



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“CREACIÓN DE UNA CAFETERIA “COFFEE YOUNG” EN EL  
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2018”.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:  
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

Edinson Darwin Limones Merejildo

**LA LIBERTAD - ECUADOR**

**2019**



## **TEMA:**

**CREACIÓN DE UNA CAFETERIA “COFFEE YOUNG” EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

## **AUTOR:**

Limones Merejildo Edinson Darwin

## **TUTOR:**

Econ. Olives Maldonado Juan Carlos, MSc.

## **RESUMEN**

Este proyecto de tesis se basa en la creación de una nueva cafetería con un ambiente diferente al resto de los establecimientos del sector de Santa Elena, provincia de Santa Elena. Sé enfoca en personas locales, nacionales y extranjeras de clase social media y alta, en un rango de 18 a 63 años. Este segmento de mercado se estableció teniendo en cuenta la satisfacción total de cada uno de los clientes, brindando productos y servicios de calidad, sin olvidar el cuidado del medio ambiente, la seguridad y la salud del personal que está operando, tal y como se propone este trabajo de emprendimiento. El estudio fue realizado a través de una metodología descriptiva, utilizando enfoque cualitativo y cuantitativo, además se utilizaron herramientas de recolección de datos, como cuestionarios, con el fin de conocer gustos, preferencias y frecuencia de consumo de aperitivos fáciles y bebidas saludables para el ser humano, así mismo, determinar la ubicación del establecimiento, donde exista distracción y donde haya movimiento de sector comercial; con los servicios que ofrece la cafetería. Por último, se realizó un estudio económico financiero, para conocer la rentabilidad que tiene el proyecto a través de indicadores de la investigación. Con los resultados obtenidos, sé concluyó que este proyecto podría ser beneficioso en relación con los aspectos geográficos, demográficos, sociales y financieros.

**Palabras claves:** Emprendimiento, cafetería, satisfacción, clientes, viabilidad.



## **TITLE**

**CREATION OF A CAFETERIA “COFFEE YOUNG” OF CANTON SANTA ELENA, PROVINCE OF SANTA ELENA, YEAR 2018.**

## **AUTHOR:**

Limones Merejildo Edinson Darwin

## **TUTOR:**

Econ. Olives Maldonado Juan Carlos, Msc.

## **ABSTRACT**

This thesis project is based on the creation of a new cafeteria with a different atmosphere than the rest of the establishments in the Santa Elena sector, Santa Elena province. It focuses on local, national and foreign people of middle and upper social class, in an age range of 18 to 63 years. This market segment is taking into account the total satisfaction of each of the customers, providing quality products and services, not forgetting the care of the environment, safety and health of the personnel that is operating, as proposed in this work. entrepreneur. The study was carried out through a descriptive methodology, using qualitative and quantitative approach, data collection tools were also used, such as questionnaires, in order to know tastes, preferences and frequency of consumption of easy snacks and healthy drinks to be human, likewise, determine the location of the establishment, where there is distraction and where there is movement of the commercial sector; with the services offered by the cafeteria. Finally, an economic and financial study was carried out to know the profitability of the project through research indicators. With the results obtained, it was concluded that this project could be beneficial in relation to geographical, demographic, social and financial aspects.

**Keywords:** Entrepreneurship, coffee, satisfaction, customer, viability.

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUIA**

En mi calidad de profesor guía del trabajo de titulación, CREACIÓN DE UNA CAFETERIA “COFFEE YOUNG” EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018, elaborado por el Sr. Edinson Darwin Limones Merejildo egresado de la carrera de Administración de empresas, Facultad de ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos , razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....  
Juan Carlos Olives M

**Eco. Olives Maldonado Juan Carlos, MSc**

**PROFESOR GUIA**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente Trabajo de Titulación con el título de “CREACIÓN DE UNA CAFETERIA “COFFEE YOUNG” EN EL CANTÓN DE SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”, elaborado por Limones Merejildo Edinson Darwin, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

### **Transferencia de derechos autorales.**

Declaro que una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas carrera de Administración de Empresas pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.



**Limones Merejildo Edinson Darwin**

**C.I.: 092835069-3**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por haberme acompañado y guiado en este lapso de vida con salud y capacidad, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad, por haberme permitido culminar un peldaño más en mis metas, por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mi Madre, María Merejildo por ser la mejor consejera y ejemplo para seguir a pesar de las luchas su respaldo ha sido incondicional y todo lo que logre hacer será gracias a su fortaleza, virtudes y valores inculcados en mí.

A mis hermanos, por apoyarme en todo momento y por hacerme ver que la vida sin estudio es difícil, que con la paciencia e inmenso amor, me han ayudado a impulsar hacia adelante y poder buscar el sendero del camino deseado.

A los docentes de la universidad Estatal Península de Santa Elena quienes con sus experiencia, conocimiento y motivación me orientaron, me dieron consejos, enseñanzas, apoyo y sobre todo amistad brindada en los momentos más difíciles de mi vida, en especial, al Econ. tutor Juan Olives por sus conocimientos, paciencia y guía durante la elaboración del proyecto, por darme la oportunidad de desenvolverme y así demostrar mis capacidades adquiridos en el aula.

Gracias a todos ...

Edinson Darwin Limones Merejildo

## **DEDICATORIA**

Dedico mi dedicatoria principalmente a Dios, a quién amo y admiro mucho; a mi madre, por ser el pilar fundamental más importante de mi vida, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras opiniones. A mi Abuelita Emilia, a pesar de ya no estar presente, siempre está en mis pensamientos y a mi abuelito Cruz Merejildo a quien quiero todavía como un padre siempre los llevo presente en mi corazón, Siempre serán mi apoyo, lucharé por todo como ella decía “Siempre adelante hijo el futuro te espera”.

A mis padres María Merejildo y Ramon Limones por haber confiado en mí, en todo este proceso de educación y el apoyo mutuo.

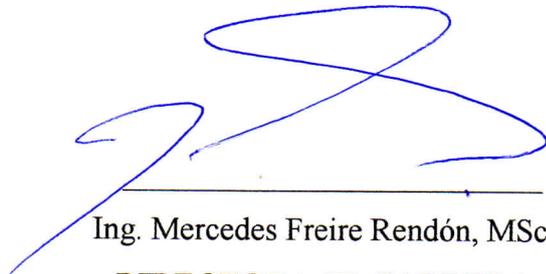
A mi tío Eleno y a mi tía Petita, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento y también por sus consejos como “Sé que llegara lejos”.

A mis hermanos Jefferson, Elías, Marisol, que siempre han estado junto a mí para que se animen a salir adelante y que sepan que, con el respaldo de Dios, todo es posible, que Él nunca nos abandona por ello, con toda la humildad quede mi corazón, dedicó mi trabajo a Dios.

## TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DECANA (E) DE FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



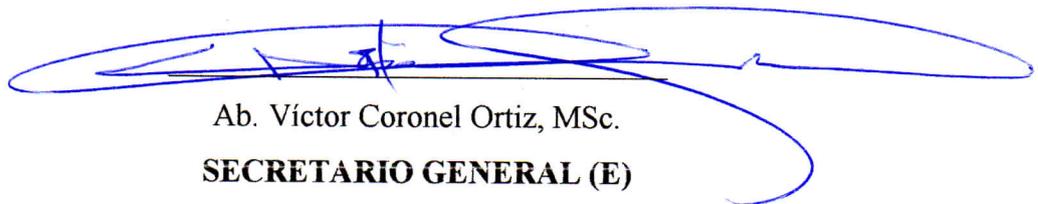
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DIRECTORA (E) CARRERA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Econ. Juan Olives Maldonado, MSc.  
**PROFESOR TUTOR**



Ing. Linda A. Núñez Guale, MBA.  
**PROFESOR DE ÁREA**



Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.  
**SECRETARIO GENERAL (E)**

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	i
ABSTRACT.....	ii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUIA.....	iii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA .....	vi
TRIBUNAL DE GRADO .....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xviii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xix
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xx
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1 Revisión de la literaria.....	8
1.1.1 Teorías .....	11
1.2 Desarrollo de las teorías y concepto.....	12
1.2.1 Variable Independiente: creación de cafetería .....	12
1.2.1.1 Estudio de mercado .....	13
1.2.1.1.1 Oferta .....	13

1.2.1.1.2 Demanda .....	14
1.2.1.1.3 Producto .....	15
1.2.1.1.4 Precio .....	15
1.2.1.1.5 Plaza .....	16
1.2.1.1.6 Promoción .....	16
1.2.1.2 Estudio técnico .....	17
1.2.1.2.1 Localización .....	18
1.2.1.2.2 Propiedad planta y equipo .....	18
1.2.1.2.3 Instalaciones .....	19
1.2.1.3 Estudio Organizacional .....	19
1.2.1.3.1 Organigrama.....	20
1.2.1.3.2 Manual de funciones .....	21
1.2.1.3.3 Selección del personal.....	21
1.2.1.4 Estudio legal .....	22
1.2.1.4.1 Constitución .....	22
1.2.1.4.2 Código de trabajo .....	23
1.2.1.4.3 Ley de compañías.....	23
1.2.1.5 Desarrollo económico y financiero .....	24
1.2.1.5.1 Ingresos .....	24
1.2.1.5.2 Egresos .....	25
1.2.1.5.3 Financiamiento .....	25
1.2.2 Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.....	25
1.2.2.1 Servicio .....	26

1.2.2.1.1 Atención al cliente.....	27
1.2.2.2 Expectativas .....	27
1.2.2.2.1 Calidad del servicio .....	28
1.2.2.3 Rendimiento percibido .....	28
1.2.2.3.1 Percepción del cliente.....	29
1.3 Fundamentos Sociales, psicologico, filosofico y Legales.....	29
CAPITULO II .....	37
MATERIALES Y MÉTODOS .....	37
2.1 Tipos de Investigación .....	37
2.1.1 Investigación Descriptiva.....	37
2.2 Enfoque de la Investigación .....	37
2.2.1 Enfoque cualitativo: .....	38
2.2.2 Enfoque cuantitativo: .....	38
2.3 Métodos de la Investigación.....	38
2.3.1 Método teórico .....	38
2.3.2 Análisis-sintético .....	38
2.3.3 Deductivo .....	39
2.3.4 Método Empírico.....	39
2.3.5 Observación.....	39
2.3.6 Encuesta .....	40
2.4 Diseño de Muestreo.....	40
2.4.1 Población.....	40
2.4.2 Muestra.....	41

2.5 Diseño de recolección de datos .....	42
2.5.1 Técnicas de Investigación .....	42
2.5.1.1 Observación.....	42
2.5.1.2 Entrevista .....	43
2.5.1.3 Encuesta .....	43
2.5.2 Instrumentos de investigación .....	44
2.5.2.1 Cuestionario .....	44
2.5.2.2 Tratamiento de la información .....	44
CAPITULO III.....	45
PROPUESTA.....	45
3.1 Naturaleza del proyecto.....	45
3.1.1 Descripción de la idea de negocio.....	45
3.1.2 Justificación de la empresa o producto .....	46
3.1.3 Nombre de la empresa.....	47
3.1.4 Descripción de la empresa.....	48
3.1.5 Ubicación geográfica.....	50
3.1.6 Análisis FODA .....	51
3.1.7 Filosofía empresarial .....	52
3.1.7.1 Misión .....	52
3.1.7.2 Visión .....	52
3.1.7.3 Valores Corporativos.....	53
3.1.7.4 Objetivos .....	53
3.1.8 Calificación del equipo emprendedor .....	54

3.1.9 Ventajas competitivas .....	55
3.2 Mercado.....	56
3.2.1 Tamaño del mercado .....	56
3.2.2 Consumo aparente .....	56
3.2.3 Participación de la competencia en el mercado.....	59
3.2.4 Estudio de mercado .....	62
3.2.4.1 Objetivo del estudio de mercado .....	62
3.2.4.2 Segmentación de mercado.....	62
3.2.4.3 Análisis de la situación actual del mercado .....	63
3.2.4.4 Análisis de los resultados de la Encuesta. ....	65
3.2.5 Marketing mix .....	79
3.2.6 Plan de introducción al mercado .....	92
3.3 Proceso de producción .....	94
3.3.1 Objetivo del área de producción.....	94
3.3.2 Descripción del proceso de servicio.....	94
3.3.3 Diagrama de flujo -Producción .....	95
3.3.4 Diagrama de Flujo de comercialización.....	97
3.3.5 Necesidades de materia prima.....	98
3.3.6 Identificación de proveedores .....	100
3.3.7 Diseño y distribución de la planta y oficina.....	105
3.4 Organización .....	106
3.4.1 Objetivo del área de la organización .....	106
3.4.2 Organigrama Estructural .....	106

3.4.3 Manual de funciones .....	107
3.4.4 Desarrollo de personal.....	114
3.4.5 Políticas de contratación.....	115
3.4.6 Marco legal de la organización .....	116
3.5 Finanzas.....	120
3.5.1 Objetivo general del área de Finanzas.....	120
3.5.2 Objetivos específicos.....	120
3.5.3 Inversión en activos fijos.....	121
3.5.4 Sistema contable de la empresa.....	125
3.5.5 Catálogos de cuentas. ....	125
3.5.6 Costos y gastos .....	126
3.5.7 Capital social .....	128
3.5.8 Flujo de caja .....	134
3.5.9 Presupuesto de Ingreso .....	135
3.5.10 Estados Financieros proyectado .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
3.5.11 Indicadores Financieros.....	138
3.5.12 Resultados .....	139
Conclusiones .....	140
Recomendaciones.....	141
Bibliografía .....	142
Anexos.....	149

