios que los clientes requieran y satisfacer a nuestros consumidores.
- Apertura de nuevas sucursales que nos permita expandir nuestro negocio en otros sectores importantes de la provincia.
- Vías de acceso para llegar al lugar de entrega de los productos.

4.4.7.3 Debilidades

- Falta de personal.
- Capital limitado.
- Debemos optimizar el control del tráfico pues eso puede dificultar la atención eficaz del servicio.
- Falta de experiencia por parte de los propietarios en este tipo de actividad.

4.4.7.4 Amenazas

- Crecimiento acelerado de la circulación vehicular por el sector.
- Proyecto fácil de imitar.
- Inestabilidad económica y social.

4.4.8 Marketing mix

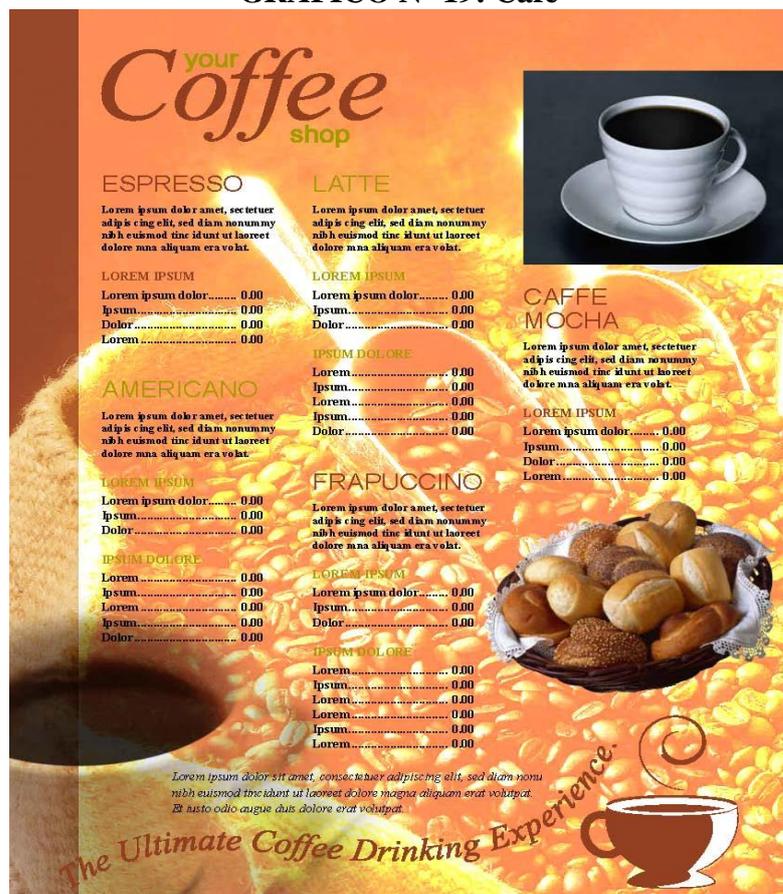
Las 4 P's del marketing mix proporcionan una estrategia para conocer mejor el producto o servicio que se está ofreciendo, de esta manera se puede promocionar mejor el servicio mediante las ventajas que éste ofrece en los 4 sectores estratégicos:

4.4.8.1 Producto

La empresa ofrece como producto, un desayuno que contiene características nutricionales amantes de la cultura y el esparcimiento donde disfrutarán de una variedad de bebidas calientes como el cappuccino, moca chino, bebidas frías y calientes, sánduches, situado en un lugar y ambiente llamativo de la cafetería para que el consumidor pueda deleitarse de acuerdo a sus gustos y preferencias sobre todo de un decorado sofisticada y temática.

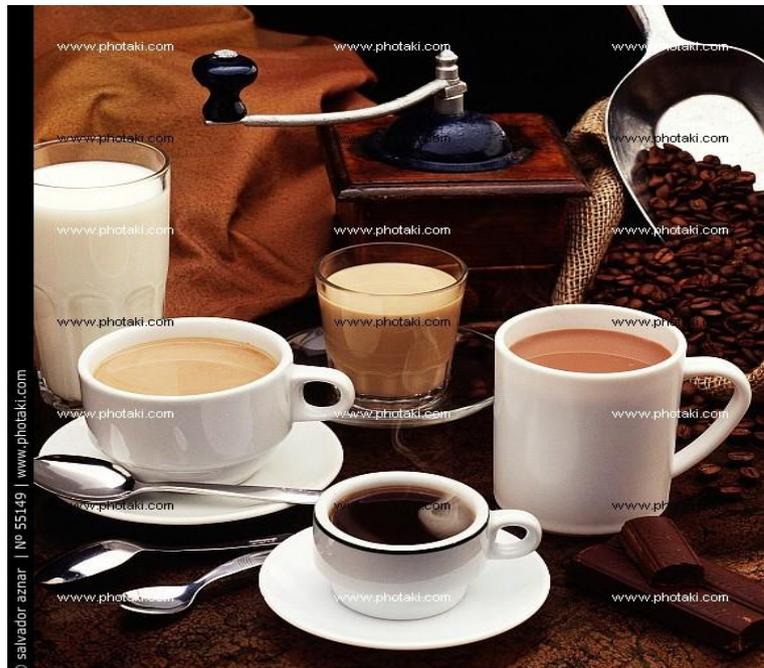
Adicionalmente, se presenta la opción de escoger el tipo de menú acorde a cada necesidad y cada uno tendrá la porción adecuada que permita que el consumidor sienta que sus necesidades alimenticias han sido satisfechas.

GRÁFICO N° 19: Café



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 20: Bebidas calientes



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 21: Bebidas frías



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

GRÁFICO N° 22: Aperitivos



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.4.8.2 Precio

Como se detalló, el servicio a ofrecer está categorizado como un servicio de alta calidad y de buen gusto, que brinda la total satisfacción de un exquisito sabor, lo que hace que el producto sea netamente exclusivo, y que a su vez los clientes estén dispuestos a cancelar un muy buen precio por él.

Como mejor forma de trabajar con los precios, se va a establecer un precio único, para todo tipo de menú, este se fijará, en base a los costos que obtenga la elaboración de cada menú, para lo cual será necesario realizar un estudio de mercado, para conocer el valor de los costos y cuanto estarían dispuestos a pagar los consumidores.

4.4.8.3 Plaza

En este caso se establece como plaza al cantón La Libertad, específicamente al sector centro de la ciudad, ya que constituye el sitio central de toda la zona que se espera abarcar, y a la vez un lugar de fácil accesibilidad de búsqueda para el consumidor.

Refiriéndonos a gustos y preferencias de los potenciales clientes se tendrá en cuenta las variedades de menú, dependiendo de la afluencia de consumidores se adecuará o se ampliará el establecimiento con la finalidad de captar y fidelizar clientes siendo atendidos con personal calificado ofreciendo un servicio de calidad y llegar al corazón peninsular.

El servicio se lo entregará en el mismo local bajo dos modalidades: producto para servirse en el local y para llevar.

4.4.8.4 Promoción

Para la promoción del servicio ofrecido por la empresa se seguirá una campaña BTL (Below the line), técnica de Marketing consistente en el empleo de formas de comunicación no masivas dirigidas a segmentos específicos, desarrollada para el impulso o promoción del producto, creándose novedosos canales para comunicar mensajes publicitarios internos.

Para llevar a efecto la promoción de manera física se cuenta también con otro tipo de herramientas que son indispensables para que el cliente tenga la facilidad de conseguir datos e información necesarios para realizar sus pedidos.

Las herramientas en consideración se enfocan en lo siguiente:

- Publicidad

- Volantes
- Vallas

También se implementará una página web para que los clientes potenciales puedan conocer más a fondo el servicio que ofrece la cafetería y sus instalaciones, además de ofrecerles la posibilidad de comunicarse con la recepción y así permitirles resolver sus inquietudes.

De este modo, la empresa se esmera en entregar el mejor servicio para dar una atención personalizada, respetuosa y amable, que se convierte en un importante medio de promoción.

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico contribuye información útil para la evaluación de proyectos elementos productivos que corresponderá una unidad nueva de operación y deben considerarse los siguientes pasos: maquinaria, tecnología, mano de obra, inversión requerida, materias primas, costo de inversión y operaciones, personal contratado, proveedores, localización y tamaño de las instalaciones, con estos analizaremos la situación financiera del proyecto.

Objetivo:

- 1) Definir la infraestructura y diseño necesario en la inversión del proyecto.
- 2) Determinar la localización donde la cafetería dará inicio a sus actividades.
- 3) Definir los recursos materiales y humanos necesarios para la operación de la empresa.
- 4) Estudiar el impacto ambiental.

4.5.1 Tamaño óptimo de un proyecto

4.5.1.1 Capacidad de producción

El personal requerido en la cafetería es esencial porque permite identificar la capacidad de clientes que nos visitaran, se estima atender a 30 personas en el día para obtener clientela se debe tener una planeación y obtener utilidades.

Nuestros clientes serán atendidos con esmero en un ambiente cómodo, que el cliente se sienta a gusto a compartir de un desayuno, contaremos con cocineros, meseros, cajeras.

4.5.2 Definición del tamaño

El tamaño de la cafetería y sus instalaciones tienen una capacidad para recibir 100 personas, dicho local estará organizado del cual el 15% estará distribuido en oficina y cocina, la otra parte será para la cafetería, del cual recibiremos unas 30 personas.

La disponibilidad de suministro de recursos materiales, humanos y financieros no son factores que condicionen el tamaño y capacidad del proyecto, ya que existe disponibilidad de los mismos en el mercado en cuanto a tiempo, cantidad y calidad.

4.5.3 Factores determinantes del tamaño

Determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento.

La disponibilidad de insumos se interrelacionan a su vez con otro factor determinante del tamaño: la localización del proyecto, mientras más lejos esté de las fuentes de insumo, más alto será el costo de su abastecimiento.

4.5.4 Disponibilidad de financiamiento

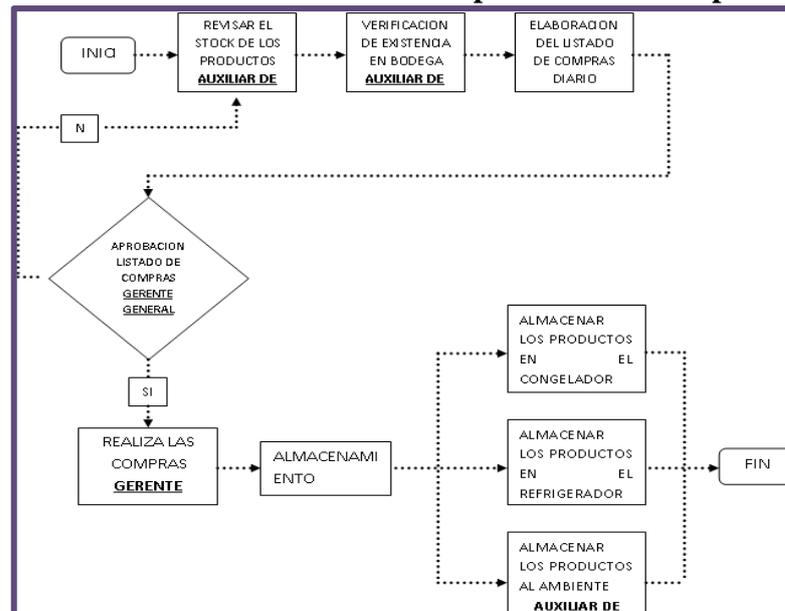
Para la iniciación de nuestro proyecto, se requiere de financiamiento del cual será de recursos propios de los accionistas y de préstamo bancario.

Para iniciar el proyecto es necesario contar con un capital para la ejecución de la cafetería se requiere de \$ 67.630,00 distribuido en muebles y equipos de oficina activos fijos, que son utilizados para el proyecto.

4.5.5 Proceso de recepción de mercadería

En este proceso se detallan las actividades que se realizan para el abastecimiento de materia prima desde los proveedores.