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad .....	66
Tabla 2: Género.....	67
Tabla 3: Nivel de instrucción .....	68
Tabla 4: Existencia de la cafetería nueva en el cantón Santa Elena.....	69
Tabla 5: Existencia de desayuno fáciles y saludables en el sector.....	70
Tabla 6: Gusto y preferencia-Alimentos .....	71
Tabla 7: Gusto y preferencia-Bebidas.....	72
Tabla 8: Precio Accesibles-Alimentos y bebidas.....	73
Tabla 9: Atributos de servicio .....	74
Tabla 10: Ubicación de la cafetería.....	75
Tabla 11: Servicios complementarios .....	76
Tabla 12: Medios de comunicación .....	77
Tabla 13: Creación de la cafetería satisface al cliente .....	78
Tabla 14: Equipo de producción y Servicios .....	121
Tabla 15: Menaje de cocina .....	122
Tabla 16: Muebles y equipos .....	122
Tabla 17: Equipos de oficina.....	123
Tabla 18: Equipos de computación .....	123
Tabla 19: Depreciación de Activos Fijos .....	124
Tabla 20: Inversión en activos fijos .....	124
Tabla 21: Presupuesto de costo de venta.....	126
Tabla 22: Presupuesto de gastos .....	128

Tabla 23: Aportación de los socios .....	129
Tabla 24: Capital de trabajo .....	129
Tabla 25: Inversión total .....	131
Tabla 26: Financiamiento.....	131
Tabla 27: Costo de capital promedio ponderado.....	132
Tabla 28: Amortización del préstamo .....	133
Tabla 29: Flujo de caja.....	134
Tabla 30: Flujo neto de efectivo.....	135
Tabla 31: Presupuesto de ingresos .....	135
Tabla 32: Presupuesto de Ingreso Netos .....	136
Tabla 33: Estados Financieros proyectado.....	136
Tabla 34: Balance general proyectado .....	137
Tabla 35: Indicadores financieros .....	138
Tabla 36: Criterio de Aceptación .....	139
Tabla 37: Flujos Netos Acumulados .....	139
Tabla 38: Período de Recuperación de Inversión .....	139

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población de Santa Elena .....	40
Cuadro 2: Población.....	41
Cuadro 3: Cuadro Valorativo.....	47
Cuadro 4: Análisis FODA.....	51
Cuadro 5: Valores .....	53
Cuadro 6: Calificación del equipo emprendedor .....	54
Cuadro 7: Ventaja competitiva.....	55
Cuadro 8: Mercado objetivo.....	57
Cuadro 9: Consumo aparente .....	57
Cuadro 10: Demanda proyectada .....	59
Cuadro 11: Participación del mercado .....	60
Cuadro 12: Segmentación del mercado.....	63
Cuadro 13: 5 Fuerzas de Porter.....	64
Cuadro 14: Productos a la venta-Cafetería COFFEE YOUNG .....	80
Cuadro 15: Empaques .....	84
Cuadro 16: Fijación de precios .....	88
Cuadro 17: Materia prima-Cafetería COFFEE YOUNG.....	98
Cuadro 18: Presupuesto de producción total.....	99
Cuadro 19: Presupuesto de producción diaria.....	99
Cuadro 20: Presupuesto de producción por hora .....	99
Cuadro 21: Identificación de proveedores .....	100
Cuadro 22: Equipo a utilizar .....	100

Cuadro 23: Manual de funciones-Administrativo.....	107
Cuadro 24: Manual de funciones-Auxiliar Administrativo-Financiero .....	108
Cuadro 25: Manual de funciones-Cajero .....	109
Cuadro 26: Manual de funciones-Mesero .....	110
Cuadro 27: Manual de funciones-Cocinero .....	111
Cuadro 28: Manual de funciones-Auxiliar de cocina .....	112
Cuadro 29: Manual de funciones-Guardia de seguridad.....	113

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Frecuencia de consumo-alimentos.....	58
Gráfico 2: Frecuencia de consumo-Bebidas .....	58
Gráfico 3: Edad .....	66
Gráfico 4: Género.....	67
Gráfico 5: Nivel de instrucción .....	68
Gráfico 6: Existencia de la cafetería nueva en el cantón Santa Elena .....	69
Gráfico 7: Existencia de desayuno fáciles y saludables en el sector.....	70
Gráfico 8: Gusto y preferencia-Alimentos.....	71
Gráfico 9: Gusto y preferencia-Bebidas.....	72
Gráfico 10: Precio Accesibles-Alimentos y bebidas.....	73
Gráfico 11: Atributos de servicio .....	74
Gráfico 12: Ubicación de la cafetería.....	75
Gráfico 13: Servicios complementarios .....	76
Gráfico 14: Medios de comunicación .....	77
Gráfico 15: Creación de la cafetería satisface al cliente .....	78
Gráfico 16: Costo de venta.....	127
Gráfico 17: Capital de trabajo .....	130

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ubicación geográfica de la empresa .....	50
Ilustración 2: Marca de la Cafetería .....	81
Ilustración 3: Distribución-Servicio de la cafetería COFFEE YOUNG .....	86
Ilustración 4: Fan page de Facebook -Cafetería COFFEE YOUNG .....	90
Ilustración 5: Página de Instagram -Cafetería COFFEE YOUNG.....	90
Ilustración 6: Cuenta de WhatsApp -Cafetería COFFEE YOUNG .....	91
Ilustración 7: Plan de Introducción al mercado.....	92
Ilustración 8: Diagrama de flujo de producción de materia prima.....	95
Ilustración 9: Diagrama de Flujo de servicio .....	97
Ilustración 10: Diseño y distribución de la planta.....	105
Ilustración 11: Organigrama .....	106
Ilustración 12: Proceso desarrollo del personal .....	114
Ilustración 13: Objetivos específicos .....	120
Ilustración 14: Grupo de plan de cuentas .....	126

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia - Variable Independiente .....	150
Anexo 2: Matriz de consistencia -Variable Dependiente.....	151
Anexo 3: Estados Financieros.....	152
Anexo 4: Formato de encuesta.....	153
Anexo 5: Tarjeta de Presentación .....	157
Anexo 6: Evidencia Fotográfica.....	158
Anexo 7: Local de arriendo.....	159
Anexo 8: Presupuesto de Trabajo de Titulación .....	160

# INTRODUCCIÓN

## **Planteamiento del problema**

Desde su consumo en los países árabes en el siglo XV, el café asumió el papel de bebida social ingerida en la cafetería, que antes del surgimiento en Europa, fueron descritos análogos a tabernas. Allí se podía beber, conversar e informarse de las novedades.