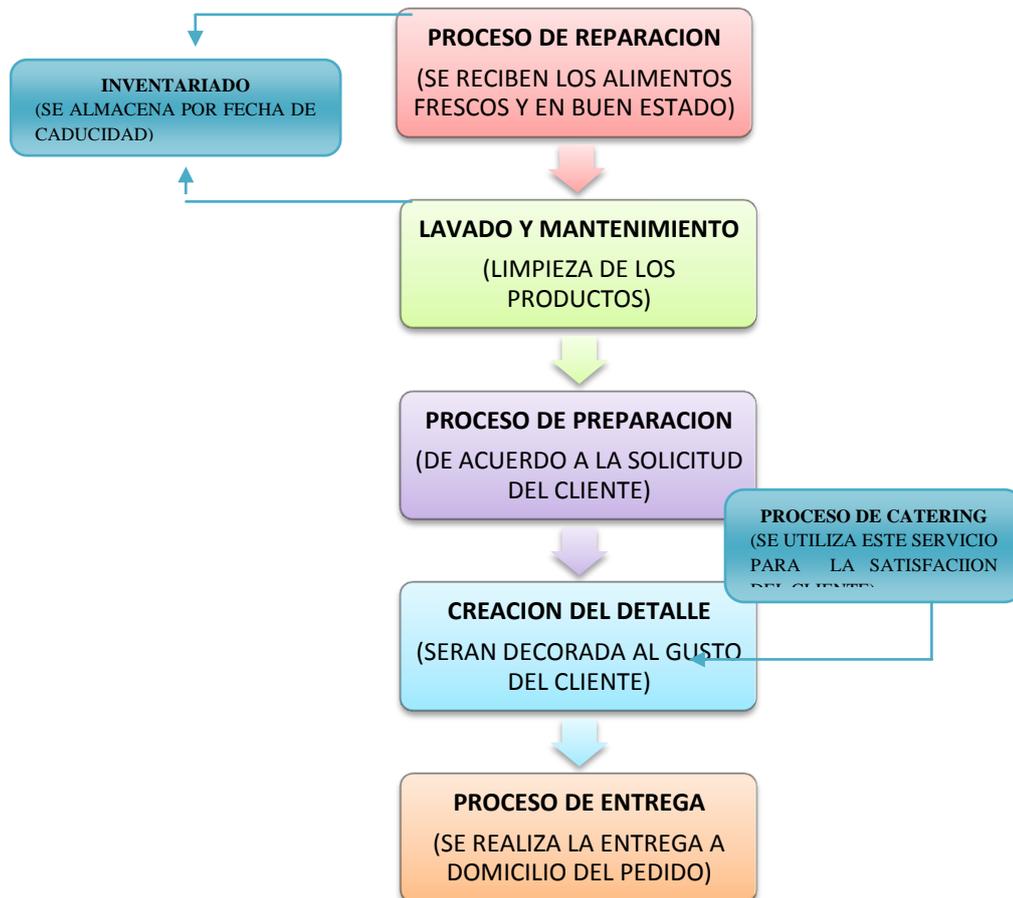
GRÁFICO N° 23: Proceso de recepción de materia prima



Fuente: Proceso de recepción de materia prima
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.5.6 Proceso de producción de menús

GRÁFICO N° 24: Proceso de producción de menús



Fuente: Proceso de producción de menú
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

La empresa estará dedicada a la prestación de un servicio, bajo la producción de una cantidad limitada de platos para la entrega a domicilio de desayunos, por lo que se debe cumplir con ciertas normas de control sanitario para regular el trabajo con alimentos frescos y en buen estado, así como también el espacio de trabajo donde se deben tener los requisitos antes mencionados.

A continuación se presenta la descripción del proceso de producción de los menús, desde su preparación en la empresa hasta su proceso de entrega al cliente final.

4.5.6.1 Proceso de recepción e inventario

El proceso empieza con la recepción de los productos lácteos, embutidos, frutas, legumbres, y demás productos para mantener el inventario de acuerdo a las solicitudes de compras necesarias que realizan los trabajadores para la preparación de los menús; en este proceso de recepción uno de los cocineros se encarga de verificar la condición en la que llegan los alimentos, lo que se va a utilizar en los días próximos y lo que puede quedar guardado para pedidos siguientes.

A la vez se cuenta con 2 personas que serán las encargadas de tomar las cajas o empaques en las que llegue el producto para almacenarlo en el congelador, si es necesario; o de lo contrario llevarlo al cuarto de almacenamiento.

De este modo las personas encargadas de la recepción del mismo, pueden llevar un control bajo inventario del producto que entra con la respectiva fecha, para de ésta manera tener en cuenta el uso del mismo antes de su caducidad y ofrecer así un producto fresco al momento de brindar el servicio.

4.5.6.2 Lavado y mantenimiento

Luego de la correcta y rigurosa clasificación de alimentos y utensilios en el proceso inicial se procederá, en el caso de productos lácteos como: leche, mantequilla y yogures; a ubicarlos en refrigeración, al igual que los embutidos; los cuales estarán respectivamente ordenados según su fecha de entrada y según el grado de consumo de los clientes.

Las frutas pasarán por un proceso especial de enjuague y serán después almacenadas en refrigeración para que se mantengan en adecuada temperatura y conservarlas en buen estado antes, durante y después del proceso de su utilización; al igual que las legumbres.

4.5.6.3 Preparación

Después de realizar todas las etapas anteriores, las cuales son básicamente procesos para mantener un orden; llega la etapa de preparación de los desayunos, lo que depende en su totalidad de los pedidos que sean realizados por los clientes.

Éstas, serán elaboradas dependiendo de la elección del cliente y estará puesta en marcha por los cocineros y sus asistentes quienes prepararán el pedido y se encargarán de la respectiva decoración.

4.5.6.4 Entrega

Después de la preparación, los repartidores tendrán un tiempo determinado para realizar cada entrega.

Los encargados de realizar la entrega son personas que tienen conocimientos previos de servicio a domicilio (catering), el cual ofrece al cliente un servicio de calidad.

4.5.7 Macro localización

La nueva provincia de Santa Elena fue creada el 7 de noviembre de 2007, siendo su capital Santa Elena, cuenta con grandes restaurantes, hoteles, puerto marítimo, aeropuerto, refinería de petróleo.

La provincia de Santa Elena se caracteriza por tener unas hermosas playas que son visitadas por turistas nacionales e internacionales.

GRÁFICO N° 25: Macro localización provincia de Santa Elena



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.5.7.1 Ubicación y distribución política

La provincia de Santa Elena tiene 3 cantones que son: Santa Elena, Salinas y La Libertad, teniendo como límites al norte la provincia de Manabí, Guayas al este y sur, y el Océano Pacífico al oeste.

A continuación mencionamos los lugares destacados que son:

SALINAS

- José Luís Tamayo
- Santa Rosa
- Anconcito

SANTA ELENA

- Manglaralto
- Colonche
- Chanduy
- Simón Bolívar
- Atahualpa
- Ancón

LA LIBERTAD

La cafetería “El Aroma Del Café” estará ubicada en el cantón La Libertad calle 9 de Octubre y Guayaquil cuenta con avenidas principales.

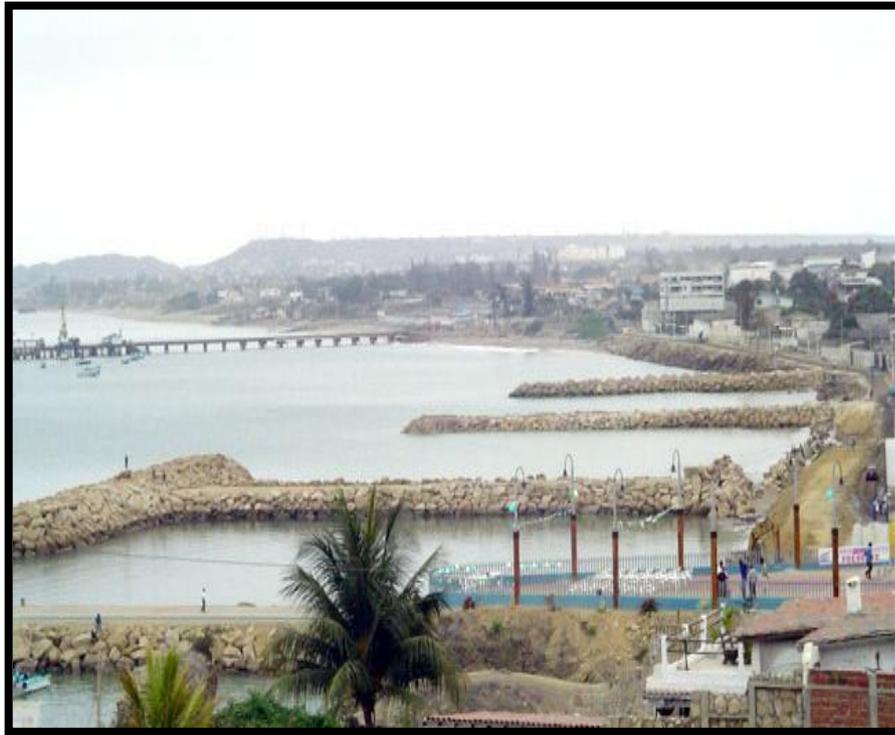
Es conocida como una zona comercial en este lugar se encuentra agencias bancarias, locales comerciales, restaurant, licoreras, discotecas y bares.

Para determinar la macro localización se toma ciertas variables más importantes como la ubicación del establecimiento que está un una avenida principal muy transitada en la cual se hallan centros comerciales y por ser un atractivo lugar para turistas, además de contar con los servicios básicos.

El lugar del proyecto estará ubicado en un lugar estratégico que accede a tener contacto directo con los distribuidores y vendedores de materia prima que se utilizará en la cafetería, ya que contamos con carreteras asfaltadas que son de fácil acceso llegar al centro del cantón La Libertad.

4.5.8 Micro Localización

GRÁFICO N° 26: Micro localización



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.5.8.1 Antecedentes

En la provincia de Santa Elena, se encuentra ubicado el cantón La Libertad el mismo que fue creado el 14 de Abril de 1.993, según el último censo del INEC del 2010), de los cuales 47.912 son mujeres y 48.030 son hombres. Cuenta con una superficie con una superficie de 25,6 Km².

4.5.8.2 Límites

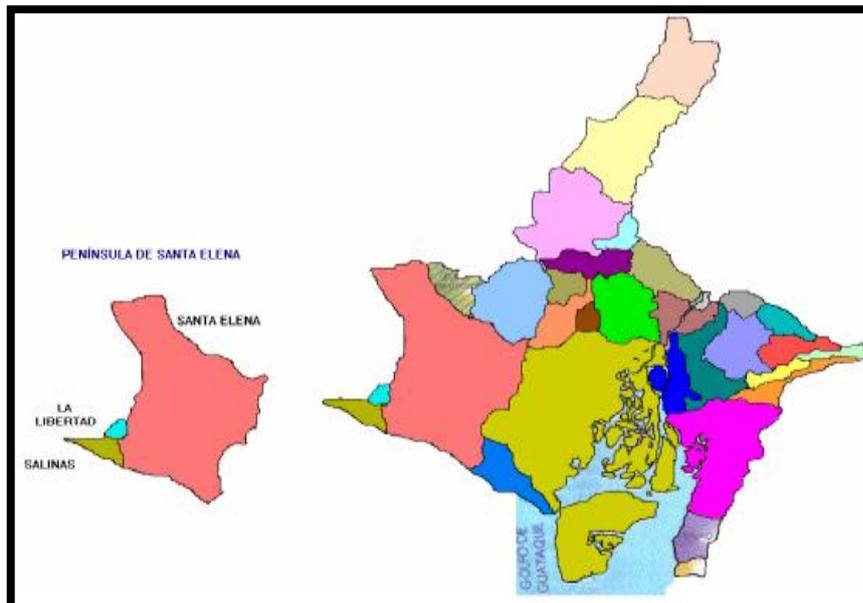
Al norte: Océano Pacífico

Al este: Santa Elena

Al sur: Represa Velasco Ibarra

Al oeste: El cantón Salinas

GRÁFICO N° 27: Límites del cantón La Libertad



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

En su gran mayoría de la localidad, las personas se dedican al comercio, ya que este cantón es conocido como capital económica, tiene varios organismos financieros, comerciales, administrativos.

Su economía está representada en el petróleo, turismo y pesca. Dicho cantón cuenta con restaurant y hotelería que reciben durante el año a turistas nacionales y extranjeros que nos visitan y concurren a las diferentes playas de la provincia de Santa Elena.

También existen empresas importantes como: Empresa Eléctrica, Terminal Petrolero, Refinería de Ep Petroecuador, además cuenta con un sinnúmero de talleres metal mecánicos e industriales ubicados en diferentes partes del cantón.

La infraestructura de la cafetería “El Aroma Del Café” se ubicará en el cantón La Libertad, calle Guayaquil y 9 de Octubre, cuenta con un amplio parqueadero público y cerca están ubicados otros locales pero que no brindan el mismo servicio que nosotros.

Las personas que habitan en el centro del cantón La Libertad, poseen cualidades atractivas, elegantes suelen asistir a lugares de sano esparcimiento donde puedan platicar escuchar una buena música en un ambiente agradable sin dejar atrás aquellos que les encantan tomar un taza de un delicioso café.

4.5.9 Localización del proyecto

La cafetería “EL Aroma del café”, estará ubicado en el malecón del cantón La Libertad, un lugar estratégico, donde la afluencia de personas es frecuente, pues son atraídos por la magia de la naturaleza que emana el esplendoroso mar y la suave brisa del mismo, sin dejar de lado que la zona comercial, bancaria y vehicular está muy cerca, lo que se convierte en un factor importante para funcionamiento y rentabilidad económica del establecimiento.

GRÁFICO N° 28: Malecón del cantón La Libertad



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.5.10 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es la etapa fundamental donde se requiere los recursos físicos y humanos necesarios para iniciar el proyecto, corresponde el funcionamiento y las instalaciones del servicio.

4.5.10.1 Aspectos de ingeniería del proyecto

- 1) Alternativas de tecnología en proceso: se contará con equipos de oficina, muebles y enseres de cocina, equipos de bar y maquinarias.
- 2) Descripción del proceso: el cliente realiza un pedido del desayuno o aperitivo a consumir, se realiza la respectiva orden de pedido.

La cafetería tendrá los siguientes procesos de producción:

- a) Adquisición de las materias primas.
- b) Prestación del servicio y elaboración de los productos.

1.10.1.1.1. Adquisición de las materias primas

El proceso para la adquisición de materia prima es el siguiente:

- Revisar el stock existente y elaborar el listado de productos requeridos.
- Dirigirse al supermercado.
- Seleccionar los productos.
- Inspeccionar la calidad de los productos.
- Adquirir los productos.
- Llamar al proveedor y solicitar los productos.
- Los productos son entregados por el proveedor.
- Inspeccionar la calidad de los productos.
- Cancelar la factura de pedido.
- Desempacar y clasificar los productos.
- Almacenar los productos.

4.5.11 Prestación del servicio y elaboración de los productos

A continuación se muestra la preparación del café:

- El cliente ingresa a la cafetería y es recibido por el mesero.
- El cliente se ubica de acuerdo a su elección y el mesero hace la entrega de la carta y toma el pedido del cliente.
- El mesero se acerca a la barra y entrega el pedido para que se proceda a la elaboración del café.
- Una vez preparado el café y listo el pedido del cliente el mesero se acerca para hacer la entrega del producto.
- Tan pronto como el cliente termine de consumir, el mesero esperará a que el cliente solicite la cuenta.
- Recibe el dinero el mesero y le entrega el cambio al cliente.
- Una vez que el cliente se ha ido el mesero procede a la limpieza de la mesa.

El servicio de cafetería ofrecerá además productos como: jugos, batidos, y sánduches.

Elaboración de café

El proceso de cómo hacer un capuchino engloba dos fases diferenciadas.

La primera, la preparación del café capuchino, (café express) y la segunda la obtención de la espuma de leche.

Lo primero que se necesita es una cafetera express adecuada: una cafetera con calentador de leche, café molido adecuado para el tipo de café que se vaya a preparar: café express normalmente leche y endulzante.

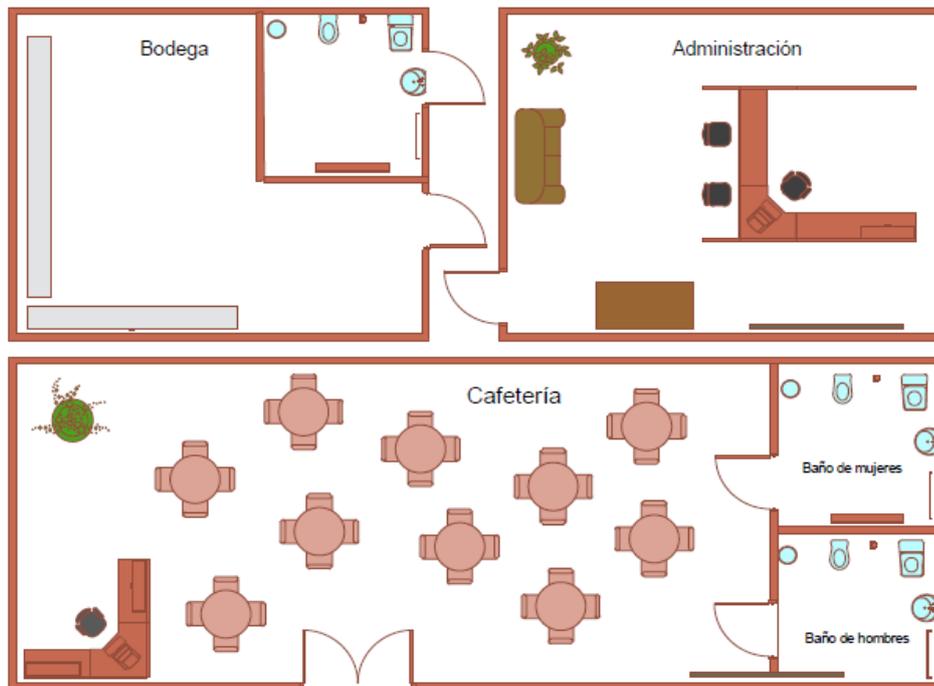
- Llenar la porta brazos con la cantidad apropiada de café exprés.
- Presionar adecuadamente el café dentro de la porta brazos que la superficie quede llana, colocar el brazo en la máquina. Colocar un vaso debajo de la porta brazos.
- Calentar la leche a una temperatura no inferior a 60 grados.

4.5.12 Distribución de la oficina

Para que la distribución y diseño de las instalaciones de la cafetería provean condiciones de trabajo, es necesario considerar los siguientes aspectos:

- Funcionalidad; y
- Estética

GRÁFICO N° 29: Distribución de la planta



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.5.13 Maquinaria y equipo

La cafetería “El Aroma del Café”, utilizara equipos, maquinarias, de última tecnología utensilios que se emplearán en la producción, elaboración de bebidas y alimentos que ofertará la cafetería, esto nos ayudará a tener un servicio eficiente al momento de entregar los pedidos hecho por nuestros clientes y a su vez brindando un servicio de calidad y siendo atendidos en un tiempo oportuno.

Los elementos necesarios que se deben utilizar es el siguiente:

- Materia Prima
- Proveedores
- Precios
- Capacidad y Dimensión
- Flexibilidad
- Mano de obra necesaria
- Costo de energía eléctrica

Para la realización del proyecto se requiere necesariamente de la adquisición de los siguientes activos fijos y equipos:

CUADRO N° 25: Activos fijos

ACTIVO FIJOS						
ACTIVO FIJO	Cant	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Equipos de cocina						
Cocina industrial	2	700,00	1.400,00	10	140,00	11,67
Congelador	1	1.500,00	1.500,00	10	150,00	12,50
Vitrina Frigorífica	1	1.200,00	1.200,00	10	120,00	10,00
Hornos microondas	2	160,00	320,00	10	32,00	2,67
Cafeteras	10	180,00	1.800,00	10	180,00	15,00
Dispensador automático de tres bebidas Cecilware GB3M-10IT	1	650,00	650,00	10	65,00	5,42
Máquina para café expreso y capuchino Bomba 15lb	1	395,00	395,00	10	39,50	3,29
Mostrador refrigerante	1	950,00	950,00	10	95,00	7,92
Mesón de trabajo	1	650,00	650,00	10	65,00	5,42
Repisa (acero inoxidable)	2	165,00	330,00	10	33,00	2,75
Muebles y Equipos de oficina						
Teléfono Panasonic KX FT501	2	60,00	120,00	5	24,00	2,00
Teléfono Panasonix	2	65,00	130,00	5	26,00	2,17
Aire Acondicionado Split Samsung 12000 Btu	2	500,00	1.000,00	5	200,00	16,67
Escritorios con Sillas	5	245,00	1.225,00	5	245,00	20,42
Archivadores.	3	120,00	360,00	5	72,00	6,00
Equipos de Computación						
Impresora Canon 250 Multifunción.	2	150,00	300,00	5	60,00	5,00
Computador de escritorio XTRATECH.	4	750,00	3.000,00	5	600,00	50,00
Caja registradora	1	700,00	700,00	5	140,00	11,67
Vehículo						
Camionetas D-MAX.	2	25.000,00	50.000,00	5	10000,00	833,33
Motos	2	800,00	1.600,00	5	320,00	26,67
TOTAL			67.630,00		12.606,50	1.050,54

Fuente: Activos Fijos

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CUADRO N° 26: Enseres de cocina

ENSERES DE COCINA	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Batidora	2	35,00	70,00
Sanduchera	1	45,00	45,00
Licuadoras	2	80,00	160,00
Extractor de jugos	1	125,00	125,00
Juego de ollas	2	95,00	190,00
Juegos de vajillas	2	60,00	120,00
Juego de cubiertos	12	30,00	360,00
Juego de cuchillos	4	2,50	10,00
Juego de sartenes	2	40,00	80,00
Encendedor de cocina a gas	2	1,50	3,00
Exprimidor de limón	2	4,25	8,50
Tazas y platos de cerámica	60	2,50	150,00
Jarra de 4 litros	2	3,75	7,50
Jarros y platos de cerámica	50	3,50	175,00
Cucharas pequeñas metálicas	60	1,00	60,00
Vasos térmicos grandes	350	0,25	87,50
Vasos térmicos pequeños	200	0,15	30,00
Vasos de vidrios	60	1,20	72,00
Azucareros	12	4,00	48,00
TOTAL			1.801,50

Fuente: Enseres de cocina

Elaborado por: Brenda Cruz Guale.

PERSONAL

- Un gerente general
- Un contador
- Una secretaria
- Una cajera
- Un contador
- Un jefe de ventas
- Cuatro cocineros
- Dos auxiliar de cocina
- Dos meseros
- Dos repartidores a domicilio

4.5.14 Control de enfermedades y aseo

4.5.14.1 Aseo personal

- En caso de haber cortadas o vendajes en las manos deben utilizarse guantes desechables.
- Las enfermedades contagiosas deben reportarse. No debe permitirse a los miembros del personal afectados o padeciendo de lesiones abiertas o heridas infectadas trabajar con productos alimenticios.
- En el piso de producción no se permite el uso de joyería.
- Es requerido bañarse diariamente antes de entrar a trabajar.
- El pelo debe lavarse al menos una vez por semana.
- Las uñas deben mantenerse limpias y adecuadamente cortadas.

4.5.14.2 Uniformes

- Se deben cambiar los uniformes si se ensucian.
- No se usarán las batas fuera de la planta.
- Los uniformes deben mantenerse limpios y ordenados.
- En los casos apropiados se deben utilizar zapatos de seguridad.
- Los empleados se deben quitar las batas y el equipo antes de utilizar los baños.
- Las batas usadas en el área de producción se deben quitar, y se deben usar batas limpias en las áreas de productos cocinados.

4.5.14.3 Cobertura del cabello

- Las redecillas para el cabello deben de ser nuevas y sin usar. Cada vez que un empleado se quite la redecilla para el cabello, ésta debe ser descartada.
- Las patillas deben estar cubiertas por encima de los lóbulos de las orejas.

- El cabello debe estar cubierto; preferiblemente usando redecillas para el cabello.
- Los hombres deben estar rasurados o de lo contrario es necesario el uso de redecillas faciales. Se permiten los bigotes si están recortados y por encima de las esquinas de la boca.

4.5.14.4 Lavado de manos

La higiene del personal debe prevalecer en la cafetería y tener una excelente imagen ante los clientes.

Las manos deben estar limpias al:

- Usar el teléfono
- Manipular contenedores sucios, materiales de desecho o productos de origen animal.
- Toser o estornudar
- Periodos de descanso
- Usar el baño

4.5.15 Impacto ambiental

En la cafetería se contratará personal que se encarga del aseo del establecimiento se contara con recipiente de basura para que los clientes coloquen los desechos y evitar enfermedades a causa de la contaminación, estos implementos de aseo deberá ser esterilizados.

4.5.15.1 Medidas de prevención y mitigación

Las medidas de prevención que se tomará para el cuidado y preservación del medio ambiente y de la salud de los clientes de la cafetería son:

- Contar con basureros con tapas, que permitan el correcto manejo de los desechos (prevención).
- Reciclar mediante la separación de desechos orgánicos e inorgánicos (mitigación).

GRÁFICO N° 30: Medidas de prevención y mitigación



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En este capítulo se hará una breve descripción del sistema organizacional de la empresa su filosofía, así como sus políticas y descripción de puestos que se manejarán en el proyecto propuesto.

Objetivo

Determinar los cargos y funciones del equipo de trabajo de las diferentes áreas del establecimiento para garantizar la organización y coordinación dentro del sistema de gestión administrativo.