Desde la década de 1930, sin embargo, las cafeterías fueron perdiendo espacio como lugares de socialización, “medio casa de familia, medio gremio, media oficina”. Fueron desapareciendo, quedándose anticuadas. El ritmo de vida exigía más rápida, como en el caso de las cafeterías donde el café es servido en el balcón. recientemente algunas cafeterías quisieron rescatar esas formas de ocupación de sus espacios, buscando ofrecer una atmósfera y artística con exposiciones y atracciones musicales, Café (2017).

Por lo general García (2017), hace referencia a las empresas cafeteras. En el siglo XVIII, Las cafeterías eran frecuentadas por los pensadores del iluminismo y fueron hasta mismos centros de fomento revolucionario, donde se discutía y discursaba sobre los conflictos políticos que resultarían en la revolución francesa, en 1789. Las propiedades químicas de la bebida y la característica social de la práctica de su consumo hicieron del café la bebida de la razón.

Según Pazmiño & León (2018), hoy en día las cafeterías tienen una fuerte influencia en la satisfacción final de los clientes. El cuidado estético del local puede determinar

a qué establecimiento decidirá ir el consumidor para tomar su café. Las variedades estéticas más comunes son las siguientes:

- Diseño de cafeterías rusticas.
- Cafeterías modernas.
- La cafetería común.
- Diseño Vintage.
- Diseño de cafetería cerrado.
- El diseño de cafetería abierto.
- Temática Natural.

En el Ecuador la necesidad de dar nuevas respuestas a la demanda actual requiere de la generación de nuevos modelos de negocio del cual se muestra nuevas tendencias en la innovación de actividades comerciales, esto a raíz de los cambios culturales y costumbres.

La provincia de Santa Elena es una de las provincias más jóvenes del país y actualmente tiene la selección de lugares que no están ligados al concepto del Café, es decir son mínimas las cafeterías que se encuentran establecidos en el cantón Santa Elena; una cafetería es un negocio que puede llegar a ser altamente rentable, dependiendo de la percepción del cliente con respecto al negocio, en términos de servicios, calidad, atención y ambiente.

De acuerdo a lo mencionado por el MINTUR, Riofrio (2016), estipula las grandes ofertas turística en alimentos y bebidas que existen en la península, parte de los

establecimiento registrados tenemos los restaurantes, bares, discotecas, , fuente de soda, sala de baile, y cafeterías que se ofrecen al visitante, con el fin de pretender satisfacer las necesidades y expectativas tanto para turistas nacionales, locales e internacionales. Es perceptible conocer que las cafeterías son tomadas en cuenta, pero son pocos los establecimientos situados en el cantón, debido a que son identificados como restaurantes comúnmente, pero no es así las cafeterías o hostelería también tienen sus lineamientos al entorno empresarial esto ha permitido poner en marcha dicho plan de negocio.

El cantón Santa Elena se encuentra en una etapa de crecimiento en emprendimientos turísticos e implementación de nuevos servicios, el objetivo de estas operaciones es otorgar a Santa Elena un desarrollo integral.

Uno de los atractivos más valorados por los consumidores de nuestro cantón son los productos de humitas, un producto artesanal que marca a la juventud peninsular, debido a que muchas veces las personas ambulantes ofrecen este producto, sin un lugar adecuado de funcionamiento, no digo que este incorrecto, pero es necesario en la actualidad brindar los productos en un espacio de consumo.

Muchas veces los habitantes peninsulares tienen la intención de crear un negocio, pero por situaciones económico o financiero no puedan crearlo, Las cafeterías se ha convertido en el soporte de nuevos hábitos de quienes viven en la ciudad. Esto permitirá ver la finalidad, el propósito y la viabilidad del proyecto.

En cuanto a la investigación, se precisa la **formulación del problema** mediante la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo crear una cafetería financieramente

factible, que elabore y comercialice productos saludables, a fin de contribuir con la satisfacción del cliente del cantón Santa Elena?

De igual forma, se encuentra la sistematización del problema, mismo que se requiere las siguientes preguntas:

- ¿Cuál será la aceptación del mercado respecto a la creación de una cafetería en el cantón Santa Elena?
- ¿Qué recursos serán necesarios para la creación de una cafetería dedicada a la elaboración de comida saludable?
- ¿Cuál serían las estrategias de marketing para la implementación del negocio en el cantón Santa Elena?

**El objetivo general** del presente trabajo es diseñar una cafetería que elabore y comercialice comida saludable, mediante la aplicación de técnicas de investigación de mercado y de factibilidad financiera, para la satisfacción del cliente de los habitantes del cantón Santa Elena.

Las tareas científicas que contribuyen a este trabajo son las siguientes:

- Elaborar un diagnóstico situacional para el conocimiento de oportunidades y amenazas en la creación de una empresa de elaboración y comercialización de productos saludables.
- Determinar las condiciones existentes del mercado, mediante el manejo de técnicas de investigación y un diagnóstico que permitan el desarrollo de la propuesta.

- Diseñar un plan de negocio para la creación de una cafetería de elaboración y comercialización de productos saludables.

La elaboración del presente trabajo se considera la **Justificación** ya que es de suma importancia para la instalación de una cafetería que tendrá lugar en la provincia de Santa Elena, es una propuesta innovadora y original con un servicio de calidad en un ambiente placentero que permitirá que el cliente se sienta a gusto disfrutando de un buen café acompañado de un exquisito menú.

Específicamente en el cantón Santa Elena, se ve la necesidad de crear una cafetería que pueda satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de cada consumidor no solo para satisfacer sus necesidades alimenticias sino también promover la buena alimentación, frente a un mercado consumista de alimentos en grasas, la propuesta del proyecto será la mayor relevancia y una alternativa más común para buscar un aperitivo que fomente una alta calidad exhaustiva con el fin de ganar clientes frente a la competencia directa reconocidas a nivel nacional.

De acuerdo con la investigación se enfoca en el estudio de factibilidad para la creación de la cafetería de elaboración y comercialización de comida saludable en el cantón Santa Elena, como evidencia y fundamentos se utilizó instrumentos importantes mediante los métodos desarrollados en el proyecto, en la primera instancia se realizará una investigación descriptiva a los diferentes establecimientos de las cafeterías que existen en el cantón, posteriormente las características, gusto y preferencias de los clientes, en este caso se acudirá a las técnicas de encuestas y entrevistas u observación directa en el cual se buscará conocer el grado de

aceptación de nuestros clientes del cantón Santa Elena. Y así reunir datos relevantes que estén relacionados con la investigación para determinar la posible inserción que este tendrá el proyecto. La investigación será de tipo descriptiva y los métodos a utilizar es deductivo por las propias características del estudio.

Nuestra intención es desarrollar un emprendimiento que permita establecer un lugar donde nuestros clientes tengan la oportunidad de conectarse emocionalmente en ofrecer un servicio adecuado, además de la búsqueda relacionada al fortalecimiento de la industria comercial y turísticas en las tendencias actuales del consumo y los valores especializados como las cafeterías independientes que es altamente rentable y sostenible en el tiempo debido al fuerte crecimiento del mercado.

**La idea a defender** se plantea de la siguiente manera a través del diseño de un plan de negocio se puede crear una Cafetería financieramente factible de elaboración y comercialización de comida saludable que permitirá la satisfacción del cliente del cantón Santa Elena.

La propuesta de emprendimiento establece las siguientes variables:

- **Variables Independiente:** creación de una cafetería
- **Variable Dependiente:** satisfacción del cliente.

El estudio de investigación de un plan de negocio está compuesto por capítulos que se definen de la siguiente manera:

**El Capítulo I** destaca el emprendimiento en el marco teórico, donde establece la revisión literaria en el cual está enfocado al desarrollo de teorías en creación de

microempresa, empresas o cafeterías en elaborar y comercializar comida saludable, además la importancia de los fundamentos legales, filosófico y sociales que aportan al tema principal del emprendimiento.

**En el capítulo II** del trabajo de indagación de crear empresas, se considera las técnicas de la investigación, muestreo, los métodos y tipos a utilizar, población y muestra, los procesos de recolección, en el que logrará tener mayor búsqueda siendo conciso sobre el proyecto planteado.

**El Capítulo III** consiste en la propuesta de diseñar un plan de negocio en este caso la creación de la cafetería para lograr el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente, contiene el estudio y análisis de resultados, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, lo más eficiente es indagar los problemas en base a las soluciones planteadas. También evalúa toda naturaleza requerida como el análisis de mercado, técnico, producción o servicio, organización y las finanzas con el único fin de ver el negocio realizado.

# CAPITULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Revisión de la literaria

En el artículo de Arias (2017), denominado **“La producción cafetera y su impacto en el crecimiento económico del departamento del Huila, Colombia”** en el cual permitió analizar los determinantes del crecimiento económico del departamento del Huila de 1980 a 2014, en particular del sector cafetero como uno de los principales aportantes, mediante el nivel de investigación explicativo y correlacional, se hizo análisis estadístico descriptivo y el modelo econométrico, a través de los datos del sector cafetero y del producto interno bruto, con base al promedio se evidencio, la participación estrecha en relación con los incrementos o decrementos del PIB cafetero, con la finalidad de la generación de crecimiento en la economía huilense, aplicación de tecnología y mejoramiento continuo del capital humano.

Ávila (2015). En su artículo **“Plan de negocios como herramientas para crear una empresa: argumentos teóricos e investigativos”**. Indica en su objetivo principal determinar la factibilidad y viabilidad económica, comercial y financiera, mediante el enfoque cualitativo y cuantitativo; junto al tipo de investigación documental y descriptiva, en el cual se encontró que los países que más presencia hicieron en cada uno de los documentos fueron en su orden: Colombia con 28, Ecuador 9, Chile 4, Perú 3, y El Salvador, España, Guatemala, Costa Rica, México,

y Argentina solo uno, a través de los instrumentos más utilizados: la entrevista, observación, revisión bibliográfica, encuesta y grupo focal; por medio de cuestionarios, finalizando que el plan de negocios es una herramienta importante para crear empresa, ya que, partiendo de una idea de negocio, éste permite mostrar de una manera muy cercana las posibilidades de supervivencia en el mercado.

Como lo indica Monroy (2018), **en su artículo denominado “Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de la paz, México”**. Es importante determinar la percepción promedio de la calidad en el servicio (CS) y su incidencia en las medias de la satisfacción del cliente (SC) en 54 restaurantes adscritos a la Cámara Nacional de restaurantes y alimentos condimentados, a través de un trabajo de hallazgo revelara que es necesario realizar un análisis estratégico del servicio para los empresarios, en el cual se tomará como población de estudio a los comensales mayores de 18 años clasificados de las especialidades mediante la utilización de encuestas fue valorado cinco dimensiones (instalaciones, accesibilidad, capital humano, atmosfera y la comida), en los tipos de especialidades de restaurantes, en conclusión expresa un área de oportunidad y desarrollo para consolidar el concepto de negocio en restaurantes y al mismo tiempo satisfacer en mayor medida y de forma continua.

Salazar (2016) mediante este artículo denominado **“La gestión del conocimiento organizacional y el capital intelectual en el sector de alimentos y bebidas**, en el cual permitió proponer un enfoque para el sector de alimentos y bebidas, qué elementos pueden ser considerados lo más relevantes en este mismo sector, al

mismo tiempo se realizó una exploración de la literatura disponible de diversos autores que han abordado diferentes posturas y modelos sobre este tema fue conveniente resaltar a las grandes compañías multinacionales, pequeños y medianos establecimiento que han logrado posicionarse en nichos mercados, sin duda alguna se realizó un estudio de mercado verificando las necesidades que los clientes adoptan en el transcurso del tiempo, finalmente la importancia que se le otorga a la gestión del conocimiento organizacional en el sector de alimentos y bebidas diferenciadores de competitividad.

En el artículo de Castillo (2018), denominado **“Fundamentación Teórica y Metodológica del comportamiento del consumidor en cafeterías-perspectivas de la racionalidad**, cuyo objetivo está enfocado en el preliminar de los factores que influyen en el comportamiento de compra en cafeterías como una evaluación desde la perspectiva de la racionalidad, mediante los sustentos teóricos e investigaciones previas con la metodología propuesta y variables, tomando como población objeto de estudio una muestra de cafeterías, debido a esto se tomará los estudios basado en recolección de datos mediante encuestas aplicadas en cafeterías, hoteles tradicionales, y temáticos que evalúan principalmente las siguientes variables: percepciones, lealtad, personalidad , ambiente del negocio, entre otros, finalmente se propone aplicar estrategias enfocados al comportamiento actual del consumidor, permitiendo así incrementar su volumen de ventas y en contrapartida logrando incrementar los niveles de satisfacción del cliente porque se lograra comprender los incentivos y necesidades reales.

### **1.1.1 Teorías**

Según Ampie (2000), la poca producción del sector de alimentos ha sido una de las consecuencias del decrecimiento del sector cafetero a causa de la ausencia de cohesión entre el medio ambiente y la tecnología aplicada a la producción, conllevando a un bajo ingreso de los caficultores y la pérdida de empleos directos, indirectos, formales o informales, sobrecostos en los insumos en los momentos de daños en los cultivos.