Los objetivos de la organización de la empresa son:

- a) Definir la base filosófica que regirá la empresa.
- b) Determinar la estructura orgánica y funcional de la empresa.
- c) Establecer las obligaciones legales requeridas para constituir la empresa.

4.6.1 Misión

La misión de la cafetería El aroma del café es el siguiente:

Con la empresa: Cumplir con los objetivos de ventas y con su rentabilidad para asegurar el desarrollo de la empresa.

Con los consumidores: Ofrecer productos y servicios que cumplan con las características ofrecidas, manteniendo siempre una relación de respeto entre empleados y clientes.

Con los empleados y colaboradores: Mantener una relación de respeto y un ambiente de trabajo adecuado, con remuneraciones justas, motivación continua y compromiso institucional.

4.6.2 Visión

Cafetería “El aroma del café” en el 2018 liderará el mercado teniendo la responsabilidad de satisfacer con productos tradicionales que deleiten a nuestros clientes, destacándose por nuestro servicio eficiente y de calidad brindando un ambiente de paz, tranquilidad y familiaridad en el cantón La Libertad provincia de Santa Elena.

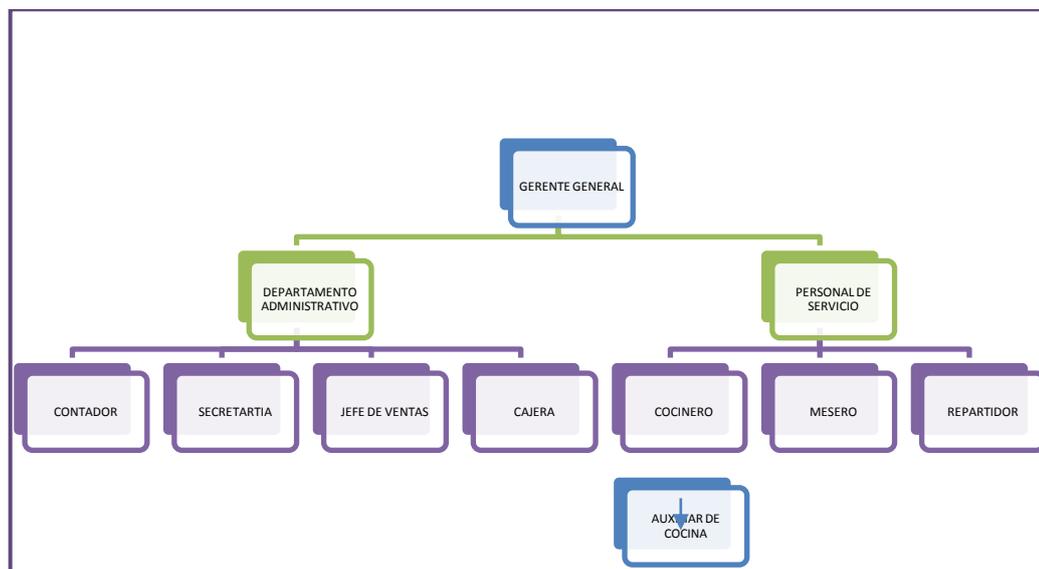
4.6.3 Valores corporativos

- Trabajo en equipo.- Realizar con la máxima dedicación, talento y creatividad los procedimientos que se establecen en la normativa de nuestras funciones específicas de trabajo, de tal suerte que nuestro sello personal incremente y fortalezca la cadena de valor de los procesos operativos, administrativos y comerciales de la empresa.

- Alto desempeño.- Actuar en la ejecución de nuestros proyectos y tareas, buscando siempre las formas y métodos que aseguren los óptimos resultados de éxito, productividad y eficiencia.
- Orientación al cliente.- Construimos relaciones de largo plazo con nuestros clientes, que son nuestra razón de ser.
- Respeto a los demás.- Es un valor básico que nos induce a la cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben signos distintos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.

4.6.4 Organigrama

GRÁFICO N° 31: Organigrama De La Cafetería



Fuente: Organigrama de la cafetería
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Recurso Humano Requerido

El personal humano con el que va a contar la empresa consta en el siguiente organigrama, el cual ha sido diseñado para el correcto desempeño de todas las actividades.

Gerente General.- El gerente general es el representante de la empresa un ejecutivo que tiene responsabilidad de vigilar todas las funciones de mercado y ventas de una empresa. Desarrolla actividades de presupuesto, controla los gastos, provee información que solicita el contador tales como pagos, impuestos y estados financieros.

Contador.- Es la persona encargada de llevar los libros o registros de contabilidad, registrando los informes de estados financieros, los presupuestos, rendiciones de cuentas utilizadas en la cafetería.

Secretaria.- Es la persona proactiva, organizada con facilidad de expresión verbal y escrita encargada de brindar apoyo a todos los departamentos, con capacidad de trabajar en equipo en las actividades que realiza diariamente el gerente general.

Cajero.- De preferencia mujer, que demuestre siendo eficiente y eficaz en su puesto de trabajo. La cajera deberá aceptar el pedido en caso que el cliente solicite el servicio a domicilio.

Jefe de Ventas.- tiene una gran responsabilidad dentro de la empresa porque el producto o servicio que ofrece es la principal fuente de ingresos. Se encargará de elaborar estrategias y conocer las necesidades de los clientes.

Cocinero.- Es el encargado de preparar los alimentos, de acuerdo al pedido de los clientes.

Auxiliar de cocina.- El auxiliar de cocina es quien ayuda al cocinero con la preparación de alimentos y deberá cumplir su cargo.

- Toma pedidos de los clientes.
- Entrega el producto al cliente.

- Informar cualquier anomalía que se presente en la presentación del servicio.
- Mantener limpio su puesto de trabajo.
- Conocer e informar a los clientes del menú disponible.
- Vigilar la debida conservación de los alimentos ya preparados.
- Preparación de bebidas.

Meseros.- El mesero es muy responsable y a la vez cumple un rol importante con el cliente del cual dependerá de la afluencia de consumidores, por tal motivo debe estar en constante capacitación y brindar un servicio eficiente y eficaz.

Repartidor.- Cumplirá con las siguientes funciones:

- Llevar el producto hasta el domicilio de los clientes, cumpliendo con el tiempo determinado para cada entrega y a la hora indicada por el consumidor.
- Deberá portar el uniforme de la empresa.
- Recibir la capacitación de catering y sus debidas actualizaciones.

4.6.5 Políticas del establecimiento

- Todo trabajador, deberá siempre presentar el saludo al cliente.
- Los empleados no podrán comer en horas de trabajo.
- Notificar a las personas encargadas de cualquier falla o desperfecto que se presente durante la operación de nuestro negocio.
- Deberán en todo momento brindar buena atención a nuestros clientes, así nos garantizaremos que estos regresen.
- Todo trabajador que pertenezca a la empresa tendrá la obligación de presentarse correctamente vestido utilizando el uniforme que se le suministre.

Retrasos: Se permitirán únicamente si se comunica mediante una llamada telefónica antes del turno de trabajo, comunicando las razones del mismo y la hora aproximada de llegada.

Enfermedad: Si un empleado se encuentra enfermo, es responsabilidad del empleado buscar un reemplazo. Debe llamar al gerente a reportar su inasistencia lo más pronto posible y avisar cuál será su reemplazo.

4.6.5.1 Principios básicos de un buen servicio

- Representar con orgullo a la empresa.
- Respetar a los compañeros de trabajo.
- Trabajar en equipo.
- Conocer la empresa y los productos que ofrece.
- Anticiparse a las necesidades de los clientes.
- Dar la bienvenida a los clientes.

4.6.5.2 Políticas de higiene

- El personal de cocina debe utilizar los implementos necesarios a la hora de la preparación de alimentos (guantes, gorros).
- Los productos que se utilicen deben ser frescos para el consumo humano.
- Los utensilios deben estar debidamente esterilizados.

4.6.5.3 Políticas sanitarias

- El local contará con implementos necesarios de seguridad, en caso de accidente.
- El local estará debidamente limpia para dar una excelente imagen de la empresa.
- En el área de cocina se tendrá recipientes de basura.

4.6.6 Reglas

- Se multará al trabajador que ingrese a la empresa en estado etílico.
- Los sueldos del personal serán pagados de acuerdo a su categoría, y estipulados a la ley.
- Se pagará horas extras los fines de semana y los días festivos.
- En caso de atrasos o si reinciden muy seguidos se les descontará de su sueldo.

4.7 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

La cafetería “El aroma del café”, situado en el cantón La Libertad, expone su evaluación de proyecto y estado financiero con su respectivo presupuesto contable y dar inicio con la ejecución del proyecto.

Objetivos

Los objetivos propuestos para el desarrollo de este capítulo son los siguientes:

- Determinar los rubros de inversión inicial requerida.
- Proyectar el presupuesto de ingresos y egresos.
- Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- Determinar la viabilidad económica y financiera.
- El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles.

4.7.1 Activos fijos

Los activos fijos son todos los bienes de la empresa. A continuación se muestra los activos fijos que se utilizará en la cafetería.

CUADRO N° 27: Activos fijos

ACTIVO FIJOS						
ACTIVO FIJO	Cant	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Equipos de cocina						
Cocina industrial	2	700,00	1.400,00	10	140,00	11,67
Congelador	1	1.500,00	1.500,00	10	150,00	12,50
Vitrina Frigorífica	1	1.200,00	1.200,00	10	120,00	10,00
Hornos microondas	2	160,00	320,00	10	32,00	2,67
Cafeteras	10	180,00	1.800,00	10	180,00	15,00
Dispensador automático de tres bebidas Cecilware GB3M-10IT	1	650,00	650,00	10	65,00	5,42
Máquina para café expreso y capuchino Bomba 15lb	1	395,00	395,00	10	39,50	3,29
Mostrador refrigerante	1	950,00	950,00	10	95,00	7,92
Mesón de trabajo (acero inoxidable)	1	650,00	650,00	10	65,00	5,42
Repisa (acero inoxidable)	2	165,00	330,00	10	33,00	2,75
Muebles y Equipos de oficina						
Teléfono Panasonic KX FT501 LA.	2	60,00	120,00	5	24,00	2,00
Teléfono Panasonic	2	65,00	130,00	5	26,00	2,17
Aire Acondicionado Split Samsung 12000 Btu	2	500,00	1.000,00	5	200,00	16,67
Escritorios con Sillas	5	245,00	1.225,00	5	245,00	20,42
Archivadores.	3	120,00	360,00	5	72,00	6,00
Equipos de Computación						
Impresora Canon 250 Multifunción.	2	150,00	300,00	5	60,00	5,00
Computador de escritorio XTRATECH.	4	750,00	3.000,00	5	600,00	50,00
Caja registradora	1	700,00	700,00	5	140,00	11,67
Vehículo						
Camionetas D-MAX	2	25.000,00	50.000,00	5	10000,00	833,33
Motos	2	800,00	1.600,00	5	320,00	26,67
TOTAL			67.630,00		12.606,50	1.050,54

Fuente: Activos Fijos

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CUADRO N° 28: Enseres de cocina

ENSERES DE COCINA	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Batidora	2	35,00	70,00
Sanduchera	1	45,00	45,00
Licuadoras	2	80,00	160,00
Extractor de jugos	1	125,00	125,00
Juego de ollas	2	95,00	190,00
Juegos de vajillas	2	60,00	120,00
Juego de cubiertos	12	30,00	360,00
Juego de cuchillos	4	2,50	10,00
Juego de sartenes	2	40,00	80,00
Encendedor de cocina a gas	2	1,50	3,00
Exprimidor de limón	2	4,25	8,50
Tazas y platos de cerámica	60	2,50	150,00
Jarra de 4 litros	2	3,75	7,50
Jarros y platos de cerámica	50	3,50	175,00
Cucharas pequeñas metálicas	60	1,00	60,00
Vasos térmicos grandes	350	0,25	87,50
Vasos térmicos pequeños	200	0,15	30,00
Vasos de vidrios	60	1,20	72,00
Azucareros	12	4,00	48,00
TOTAL			1.801,50

Fuente: Enseres de cocina

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.7.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo es una herramienta útil para la empresa comprende recursos que necesita la empresa para poder operar y continuar con el desarrollo de sus actividades.