Es así como un plan de negocios surge debido a la existencia de oportunidades de servicios que pueden ser necesidades no satisfechas de los usuarios; enfocándose en ser un documento que sintetice el deseo a lograr en la implementación de una actividad empresarial, ya sea personal y organizacional Valencia (2013).

Por otro lado, Dickson (2002), sugiere que las estrategias enfocadas a la satisfacción del cliente, generación de ingresos y calidad en el servicio pueden ser más rentables que las estrategias enfocadas a la reducción de costos, ya que un cliente satisfecho deja de lado a la competencia, y por lo general, vuelve a adquirir el servicio comunicando a otros posibles clientes las experiencias positivas percibidas en el proceso Kotler (2006).

Además, el sector de alimentos y bebidas es una actividad de servicio que forma parte del sistema turístico y que deja un fuerte ingreso económico según el lugar geográfico donde se desarrolló (Boullón, 2003), comprende por lo general empresas que ofertan productos y servicios según las preferencias y demandas gastronómicas de éste y del mercado. Entre los principales negocios o establecimientos que forman

parte de este sector están los restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de sodas, panaderías y pastelerías Davis (2012).

Finalmente, al iniciar el análisis del comportamiento del consumidor, se debe conocer diferentes definiciones de la consecuencia básica del consumo, es decir de la satisfacción que se genera, al respecto se expresa; “La satisfacción del consumidor se puede definir como un juicio bien de naturaleza cognitiva o bien de carácter afectivo o emocional, que deriva de la experiencia del individuo con el producto o servicio, Devesa (2010).

## **1.2 Desarrollo de las teorías y concepto**

### **1.2.1 Variable Independiente: creación de cafetería**

Según Martínez (2015) “una cafetería, cafetín o simplemente un café, es un despacho de café y otras bebidas donde se sirven aperitivos y comidas. una cafetería comparte algunas características con el bar y otras con el restaurante”. (pág. 17)

Para Asorey (2017), Una cafetería es un establecimiento de hostelería donde se sirven aperitivos y comidas, generalmente platos combinados, pero no menús o comida a la carta (pág. 1).

El presente trabajo de investigación consiste en la creación de una cafetería dedicada a la elaboración y comercialización de comida saludable, cuya idea principal es brindar empleos a los moradores del sector a través del emprendimiento, en este caso de estudio, con la finalidad de aportar al desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

### **1.2.1.1 Estudio de mercado**

Para Dujisin (2015) “El estudio de mercado es la fase de trabajo de formulación del proyecto que investiga todo lo relacionado del producto, la oferta, demanda, precios, proveedores y comercialización que permite analizar evaluar y proyectar comercialmente del negocio”

Para Sanz (2015) define que:

La investigación de mercado proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar a la investigación como la solución a problemas empresariales sino un instrumento más que permita minimizar riesgos y, en consecuencia, las decisiones puedan ser más acertadas.

El estudio de mercado me va a permitir analizar y verificar las diferentes actividades o índole alrededor del entorno mediante instrumentos para minimizar los riesgos y buscar las expectativas propuestos.

#### **1.2.1.1.1 Oferta**

La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de estos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación, Briones (2015).

Para Flores (2016), determina que:

La oferta está formada por las empresas que producen y comercializan productos similares o sustitutos a los del proyecto, y por aquellas empresas que, sin ofrecer bienes o servicio iguales, comparten y buscan cautivar el mismo mercado objetivo de clientes.

La oferta tomando en cuenta al autor, menciona que es la cantidad de un bien o servicio que el vendedor pone a la venta, identificando los recursos necesarios para disponer del mercado.

#### **1.2.1.1.2 Demanda**

La demanda de todos los compradores en un sistema económico puede ser de bienes de consumo final o de bienes intermedios o de capital para el proceso de producción, Quintanilla (2016).

Para Flores (2016), establece que:

Se la puede definir como la cantidad de atributos de bienes y valores que pueden ser alcanzados a los otros puntos del mercado, ya sea por un consumidor (demanda individual) o a su vez por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Con respecto a lo que menciona los autores, la demanda es el valor global del mercado y la cantidad de un bien específico que está dispuesto a comprar en función a la oferta.

### **1.2.1.1.3 Producto**

Para Canales (2018) , define que:

El producto es el primer instrumento con el que cuenta la empresa para diseñar su política comercial, y es el punto de partida de la gestión comercial.

Para Valverde (2017), instituye que:

Esta dimensión es fundamental para el desarrollo de políticas de diferenciación y posicionamiento del producto aumentando la empresa deberá tener en cuenta una serie de consideraciones de gran importancia para su comercialización.

En cuanto al producto esta dimensión, trata de definir a quienes nos queremos dirigir, las necesidades actuales del mercado, el análisis de los problemas potenciales u oportunidades de posicionamiento y diferenciación que debe referir la cafetería.

### **1.2.1.1.4 Precio**

Para Berghe (2016), define que:

Se entiende por precio la cantidad de dinero que una persona está dispuesta a dar por un bien o servicio. Si los clientes aceptan la oferta mediante su volumen de compras, el precio, es el adecuado; de lo contrario habrá que hacerle ajuste o modificaciones, presentación, distribución o valor.

Según Casco (2016), el precio es el único instrumento que proporciona ingreso, así las restantes herramientas de marketing proporcionan gastos, aunque son necesarias para que el producto sea demandado.

Haciendo referencia, esta dimensión es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio que va a proponer en el establecimiento.

#### **1.2.1.1.5 Plaza**

Velásquez (2016), la plaza incluye las actividades de la compañía que hacen que el producto este a la disposición de los consumidores meta.

Para Aguilera (2017), la distribución se analiza los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor.

La plaza son canales de distribución de los productos o servicio, en el cual permiten la cobertura, los puntos de venta, donde las organizaciones participan en transmisión de propiedad a manos del consumidor, buscando una meta.

#### **1.2.1.1.6 Promoción**

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer al producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, Aguilera (2017).

Para Velásquez (2016), la promoción involucra acciones que comunican las mejoras del producto y convencen a los clientes con el objetivo que lo adquieran.

Para el autor, son estrategias que la empresa debe realizar para que el público procure consumir y comprar los productos que se disponga en la empresa. Uno de los mejores medios de promoción de un cliente satisfecho está en las ventas y ofertas.

#### **1.2.1.2 Estudio técnico**

Con el estudio técnico supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y debe garantizar la óptima utilización de los recursos que incluye verificar que el proyecto este técnicamente bien concebido y que tenga una rentabilidad económica aceptable de aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos y la mano de obra, Rojas (2015).

Para Álvarez (2018), establece que:

El estudio técnico contempla la parte operativa del negocio con el fin de poner en marcha y mantenerse firme, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, observando los problemas que abarca y mantenerlo en funcionamiento.