CUADRO N° 29: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Año 1	
Remuneración Anual	93.302,76
Gastos de alquiler	4.800,00
Gastos en Suministros y enseres	2.401,50
Gastos en Servicios Básicos	1.560,00
Permisos de funcionamiento y seguros	266,00
Gastos en mantenimiento de Maquinarias y Vehículos	1.800,00
Capital de trabajo	104.130,26

Fuente: Capital de trabajo

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.7.3 Financiamiento

El total de la inversión de activos fijos y capital de trabajo, es de \$ 171.760,26 para este caso se supone un 40% de aporte de los accionistas y la diferencia con un préstamo bancario

CUADRO N° 30: Inversión total

FINANCIAMIENTO			
Inversión Total			
	Inversión fija	67.630,00	
	Capital de Operaciones	104.130,26	
			171.760,26
Capital propio			
	40% del monto total	68.704,10	
			68.704,10
Financiamiento Bancario			
	Inversión total	171.760,26	
(-)	Capital propio	68.704,11	
	TOTAL REQUERIDO		103.056,16

Fuente: Inversión Total

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CUADRO N° 31: Inversión total

FINANCIAMIENTO			
Capital prestado:		103.056,16	
Años de financiamiento		5	Años
Pagos:		12	Mensuales
Meses de gracia		0	meses
Tasa de interés activa		0,12	
Número de pagos		60	

Fuente: Inversión Total

Elaborado por: Brenda Cruz. Guale.

A continuación se muestran el financiamiento con la respectiva tabla de amortización del proyecto.

CUADRO N° 32: Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Ptmo	103.056,16		Periodos	60
Tasa	0,01041667			
No.	Capital	Intereses	Total Dividendo	Amortización Capital
1	16.003,62	11.505,51	27.509,13	87.052,54
2	18.033,28	9.475,85	27.509,13	69.019,27
3	20.320,35	7.188,78	27.509,13	48.698,92
4	22.897,47	4.611,65	27.509,13	25.801,45
5	25.801,45	1.707,68	27.509,13	0,00

Fuente: Tabla de Amortización

Elaborado por: Brenda Cruz Guale.

La tabla de amortización mensual refleja los intereses que se pagan mensualmente y así obtener de manera detallada los pagos a realizarse en el periodo de los 5 años del préstamo bancario de manera desglosada los 60 meses.

CUADRO N° 33: Tabla de amortización por períodos

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Ptmo	\$ 103.056,16		Periodo	60
Tasa	1%			
No.	Capital	Intereses	Total Dividendo	Amortización Capital
1	1.261,87	1.030,56	2.292,43	101.794,29
2	1.274,48	1.017,94	2.292,43	100.519,81
3	1.287,23	1.005,20	2.292,43	99.232,58
4	1.300,10	992,33	2.292,43	97.932,48
5	1.313,10	979,32	2.292,43	96.619,38
6	1.326,23	966,19	2.292,43	95.293,14
7	1.339,50	952,93	2.292,43	93.953,65
8	1.352,89	939,54	2.292,43	92.600,76
9	1.366,42	926,01	2.292,43	91.234,34
10	1.380,08	912,34	2.292,43	89.854,25
11	1.393,88	898,54	2.292,43	88.460,37
12	1.407,82	884,60	2.292,43	87.052,54
13	1.421,90	870,53	2.292,43	85.630,64
14	1.436,12	856,31	2.292,43	84.194,52

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Ptmo	\$ 103.056,16		Periodo	60
Tasa	1%			
No.	Capital	Intereses	Total Dividendo	Amortización .Capital
15	1.450,48	841,95	2.292,43	82.744,04
16	1.464,99	827,44	2.292,43	81.279,05
17	1.479,64	812,79	2.292,43	79.799,41
18	1.494,43	797,99	2.292,43	78.304,98
19	1.509,38	783,05	2.292,43	76.795,60
20	1.524,47	767,96	2.292,43	75.271,13
21	1.539,72	752,71	2.292,43	73.731,42
22	1.555,11	737,31	2.292,43	72.176,30
23	1.570,66	721,76	2.292,43	70.605,64
24	1.586,37	706,06	2.292,43	69.019,27
25	1.602,23	690,19	2.292,43	67.417,03
26	1.618,26	674,17	2.292,43	65.798,78
27	1.634,44	657,99	2.292,43	64.164,34
28	1.650,78	641,64	2.292,43	62.513,55
29	1.667,29	625,14	2.292,43	60.846,26
30	1.683,96	608,46	2.292,43	59.162,30
31	1.700,80	591,62	2.292,43	57.461,49
32	1.717,81	574,61	2.292,43	55.743,68
33	1.734,99	557,44	2.292,43	54.008,69
34	1.752,34	540,09	2.292,43	52.256,35
35	1.769,86	522,56	2.292,43	50.486,48
36	1.787,56	504,86	2.292,43	48.698,92
37	1.805,44	486,99	2.292,43	46.893,48
38	1.823,49	468,93	2.292,43	45.069,99
39	1.841,73	450,70	2.292,43	43.228,26
40	1.860,14	432,28	2.292,43	41.368,12
41	1.878,75	413,68	2.292,43	39.489,37
42	1.897,53	394,89	2.292,43	37.591,84
43	1.916,51	375,92	2.292,43	35.675,33
44	1.935,67	356,75	2.292,43	33.739,66
45	1.955,03	337,40	2.292,43	31.784,63
46	1.974,58	317,85	2.292,43	29.810,04
47	1.994,33	298,10	2.292,43	27.815,72
48	2.014,27	278,16	2.292,43	25.801,45
49	2.034,41	258,01	2.292,43	23.767,03
50	2.054,76	237,67	2.292,43	21.712,28

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Ptmo	\$ 103.056,16		Periodo	60
Tasa	1%			
No.	Capital	Intereses	Total Dividendo	Amortización .Capital
51	2.075,30	217,12	2.292,43	19.636,97
52	2.096,06	196,37	2.292,43	17.540,92
53	2.117,02	175,41	2.292,43	15.423,90
54	2.138,19	154,24	2.292,43	13.285,71
55	2.159,57	132,86	2.292,43	11.126,14
56	2.181,17	111,26	2.292,43	8.944,97
57	2.202,98	89,45	2.292,43	6.741,99
58	2.225,01	67,42	2.292,43	4.516,99
59	2.247,26	45,17	2.292,43	2.269,73
60	2.269,73	22,70	2.292,43	0,00
TOTALES	103.056,16	34.489,48	137.545,64	

Fuente: Tabla de amortización

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.7.4 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas es una herramienta valiosa que otorga una dirección a la compañía en lo que refiere a sus ventas esperadas. Ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa.

La firma confecciona un plan financiero teniendo en cuenta la cantidad de bienes y servicios que planea vender en el plazo de un año, y el precio al que esos bienes y servicios serán vendidos.

A continuación se detalla el presupuesto de ventas estimadas para el primer año de cada uno de los productos de la cafetería.

CUADRO N° 34: Ingresos por producto capuchino

INGRESOS POR PRODUCTO CAPUCHINO												
2014												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MA	JUN	JUL	AGO	SPT	OCT	NOV	DIC
Cantidad clientes por mes (fijo)	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064
Capuchino	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Ventas mensuales	10.128,30											

Fuente: Ingresos por producto capuchino

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CUADRO N° 35: Ingresos por producto café y tostadas

INGRESOS POR CAFÉ Y TOSTADAS												
2014												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MA	JUN	JUL	AGO	SPT	OCT	NOV	DIC
Cantidad clientes por mes (fijo)	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064	5064
Capuchino	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Ventas mensuales	7.596,23											

Fuente: Ingresos por producto café y tostadas

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Las ventas que va a realizar en la cafetería “El aroma del café” son evaluadas en un periodo de 5 años, teniendo el 45% de mercado en el primer año, luego en los años posteriores aumenta en un 7% cada año.

CUADRO N° 36: Venta anual

VENTA ANUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2014	2015	2016	2017	2018
Cantidad clientes por mes (fijo)	121540	130047	139151	148891	159314
Ingreso promedio por cliente por mes (capuchino)	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25
Ingreso promedio por cliente por mes (café y tostadas)	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69
Ventas anuales	364.618,80	413.982,14	470.028,47	533.662,53	605.911,60

Fuente: Venta anual

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.7.5 Gastos de publicidad

Los gastos de publicidad que se utilizara en el proyecto serán los medios de comunicación más destacados como son volantes y cuñas radiales, estos gastos se darán anualmente y se aumentará en el siguiente año.

CUADRO N° 37: Gastos de publicidad

GASTOS EN PUBLICIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2014	2015	2016	2017	2018
Volantes	14,00	14,43	14,88	15,34	15,82
Cuñas radiales	20,00	20,62	21,26	21,92	22,60
Gastos total mensual en publicidad	34,00	35,05	36,14	37,26	38,42
Gastos anuales en publicidad	408,00	420,65	433,69	447,13	460,99

Fuente: Gastos de publicidad

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.7.6 Gastos de ventas totales

Estos gastos de ventas totales están en función de los gastos de publicidad esto nos permitirá acaparar mercado y el gasto de gasolina que tendremos será utilizado para la camioneta y moto.

CUADRO N° 38: Gastos de ventas totales

GASTOS DE VENTA TOTALES					
	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos de publicidad	408,00	420,65	433,69	447,13	460,99
Gastos de gasolina	248,64	497,28	512,70	528,59	544,98
TOTAL	656,64	917,93	946,39	975,72	1.005,97

Fuente: Gastos de ventas totales

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.7.7 Gastos administrativos anuales

Estos son los gastos administrativos anuales que se darán en el periodo de funcionamiento de la cafetería.

CUADRO N° 39: Gastos administrativos anuales

GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES					
	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneración Anual	93.302,76	96.111,18	98.919,59	101.728,00	104.536,42
Gastos de alquiler	4.800,00	4.944,48	5.088,96	5.233,44	5.377,92
Gastos en suministros y enseres	2.401,50	2.437,62	\$2.473,74	2.509,86	2.545,98
Gastos en Servicios Básicos	1.560,00	3.250,42	4.940,83	6.631,25	8.321,66
Permisos de funcionamiento y seguros	266,00	290,02	314,04	338,06	362,08
Gastos en mantenimiento de maquinarias y vehículos	1.800,00	1.854,18	1.908,36	1.962,54	2.016,72
Gastos anual en depreciación	12.606,50	12.606,50	12.606,50	12.606,50	12.606,50
Gastos de Constitución	160,00	-	-	-	-
TOTAL	116.896,76	121.494,39	126.252,02	131.009,65	135.768,28

Fuente: Gastos administrativos anuales

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

4.8.1 Determinación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables, y las ventas generadas.

La fórmula del punto de equilibrio se muestra a continuación:

$$\text{Punto de equilibrio} = \text{CF} / (\text{PV} - \text{CVU})$$

Donde:

- CF= costos fijos
- PV= precio de ventas
- CVU= costo variable unitario

Para poder obtener el punto de equilibrio lo que se deberá hacer es el valor del punto de equilibrio en unidades por el precio de ventas del producto.

La fórmula es la siguiente:

$$\text{Valor en equilibrio} = \text{PE} * \text{PV}$$

Donde:

- PE= Punto de equilibrio en unidades
- PV= Precio de ventas.

4.8.2 Cálculo del punto de equilibrio

Estos datos están en función del producto de capuchino.

CUADRO N° 40: Punto de equilibrio (Capuchino)

DATOS INICIALES	
Precio Venta	2,00
Costo Unitario	1,37
Gastos Fijos	117.553,40
Pto. Equilibrio	185.493
\$ Ventas Equilibrio	370.986,03

Fuente: Punto de equilibrio

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

3.3.1.1 Datos del punto de equilibrio

Entonces podríamos decir que para la cafetería pueda obtener un punto de equilibrio que sus valores de ingresos estén por encima de los gastos totales la empresa tendrá que producir 185.493 unidades de capuchino a un precio de \$2.00. Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 185.493 unidades.

CUADRO N° 41: Datos punto de equilibrio

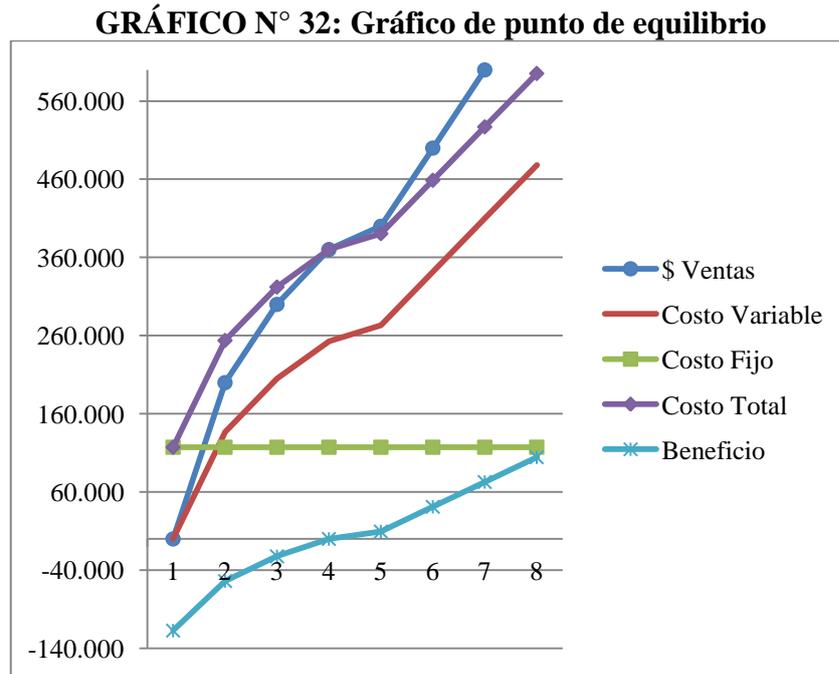
DATOS PARA EL GRÁFICO								
	0	100.000	150.000	185.106	200.000	250.000	300.000	350.000
\$ Ventas	0	200.000	300.000	370.213	400.000	500.000	600.000	700.000
Costo Variable	0	136.627	204.940	252.904	273.253	341.566	409.880	478.193
Costo Fijo	117.553	117.553	117.553	117.553	117.553	117.553	117.553	117.553
Costo Total	117.553	254.180	322.493	370.986	390.806	459.120	527.433	595.746
Beneficio	-117.308	- 54.180	- 22.493	0	9.194	40.880	72.567	104.254

Fuente: Punto de equilibrio

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

3.3.1.2 Gráfico del punto de equilibrio

Según el gráfico al tiempo que se interceptan las líneas de costos fijos y las ventas podríamos decir que en ese momento la empresa se encuentra en equilibrio.



Fuente: Punto de equilibrio
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

3.3.1.3 Calculo del punto de equilibrio

Estos datos están en función del café y tostadas.

CUADRO N° 42: Punto de equilibrio (café y tostadas)

DATOS INICIALES	
Precio Venta	1,50
Costo Unitario	0,76
Gastos Fijos	117.553,40
Pto. Equilibrio	159.519,91
\$ Ventas Equilibrio	239.279,86

Fuente: Punto de equilibrio
Elaborado por: Brenda Cruz Guale

3.3.1.4 Datos del punto de equilibrio

Para que la cafetería este en punto de equilibrio se deberá tener una producción de 159.519 unidades de café con tostadas a un precio de \$1,50. Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 159.519 unidades.

CUADRO N° 43: Datos punto de equilibrio

DATOS PARA EL GRÁFICO								
	0	50.000	100.000	159.187	200.000	250.000	300.000	350.000
\$ Ventas	0	75.000	150.000	238.781	300.000	375.000	450.000	525.000
Costo Variable	0	38.154	76.308	121.473	152.616	190.770	228.924	267.078
Costo Fijo	117.553	117.553	117.553	117.553	117.553	117.553	117.553	117.533
Costo Total	117.553	155.707	193.861	239.280	270,169	308.323	346.477	384.631
Beneficio	-117.553	- 80.707	- 43.861	0	29.831	66.677	103.523	140.369

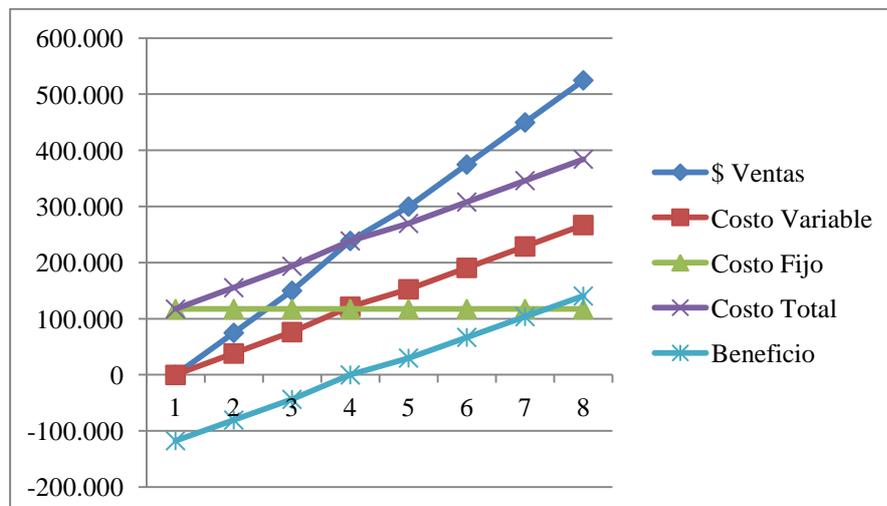
Fuente: Punto de equilibrio

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

3.3.1.5 Gráfico del punto de equilibrio

El gráfico nos indica que se interceptan las líneas de costos fijos con las de ventas significa que la cafetería está en equilibrio.

GRÁFICO N° 33: Gráfico de punto de equilibrio



Fuente: Punto de equilibrio

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

3.3.1.6 Estado de pérdidas y ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancia es un estado financiero básico, documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable.

El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos.

3.3.1.7 Estado de Resultado

La deducción de todas las ventas durante el año, los costos, los gastos administrativos, de ventas y financieros se ven reflejados en el estado de resultados que muestran datos correspondientes a cada periodo o año.

En el primer año la cafetería “El aroma del café” tiene unas ventas totales en la prestación de servicios de \$ 364.618,80; donde las utilidades brutas son de \$ 142.790,44 y el margen de utilidad neta corresponde a \$ 8.753,85 dichos valores de este resultado se considera todos los gastos administrativos, de ventas, de igual manera la deducción del impuesto a la renta y la aportación del 15% correspondientes a la participación de trabajadores.

Se estima que en el último año se obtendrán unas ventas brutas de \$ 605.911,60 y una utilidad neta de \$ 62.885,27

A continuación se muestra el detalle de los estados de resultados anuales, con sus respectivas utilidades netas.

CUADRO N° 44: Estados de Resultados Proyectados

CAFETERÍA EL AROMA DEL CAFÉ						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
		2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS		364.618,80	413.982,14	470.028,47	533.662,53	605.911,60
Costo de ventas		221.828,36	251.860,24	285.957,94	324.671,91	368.627,11
UTILIDAD BRUTA		142.790,44	162.121,90	184.070,52	208.990,62	237.284,49
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos:						
Remuneración Anual		- 93.302,76	- 96.111,18	- 98.919,59	- 101.728,00	- 104.536,42
Gastos de alquiler		- 4.800,00	- 4.944,48	- 5.088,96	- 5.233,44	- 5.377,92
Gastos en suministros y enseres		- 2.401,50	- 2.437,62	- 2.473,74	- 2.509,86	- 2.545,98
Gastos en servicios básicos		- 1.560,00	- 3.250,42	- 4.940,83	- 6.631,25	- 8.321,66
Permisos de funcionamiento y seguros		- 266,00	- 290,02	- 314,04	- 338,06	- 362,08
Gastos en mantenimiento de maquinarias y vehículos		- 1.800,00	- 1.854,18	- 1.908,36	- 1.962,54	- 2.016,72
Gastos anual en depreciación		- 12.606,50	- 12.606,50	- 12.606,50	- 12.606,50	- 12.606,50
Gastos de Constitución		- 160,00	- 160,00	- 160,00	- 160,00	- 160,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		-116.896,76	- 121.654,39	- 126.412,02	- 131.169,65	- 135.927,28
GASTOS DE VENTAS:						
Gastos anual en publicidad		- 408,00	- 420,65	- 433,69	- 447,13	- 460,99
Gastos en gasolina		- 248,64	- 497,28	- 512,70	- 528,59	- 544,98
Total Gastos de Ventas		- 656,64	- 917,93	- 946,38	- 975,72	- 1005,97
TOTAL GASTOS		- 117.553,40	- 122.572,32	- 127.358,41	- 132.145,37	- 136.933,25
UTILIDAD OPERACIONAL		25.237,04	39.549,58	56.712,12	76.845,25	100.351,24
Intereses Pagados		(11.505,51)	(9.475,85)	(7.188,78)	(4.611,65)	(1.707,68)
EBTI		13.731,53	30.073,73	49.523,33	72.233,59	98.643,56,
Participación Trabajadores	0,15	- 2.059,73	- 4.511,06	- 7.428,50	- 10.835,04	- 14.796,53
Impuesto a la Renta	0,22	- 2.917,95	- 6.390,67	- 10.523,71	- 15.349,64	- 20.961,76
UTILIDAD NETA		8.753,85	19.172,00	31.571,13	46.048,92	62.885,27

Fuente: Estados de Resultados Proyectados

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

CUADRO N° 45: Estado de Situación Financiera Proyectado

CAFETERÍA "EL AROMA DEL CAFÉ"						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	BG Inicial	2014	2015	2016	2017	2018
Activos Corriente						
Caja – bancos	104.130,26	114.624,68	134.613,95	165.841,71	210.152,12	269.736,06
Total activo corriente	104.130,26	114.624,68	134.613,35	165.841,71	210.152,12	269.736,06
No corrientes						
Cocina industrial	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Congelador	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Vitrina frigorífica	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Hornos microondas	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Cafeteras	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Dispensador automático de tres bebidas cecilware gb3m-10it	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
Máquina para café expreso y capuchino bomba 15lb	395,00	395,00	395,00	395,00	395,00	395,00
Mostrador refrigerante	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00
Mesón de trabajo (acero inoxidable)	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
Repisa (acero inoxidable)	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00
Muebles y Equipos de Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Telefax Panasonic kx ft501 la.	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Teléfono Panasonic	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
Aire acondicionado Split Samsung 12000 btu	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Escritorio con sillas	1.225,00	1.225,00	1.225,00	1.225,00	1.225,00	1.225,00
Archivadores.	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Equipos de Computación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impresora canon 250 multifunción.	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Computador de escritorio xtratech.	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Caja registradora	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Vehículo						
Camionetas D-máx.	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Motos	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
(-)Amortización acumulada		-160,00	-320,00	-480,00	-640,00	-800,00
(-) Depreciación acumulada		-12.606,50	-25.213,00	-37.819,50	-50.426,00	-63.032,50
Total activo no corrientes	67.630,00	54.863,50	42.097,00	29.330,50	16.564,00	3.797,50
Total activos	171.760,26	169.488,18	176.710,95	195.172,21	226.716,12	273.533,56
Pasivos Corriente						
Participación trabajadores		2.059,73	4.511,06	7.428,50	10.835,04	14.796,53
Impuesto a la renta		2.917,25	6.390,67	10.523,71	15.349,64	20.961,76
Préstamo (porción corriente)	16.003,62	18.033,28	20.320,35	22.897,47	25.801,45	-
Total Pasivo Corriente	16.003,62	23.010,95	31.222,07	40.849,68	51.986,13	35.758,29
Otros pasivos						
Deuda a largo plazo 103.056,16	87.052,54	69.019,27	48.698,92	25.801,45	-	-
Total otros pasivos	87.052,54	69.019,27	48.698,92	25.801,45	-	-
Total Pasivos	103.056,16	92.030,22	79.920,99	66.651,13	51.986,13	35.758,29
Patrimonio						
Patrimonio	68.704,11	68.704,11	68.704,11	68.704,11	68.704,11	68.704,11
Utilidad neta del ejercicio	-	8.753,85	19.172,00	35.571,13	46.048,92	62.885,27
Utilidades acumuladas	-	-	8.753,85	27.925,85	59.496,98	105.545,89
Total Patrimonio	68.704,11	77.457,95	96.629,96	128.201,08	174.250,00	237.135,27
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	171.760,26	169.488,18	176.550,95	194.852,21	226.236,12	272.893,56

Fuente: Estado de Situación Financiera Proyecto

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

El balance general o estado de situación financiera se utiliza para mostrar las operaciones de los activos, y permite conocer el endeudamiento de la empresa.

4.8.3 Evaluación del proyecto

4.8.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

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

En este caso el VAN del proyecto es mayor que cero lo que indica que el proyecto es rentable, se recupera la inversión, se obtiene riqueza y debe de crearse la empresa. En este caso el VAN es de 104.275,08 dólares.

4.8.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno también es denominada como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

La TIR (Tasa Interna de Retorno) puede efectivamente ser mayor a 100% esto se da en proyectos altamente rentables, en nuestro proyecto la tasa interna de retorno es de 42%.