El estudio técnico es la base fundamental del negocio donde me permitirá conocer el tamaño y los procesos de producción o servicio que se esté determinado en el proyecto propuesto.

#### **1.2.1.2.1 Localización**

Según Ayala (2018), la localización se refiere al análisis de los factores que determinan la ubicación donde el proyecto alcanzará el mínimo costo o la máxima utilidad.

El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de variación, ingresos y gastos durante el periodo productivo del proyecto, Orozco (2016).

Es la zona de estudio, donde el negocio logrará posicionarse en el sector propuesto mediante el análisis de diversos factores económicos, tecnológico y social donde interviene la decisión a fin de producir buenos resultados y alternativas.

#### **1.2.1.2.2 Propiedad planta y equipo**

Según Arroba (2018), en esta dimensión agrupa a todas aquellas maquinas, herramientas y módulos de equipos necesarios para la actividad regular de la empresa.

En referencia a (Lawrence J. Peter, 1982), Gil (2015), menciona que el mantenimiento se define como un conjunto de normas técnicas establecidas para la conservación del equipo, la maquinaria y las instalaciones de una planta industrial.

Las expectativas de la propiedad, planta y equipo son todos activos de operación, que la empresa utiliza, sujetos a las medidas de los recursos y normas de activación en las adquisiciones que impone cada preparación y presentación en el negocio.

### **1.2.1.2.3 Instalaciones**

Según Flores (2015), define las instalaciones corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanente de la empresa.

Según Ganchozo (2015), todo proceso industrial tiene por meta emplear el capital mínimo en instalaciones, maquinaria y mano de obra para que, obteniendo la calidad y la cantidad deseadas, puedan conseguir los mayores beneficios dentro de un aspecto social y normal no especulativo.

Toda empresa de producción cuenta con maquinarias y equipos dentro de sus instalaciones, que permiten ejecutar de manera eficiente el proceso productivo, por ende, surge la necesidad de generar un sistema gestión de mantenimiento preventivo y predictivo basado en la criticidad de sus equipos, para garantizar que estos equipos se encuentren en un estado óptimo y confiable.

### **1.2.1.3 Estudio Organizacional**

Para Redin (2016), se enfoca que:

El estudio del proyecto es necesario tomar en cuenta la estructura que se requiere implementar, identificando las necesidades de persona, los procedimientos a emplearse y la estructura organizativa que exige la plantación.

Según Aranday (2018), determina que:

El estudio organizacional es cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa.

El estudio organizacional es la estructura de la empresa donde se va a determinar la capacidad operativa, el manejo de las etapas de inversión, trabajo y mantenimiento con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto.

#### **1.2.1.3.1 Organigrama**

Para López (2014), un organigrama simboliza detalladamente la estructura de la compañía u organización, presentando en las distribuciones departamentales y haciendo un esquema de las relaciones jerárquicas.

Un organigrama es el diagrama de la organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente que contiene las principales áreas dentro del organismo, Baca (2013).

Se define como una estructura o representación gráfica, donde se desempeñan todos los cargos o funciones establecidas de una empresa, analizando fallas de distribución, la necesidad que se pretende funcionar, los cambios o reajustes que serán necesario para la toma de decisión en las áreas de unidad administrativas.

#### **1.2.1.3.2 Manual de funciones**

El manual de puesto a manera de un texto contiene lo más fundamental de un proceso, es decir, los manuales son vitales para aumentar y rendir el cúmulo de experiencias de personas y compañías. Oñate (2018).

El manual de funciones es un instrumento de administración del personal, que refleja las funciones, competencias y perfiles establecidos para los cargos de la institución y la base que sustenta a la capacitación y la evaluación del desempeño, es un elemento técnico donde se justifica la existencia, creación, eliminación de los cargos. Además, sustenta los estudios de cargas de trabajo, el sistema de métricas e indicadores y los criterios de autocontrol, Cevallos (2017).

El manual de funciones nos va a permitir especificar los requerimientos y compromiso en cuanto al desempeño, la capacitación que concisa la razón para cada empleo, con el fin de determinar sus particulares responsabilidades y requisitos.

#### **1.2.1.3.3 Selección del personal**

Para Kestler (2015), la selección del personal es el proceso en el que cada colaborador tiene un primer contacto con la organización, en este se conocen las expectativas que tiene la empresa respecto al candidato que espera ocupar el puesto vacante, como también lo que espera de la empresa y puesto al que aplica.

El reclutamiento y selección del personal inician desde que se genera un puesto vacante en la organización y finalizan con un perfil completo de habilidades,

actitudes y competencias de cada postulante de acuerdo con lo que se requiere en el perfil del puesto.

#### **1.2.1.4 Estudio legal**

Para Padilla (2016), fija que:

El estudio legal se describe a que el avance del proyecto o método, no corresponde vulnerar algún reglamento o ley instituida a nivel local, municipal, estatal, federal o mundial. Es un informe que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse fijo, mostrando evidencias reales de que se ha planeado cuidadosamente.

Para Aranday (2018), se define el tipo de sociedad bajo el cual funcionará el negocio, pues importante se aprovechen las facilidades financieras, fiscales y legales para decidir que mejor se adapte al negocio.

El análisis jurídico o legal es conocer las amplias normativas de derecho propiciado en la actualidad los deberes, derechos, responsabilidades y funciones de aquellos instrumentos que debe ser apreciado en él proyecto.

##### **1.2.1.4.1 Constitución**

La constitución está estructurada por varias partes entre ellas, se establece un preámbulo, una parte dogmática que es la que contiene los derechos fundamentales procesales y sustantivos, y finalmente consta de una parte orgánica que es la que

contiene a la estipulación de la creación de los poderes constituidos, Ordoñez (2016).

La definición de la constitución describe los controles, normas, elementos fundamentales para garantizar la efectividad de la organización y su aplicación directa, a los altos niveles de las áreas de administración, política, marketing, finanza y economía.

#### **1.2.1.4.2 Código de trabajo**

Según Farinango (2014), nuestro vigente código del trabajo no establece de manera una definición exacta de lo que se conoce como trabajo, más bien se reduce a explicar la importancia de cada una de las clases de contratos de trabajo legalmente reconocidos por nuestra legislación laboral.

El código de trabajo señala en ajustar y precisar doctrinas y técnica jurídica que afirmen la legislación laboral de la empresa, donde permita integrar los diversos convenios o requisitos de trabajo ratificados en el país.

#### **1.2.1.4.3 Ley de compañías**

Según Cárdenas (2015), del artículo.1957 Código civil:

Sociedad o compañía es un contrato en el que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre si los beneficios que de ello provengan. La sociedad forma una persona jurídica distinta a la de los socios individualmente considerados.

Según la legislación civil, la compañía es un contrato pluripersonal que tiene como objeto crear una persona jurídica; además que es una asociación de personas, las cuales unen sus aportes ya sea en numerarios o especies, esto determinará los derechos que tenga dentro de la sociedad.