CUADRO N° 46: Cálculo del TIR y VAN

CAFETERÍA "EL AROMA DEL CAFÉ"						
Cálculos del TIR y el VAN						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Total Inversión Inicial	- 67.630,00	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	- 104.130,26	-	-	-	-	-
Préstamo Accionistas		-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	103.056,16		-	-	-	-
VENTAS	-	364.618,80	413.982,14	470.028,47	533.662,53	605.911,60
(-) COSTO DE VENTAS		221.828,36	251.860,14	285.957,94	324.671,91	368.627,11
UTILIDAD BRUTA		142.790,44	162.121,90	184.070,52	208.990,62	237.284,49
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos	-	- 116.896,76	- 121.494,39	- 126.252,02	- 131.009,65	- 135.767,28
Gastos de Venta	-	- 656,64	- 917,93	- 946,38	- 975,72	- 1.005,97
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	-	- 117.553,40	- 122.412,32	- 127.198,41	- 131.985,37	- 136.773,25
UTILIDAD OPERACIONAL	-	25.237,04	39.709,58	56.872,12	77.005,25	100.511,24
(-) Gastos Financieros		- 11.505,51	- 9.475,85	- 7.188,78	- 4.611,65	- 1.707,68
EBTI	-	13.731,53	30.233,73	49.683,33	72.393,59	98.803,56
Pago Participación Trabajadores	-		- 2.059,73	- 4.511,06	- 7.428,50	- 10.835,04
Pago Impuesto a la Renta	-		- 2.917,95	- 6.390,67	- 10.523,71	- 15.349,64
(=) EFECTIVO NETO	-	13.731,53	25.256,05	38.781,61	54.441,39	72.618,88
(-) Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-	-
(+) Cuentas cobradas	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación y Amortización	-	12.766,50	12.606,50	12.606,50	12.606,50	12.606,50
Amortización de Capital Prestado	-	- 16.003,62	- 18.033,28	- 20.320,35	- 22.897,47	- 25.801,45
(+) Valor residual de Activos	-	-	-	-	-	8.502,50
(+) Recuperación Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	104.130,26
(=) FLUJO NETO DEL EJERCICIO	- 68.704,11	10.494,41	19.829,28	31.067,76	44.150,41	172.056,70
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	42%			VALOR ACTUAL NETO (VAN)		104.275,08

Fuente: Cálculo del TIR y el VAN
 Elaborado por: Brenda Cruz Guale

Con todos los datos antes mencionados como: la TMAR y la TIR, nos encontramos con un Valor Actual Neto de \$ 104.275,08 dado este valor y la TIR >TMAR, concluimos con un mayor criterio la factibilidad del proyecto.

CUADRO N° 47: Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS	
TMAR	0,12
VAN	104.275,08
TIR	0,42
IR	2,52

Fuente: Indicadores Financieros

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.8.3.3 Flujo de Efectivo

La suma de los ingresos operacionales, menos los egresos da como resultado el flujo de efectivo, lo que nos permite conocer todos los movimientos que realiza la cafetería con un valor de \$114.624,68 en el primer año, con un incremento en los siguientes años.

CUADRO N° 48: Flujo de Efectivo

CAFETERÍA "EL AROMA DEL CAFÉ"						
PRESUPUESTO DE EFECTIVO						
	BALANCE INICIAL	2014	2015	2016	2017	2018
Total Inversión Fija	- 67.630,00	-	-	-	-	-
Gatos de Constitución	-	-	-	-	-	-
VENTAS	-	364.618,80	413.982,14	470.028,47	533.662,53	605.911,60
(-) COSTO DE VENTAS	-	221.828,36	251.860,24	285.957,94	324.671,91	368.627,11
UTILIDAD BRUTA	-	142.790,44	162.121,90	184.070,52	208.990,62	237.284,49
(-) GASTOS OPERACIONALES	-	-	-	-	-	-
Gastos Administrativos	-	116.896,76	121.494,39	126.252,02	131.009,65	135.767,28
Gastos de Venta	-	656,64	917,93	946,38	975,72	1.005,97
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	-	117.553,40	122.412,32	127.198,41	131.985,37	136.773,25
UTILIDAD OPERACIONAL	-	25.237,04	39.709,58	56.872,12	77.005,25	100.511,24
(-) Gastos Financieros	-	- 11.505,51	- 9.475,85	- 7.188,78	- 4.611,65	- 1.707,68
EBTI	-	13.731,53	30.233,73	49.683,33	72.393,59	98.803,56
Pago participación de trabajadores	-	-	- 2.059,73	- 4.511,06	- 7.428,50	- 10.835,04
Pago Impuesto a la Renta	-	-	- 2.917,95	- 6.390,67	- 10.523,71	- 15.349,64
(=) EFECTIVO NETO	-	13.731,53	25.256,05	38.781,61	54.441,39	72.618,88
(+) Ingresos por Garantías (inicio)	-	-	-	-	-	-
(-) Otras Inversiones	-	-	-	-	-	-
(-) Cuentas por Cobrar	-	-	-	-	-	-
(+) Cuentas cobradas	-	-	-	-	-	-
(+) Depreciación	-	12.606,50	12.606,50	12.606,50	12.606,50	12.606,50
(+) Amortización	-	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
(-) Devolución de Garantía (final)	-	-	-	-	-	-
Préstamo	103.056,16	-	-	-	-	-
capital propio	68.704,11	-	-	-	-	-
Amortización de Gastos de Constitución	-	-	-	-	-	-
Amortización de Capital Prestado	-	- 16.003,62	- 18.033,28	- 20.320,35	- 22.897,47	- 25.801,45
(=) FLUJO NETO	104.130,26	10.494,41	19.989,28	31.227,76	44.310,41	59.583,93
(+) Saldo inicial	-	104.130,26	114.624,68	134.613,95	165.841,71	210.152,12
FLUJO ACUMULADO	104.130,26	114.624,68	134.613,95	165.841,71	210.152,12	269.736,06
Saldo Mínimo	-	-	-	-	-	-
SALDO DE CAJA	-	114.624,68	134.613,95	165.841,71	210.152,12	269.736,06

Fuente: Flujo de Efectivo

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.8.3.4 Período de recuperación de la inversión

Según el criterio de evaluación del proyecto el proyecto es factible porque tenemos un van de \$ 104.275,08 el cual nos permite observar que si estamos cumpliendo nuestras obligaciones y obteniendo utilidades, y con una TIR del 42% este nos indica que es rentable y obtenemos utilidad porque es superior que la TMAR, y el IR de 2.5 que es superior a la unidad por la cual el proyecto si es rentable, y según el análisis de PAYBACK se recupera la inversión en 2 años.

CUADRO N° 49: Período de recuperación de la inversión

Ci	68.704,11
tiempo	5
R	12%
VA (VALOR ACTUAL)	
VAN	104.275,08
TIR	42%
IR	172.979,18
IR	2.5
PAYBACK	2 Años / 5 meses

Fuente: Período de recuperación de la inversión

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.8.3.5 Payback

El Pay-back, bien denominado periodo medio de maduración, es uno de los llamados métodos de selección estáticos. Se trata de una técnica que tienen las empresas para hacerse una idea aproximada del tiempo que tardarán en recuperar el desembolso inicial invertido en el proceso productivo; es decir, el número de días que normalmente los elementos de circulante completen una vuelta o ciclo de explotación.

Según el criterio de evaluación del proyecto el proyecto es factible porque tenemos un van de US\$ 104.275,08 el cual nos permite observar que si estamos cumpliendo nuestras obligaciones y obteniendo utilidades, y con una TIR de 42%

este nos indica que es rentable y obtenemos utilidad porque es superior que la TMAP, y el IR de 2.5 que es superior a la unidad por la cual el proyecto si es rentable, y según el análisis de PAYBACK se recupera la inversión en 2 años.

CUADRO N° 50: Payback

PAYBACK				
PERIODO	SALDO DE LA INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
1	68.704,11	10.494,41	8.244,49	2.249,92
2	66.454,19	19.829,30	7.974,50	11.854,77
3	54.599,42	31.067,80	6.551,93	24.515,83
4	30.083,58	44.150,40	3.610,03	40.540,38
5	-10.456,80	172.056,70	-1.254,82	173.311,51

Fuente: Payback

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.8.3.6 Servicios Básicos

La cafetería utilizará los siguientes servicios básicos como son: agua potable, energía eléctrica, teléfono proyectado a 5 años.

CUADRO N° 51: Servicios Básicos

PRESUPUESTO EN SERVICIOS BÁSICOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2014	2015	2016	2017	2018
Gasto mensual en Agua Potable	40,00	86,96	133,91	180,87	227,82
Gasto mensual Telefónico	30,00	76,96	123,91	170,87	217,82
Gasto mensual en Energía Eléctrica	60,00	106,96	153,91	200,87	247,82
Gasto mensual en servicios básicos	130,00	270,87	411,74	552,60	693,47
Gasto anual en Servicios Básicos	1.560,00	3.250,42	4.940,83	6.631,25	8.321,66

Fuente: Servicios Básicos

Elaborado por: Brenda Cruz Guale

4.6.12 Rol de Pago

A continuación se muestra el rol de pagos del personal de la cafetería “El Aroma del Café”, con su respectivo sueldo, beneficios y aportaciones de acuerdo al cargo que ocupa en la empresa.

CUADRO N° 52: Rol de pago

CARGO	N° DE PERSONAS.	AÑO DE INGRESO.	SUELDO MENSUAL UNITARIO	SUELDO MENSUAL TOTAL.	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL.	TOTAL ANUAL.
Gerente General	1	2014	700,00	700,00	700,00	318,00	350,00	85,05	58,31	843,36	11.488,32
Secretaria	1	2014	318,00	318,00	318,00	318,00	159,00	38,64	26,49	383,13	5.392,52
Contador	1	2014	400,00	400,00	400,00	318,00	200,00	48,60	33,32	481,92	6.701,04
Jefe de ventas	1	2014	550,00	550,00	550,00	318,00	275,00	66,83	45,82	662,64	9.094,68
Cocinero	4	2014	318,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	636,00	154,55	105,96	1.532,51	21.570,07
Auxiliar de Cocina.	2	2014	318,00	636,00	636,00	636,00	318,00	77,27	52,98	766,25	10.785,03
Meseros.	2	2014	318,00	636,00	636,00	636,00	318,00	77,27	52,98	766,25	10.785,03
Repartidores a domicilio	2	2014	318,00	636,00	636,00	636,00	318,00	77,27	52,98	766,25	10.785,03
Cajera	1	2014	400,00	400,00	400,00	318,00	200,00	48,60	33,32	481,92	6.701,04
TOTAL	15					4.770,00	2.774,00	674,08	462,15	6.684,23	93.302,76

Fuente: Rol de pagos

Elaborado por: Brenda Cruz Guale.

CONCLUSIONES

La presente tesis de grado tiene como finalidad contribuir con la creación de una cafetería que brinde el servicio a domicilio, enfocado al área comercial y empresarial del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

En base a un análisis interno y del macro entorno del sector comercial y empresarial, se detectó que muchas instituciones públicas y privadas necesitan de este servicio.

Es importante considerar el precio de venta de los alimentos y bebidas, y analizar dicho valores que muestra la competencia indirecta en el mercado.

Según la evaluación económica, la tasa interna de retorno es de 42% y el VAN es de \$ 104.275,08 lo que significa que el estudio planteado es rentable.

RECOMENDACIONES

Al crearse una cafetería con servicio a domicilio, dirigido al sector empresarial y comercial del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, se debe tener un total compromiso para la preparación de alimentos con los mejores productos de alta calidad para los clientes.

De igual forma se debe brindar al sector empresarial y comercial de esta provincia, los diferentes tipos de desayunos, que les permita satisfacer sus necesidades mejorando el servicio que ofrecemos a los clientes.

Para lograr una aceptación de productos en el mercado se debe utilizar publicidad, promociones y estrategias para lograr posesionarnos en el mercado y fidelizar al cliente.

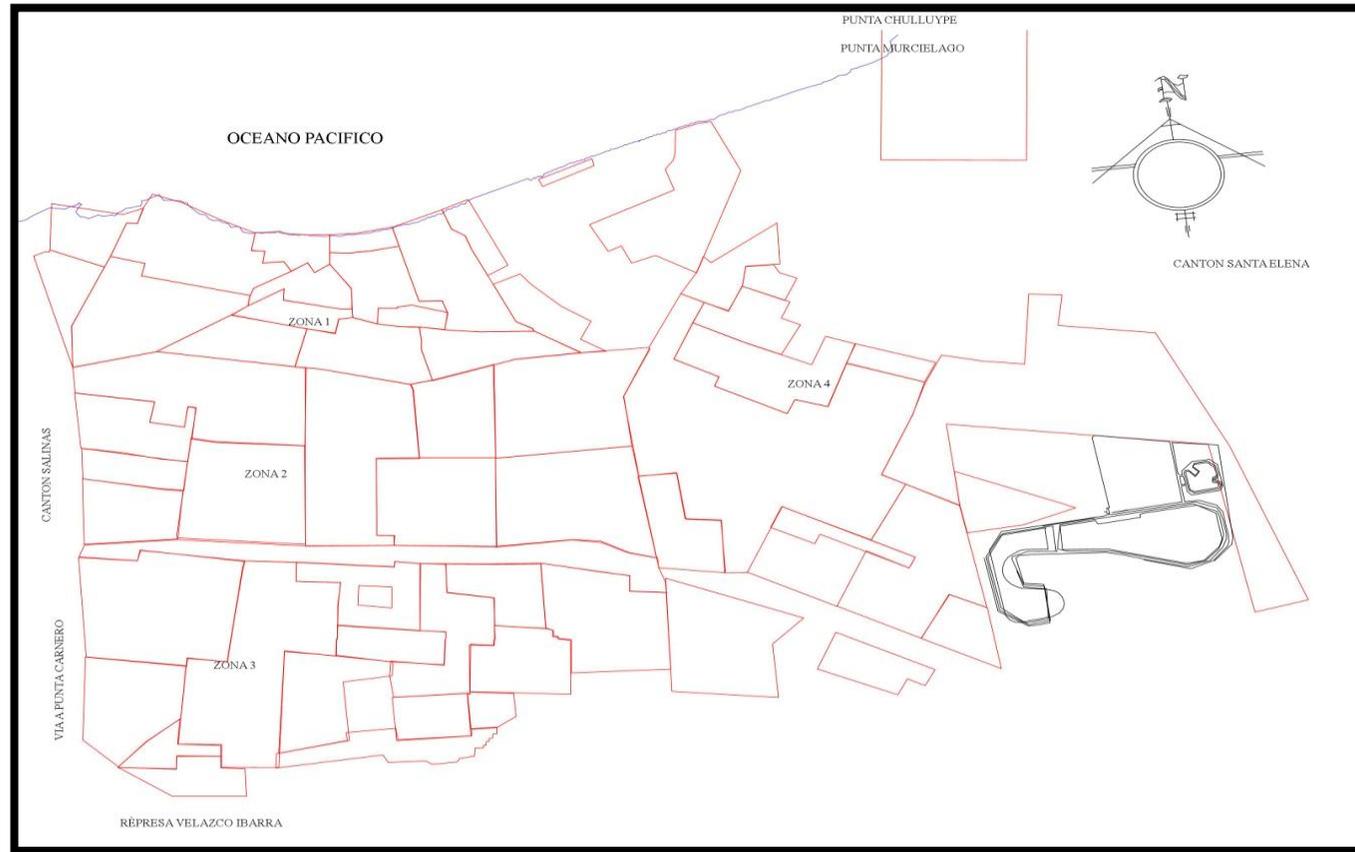
Por su factibilidad y fiabilidad de esta tesis, se recomienda poner en marcha este proyecto tomando en cuenta la experimentación de sus colaboradores y la extensión para el cumplimiento de los objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL, Torres César Augusto, Metodología de Investigación, Pearson – Prentice Hall, año 2.010
- ESPANTALEÓN, Rafael Manuel de Juana, Manual Profesional de Bar y Cafetería, año 2.010.
- GITMAN, Lawrence J. Principios de Administración Financiera, Decima Primera Edición, México, Editoriales Pearson Addison Webley, año 2007.
- HERNÁNDEZ, Hernández Abrahán, HERNÁNDEZ, Villalobos Abrahán, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, México, Thonson Learning, cuarta edición, año 2011.
- MÉNDEZ, Álvarez Carlos, Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales, México, Editorial Limusa S.A., año 2007.
- SAPAG, Chain Nassir, Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación de Proyectos 2da Edición Pearson, Educación, Chile, año 2.
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversión/proyecto-inversion.shtml>
- www.agrotendencia.com
- www.centraldelcafe.com
- <http://www.corecaf.or/interna.php> IDPAGINA=26&TIPOPAS=TIPS (consultado el 09/08/2012)
- www.cafeimperial.com
- www.100cafes.com/cafe/calientes/cafe-capuchin

ANEXOS

ANEXO A: Plano del cantón La Libertad



Fuente: Plano del cantón La Libertad
Elaborado por: Brenda Cruz Guale.

ANEXO B: Formato de encuesta



CUESTIONARIO SOCIO - ECONÓMICO

Encuesta dirigida a la población de la provincia de Santa Elena

Estimado encuestado: Como Egresado de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal “Península de Santa Elena”, interesados en el progreso de nuestra provincia, deseamos realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Cafetería que brinde servicio a domicilio. Contribuyendo con el desarrollo del área empresarial y comercial, para lo cual necesitamos que nos ayude contestando las siguientes interrogantes:

Objetivo: Levantar información técnica que facilite el estudio de factibilidad para determinar los principales gustos del mercado.

DATOS PERSONALES

Edad:

18-25 26-33 34-41 42-49 50 o más

Sexo:

Masculino Femenino

Estado Civil:

Soltero Casado Unión Libre Viudo Divorciado

Lugar de Residencia:

Santa Elena La Libertad Salinas

Su solvencia económica depende de:

Ingresos propios Ingresos Familiares Otros

Especifique:.....

1. ¿Ud. Suele desayunar en casa?

Si No

¿Por qué?:.....

2. ¿Qué le gusta a Ud. consumir durante su desayuno?

- Café
- Pan
- Jugos Naturales
- Huevos
- Bebidas Aromáticas
- Otros

Especifique:.....

3. ¿Con qué aperitivo Ud. prefiere acompañar su desayuno?

- Bolones
- Tortillas de verde
- Humitas
- Patacones
- Empanadas
- Otros

Especifique:.....

4. ¿Qué tan seguido Ud. Toma café?

- Todos los días.
- Dos o tres veces a la semana.
- Cuatro o cinco a la semana.
- No consume.
- Otros.

Especifique:.....

5. ¿A qué hora del día Ud. toma café?

- En la mañana.
- En la tarde
- En la noche
- Todo el día

6. ¿Tiene Ud. alguna preferencia especial en café?

- Normal
- Bajo en cafeína
- Descafeinado

7. ¿Cuál de las siguientes opciones es su café preferido?

- Solo
- Con leche
- Capuchino
- Con licor
- Otros

Especifique:.....

8. ¿Consume café fuera de su casa?

- Si No

9. ¿Cuántas veces acude a un lugar para tomar desayuno?

- Diariamente
- Tres veces a la semana
- Una vez por semana
- Cada quince días

10. ¿Cuánto suele gastar en una cafetería?

- De 3,00 - 5,00
- De 6,00 - 8,00
- De 9,00-12,00

11. ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio, en el cual Ud. reciba un desayuno a domicilio?

- Si No

¿Por qué?:

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

- Radio
- Volantes
- Internet
- Vallas publicitarias
- Redes sociales

Gracias por su tiempo y colaboración, su información es de mucha relevancia para nosotros.

ANEXO C: Formato de entrevista



CUESTIONARIO SOCIO - ECONÓMICO

Entrevista dirigida a la población de la provincia de Santa Elena

Estimado encuestado: Como Egresado de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la Universidad Estatal “Península de Santa Elena”, interesados en el progreso de nuestra provincia, deseamos realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Cafetería que brinde servicio a domicilio contribuyendo con el desarrollo del área empresarial y comercial, para lo cual necesitamos que nos ayude contestando las siguientes interrogantes:

Objetivo: Levantar información técnica que facilite el estudio de factibilidad para determinar los principales gustos del mercado.

DATOS DE CLASIFICACIÓN:

Nombre:.....	Teléfono:
Ciudad:	Dirección:
Edad:	Sexo:
Nivel de Instrucción:	Ocupación:
Entrevistador:	Fecha:

1. ¿Prefiere las bebidas calientes o frías?
2. ¿Qué tan seguido asiste a una cafetería?
3. ¿Prefiere ir a una cafetería en la mañana, tarde o noche?
4. ¿Cuáles son los aspectos que tomas en cuenta para preferir una cafetería (tiempo de espera, calidad en lo alimentos, etc.?)

- 5. ¿Por qué prefieres asistir a una cafetería?**
- 6. ¿Con que aperitivos suele acompañar sus bebidas?**
- 7. ¿Cómo le gustaría enterarte de la apertura de una nueva cafetería?**
- 8. ¿Le gustaría que la cafetería cuente con los servicio a domicilio?**
- 9. ¿Sabía usted que la creación de una cafetería permite el desarrollo comercial de la provincia de Santa Elena?**

ANEXO D: Productos



Bolón de Queso



Bolón de Chicharrón



Bolón Mixto



Sánduche



Patacones



Humitas



Fuente: Google
Elaborado por: Brenda Cruz Guale.

ANEXO E: Ingredientes del café capuchino

RECETA PARA 2 PERSONAS:

- Café
- Leche
- Canela
- Azúcar o edulcorante

Preparación del café capuchino:

- 1) Hay muchas variedades de capuchino. Aquí tiene la receta de nuestro preferido, que básicamente lleva un 1/3 de leche, un 1/3 de café y 1/3 de espuma de leche.
- 2) Calentamos y espumamos la leche
- 3) Añadimos al vaso el café express, la leche y completamos el vaso con la espuma de la leche
- 4) Decoramos con un poquito de canela.



Sugerencia de acompañamiento:

- Pastas
- Galletas
- Chocolatinas

ANEXO F: Café con tostadas

INGREDIENTES

- Dos tostadas de pan
- 100 gramos de nata
- 100 gramos de sirope de chocolate
- Dos ramas de canela o 2 cucharadas de canela en polvo
- 2 cucharadas de café instantáneo
- Leche líquida

Preparación del café con tostadas:

En una taza con leche líquida caliente agrega las dos cucharadas de café instantáneo y las dos ramas de canela. Remueve y deja reposar durante cinco minutos sin retirar la canela.

A las tostadas se le agrega una capa de nata con sirope de chocolate y se sirven en un plato para degustar con el café. Listo, para disfrutar el desayuno.



ANEXO G: Logo de la cafetería “El Aroma del Café”



ANEXO H: Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN.			
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA QUE BRINDE SERVICIO A DOMICILIO, CONTRIBUYENDO CON EL DESARROLLO DEL ÁREA EMPRESARIAL Y COMERCIAL EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2014”			
PROBLEMA PRINCIPAL:			
Inexistencia de una cafetería que brinde servicio a domicilio en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena; nos da la apertura de emprender un nuevo mercado debido a la gran demanda y cubrir necesidades de los consumidores.			
FIN DEL PROYECTO:		INDICADOR:	
Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de la empresa "Aroma del Café", dedicada a la preparación de bebidas calientes y aperitivo que acompañan su desayuno.		*Análisis de la situación actual. *Propuesta ajustada a la situación actual.	
PRÓPOSITO DEL PROYECTO:		INDICADOR:	
Dirigir el mercado comercial y empresarial con la implantación de una cafetería con servicio a domicilio en la provincia de Santa Elena, aplicando estrategias y técnicas innovadoras orientadas a solucionar las necesidades, preferencias y gustos de los clientes, que permita obtener rentabilidad y crecimiento económico.		*Realizar un diagnóstico del entorno tanto de manera interna como externa que permita determinar los pro y contra de esta propuesta.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
• Obtener el perfil y gustos de los consumidores en cuanto a productos y servicios adicionales.	*Nivel de consumo de los clientes. *Acceder a nuevos mercados.	*Conocer los gustos y preferencias del cliente. *Invertir en nuevas oportunidades de crecimiento. *Correcta y oportuna atención y servicio al cliente. *Dar a conocer el producto.	*Análisis de la demanda y oferta. *Realizar encuestas permanentes. *Aplicar técnicas de ventas.
• Conocer la percepción de los habitantes Libértense con respecto a disfrutar de un nuevo, agradable e innovador servicio a domicilio de desayunos.	*Productos que cumplan con las normas de calidad e higiene. *Evaluación de desempeño.	*Asegurar y demostrar la calidad del producto. *Contar con personal capacitado y especializado.	*Diseñar procesos control y calidad del producto. *Capacitación constante del personal. *Tener una adecuada infraestructura de la cafetería.
• Analizar qué tipo de publicidad sería la más llamativa para promocionar nuestros productos.	*Nivel de satisfacción del cliente. *Visitas de los consumidores.	*Posicionamiento en la mente del consumidor. *Fidelización de los consumidores. *Publicidad debe ser creativa, atractiva y de buena calidad.	*Elaborar presupuestos de publicidad. *Diseñar el mensaje publicitario. *Realizar publicidad y promociones del producto.