#### **1.2.1.5 Desarrollo económico y financiero**

Para Álvarez (2018), señala que:

El análisis financiero es aquel que comprende lo numérico de todos los aspectos avanzados en el plan negocios. Se debe obtener una lista de todos los ingresos y egresos de capitales que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma ascendente.

El estudio económico financiero evidencia la factibilidad en la ejecución del presente proyecto de desarrollo, comprobando su viabilidad con indicadores financieros positivos, Lasluisa (2015).

Se refiere a los resultados de la empresa a lo largo de un ejercicio y mediante el análisis financiero con respecto al proyecto, nos permitirá evaluar el estado actual de la empresa y nos facilita desarrollar la toma de decisión.

##### **1.2.1.5.1 Ingresos**

Se denomina ingreso al incremento de los recursos económicos que presenta una organización una persona o un sistema contable y que constituye un aumento del patrimonio neto de los mismo, Raffino (2018).

Los ingresos de una organización, es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta.

#### **1.2.1.5.2 Egresos**

En términos financieros se define “Egresos como toda salida de dinero que se produzca en una empresa o sociedad”, Definición de egresos (2016).

Los egresos de una empresa es la erogación de recursos financieros, motivado a la liquidación de un bien o servicio recibido por algún desembolso de dinero ya sea una ganancia o pérdida del ejercicio.

#### **1.2.1.5.3 Financiamiento**

Aranday (2018), el financiamiento permite escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico.

De acuerdo con el autor el financiamiento determina el tamaño de la entidad en realizar un análisis acabado de los distintos medios financieros disponible en el mercado o en la misma institución que contribuya a los logros de los objetivos emprendidos de una forma eficiente y eficaz.

### **1.2.2 Variable Dependiente: satisfacción del cliente**

Según Moreno (2017) , hace referencia a Feigenbaum en el cual se puede definir a la satisfacción del cliente como el resultado de la comparación que de forma

inevitable se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos y/o servicios, en los procesos e imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial.

Según Santos (2016), define que:

La satisfacción es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio. (págs. 3-4)

Es la medición de como los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente .Un cliente satisfecho es probable que se convierta en un cliente comprometido, si recibe una satisfacción notablemente superior a la que se esperaba.

### **1.2.2.1 Servicio**

Según García (2016), desde el punto de vista de los autores Montoya y Boyero establecen que el servicio es el conjunto de vivencias en resultado del contacto entre la organización y el cliente, porque se considera la mejor manera de generar una relación adecuada del cual dependen su supervivencia y éxito (pág. 3).

Dentro del servicio se puede mencionar que son aquellos elementos que se debe entregar de acuerdo a las necesidades del cliente. La calidad de servicio que se preste sera para un proceso de mejora continua, que les permita sumergirse a nuevas formas de tendencias de trabajar en la satisfacción del cliente.

### **1.2.2.1.1 Atención al cliente**

Según Martínez (2014) lo define:

Atención al cliente es atender y comunicar las posibles sugerencias y observación efectuados de su responsabilidad, siguiendo las normas establecidas.

Se considera la atención al cliente, como una conexión con sus clientes, mejora la calidad de sus productos o de ser un establecimiento comercial y el cuidado que le brinda al consumidor al ser atendido por el personal.

### **1.2.2.2 Expectativas**

Según Borondo (2016), las expectativas sobre el servicio que los clientes consideran que la empresa debería ofrecer, resultado de la mezcla entre sus deseos y necesidades (pág. 4).

La satisfacción de las expectativas está íntimamente relacionada con las emociones, las metas que una persona se propone, nos estamos refiriendo a lo que la parte interesada espera de la empresa y lo que la empresa eligió entregar a la parte interesada como buenas condiciones, incentivos, crecimientos, etc.

#### **1.2.2.2.1 Calidad del servicio**

Según Moya (2016) determina que :

La calidad de servicio es uno de los aspectos importantes para asegurar la permanencia de las empresas en el mercado, sin embargo, hoy nos encontramos con un gran número de clientes inconformes principalmente con los servicios que se le entregan.

La calidad de servicio es un concepto que deriva de la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente de bienes tangibles o intangibles de la estructura de la empresa.

#### **1.2.2.3 Rendimiento percibido**

Según Alpízar (2015), del autor Kotler define que:

El nivel de la etapa de un individuo resulta medir el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus perspectivas.

El rendimiento percibido se refiere a la satisfacción del cliente y los niveles de expectativas que tiene cada individuo acerca del producto o servicio que se esté brindando en este instante, con el desenlace de adquirir resultados positivos de la empresa.

#### **1.2.2.3.1 Percepción del cliente**

Según Feigenbaun (2018), la percepción del cliente es sobre el grado en que se ha cumplido sus requisitos.

La percepción de los clientes hace referencia a las opiniones que tienen las personas sobre una empresa, esta se genera evaluando la experiencia que tiene con las entidades incluidas el producto que ofreces, las estrategias de tu servicio, esto será el componente especial en satisfacer las necesidades del consumidor final.

#### **1.3 Fundamentos Sociales, psicologico, filosofico y Legales.**

**La constitución de la republica del Ecuador 2008**, establece en el capitulo sexto de trabajo y producción sección primera:

##### **Formas de organización de la produccion y gestión:**

**La legislación vigente 2008 del Art.320** : en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente (pág. 100).

**La producción:** en cualquiera de sus formas se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (Asamblea Nacional., 2012).

Según el Art. 320. Contribuye con la empresa “COFFEE YOUNG”, en el presente trabajo de elaboración de comida saludable, sujeta a normas y procedimientos, que el Estado le faculta en el artículo antes mencionado, la producción y

comercialización del producto que se rige bajo normativas que permiten el desarrollo e incremento de las ventas.

### **Normas Iso 9001-2015**

**Contexto de la organización: sistema de gestión de calidad y sus procesos, vigente desde el 2012.**

**La organización:** debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional. La organización debe determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización, y debe:

- a) Determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de estos procesos;
- b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos;
- c) Determinar y aplicar los criterios y los métodos (incluyendo el seguimiento, las mediciones y los indicadores del desempeño relacionados) necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos;
- d) Determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad;
- e) Asignar las responsabilidades y autoridades para estos procesos;
- f) Evaluar estos procesos e implementar cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos;

- g) Mejorar los procesos y el sistema de gestión de la calidad. (Escuela Europea de Excelencia , 2019)

**El plan de desarrollo toda una vida tiene sus bases y principios:**

**La economía al servicio de la sociedad:** es el eje de partida, la premisa de que la economía debe estar al servicio de la sociedad. Es así como nuestro sistema económico, por definición constitucional, es una economía social y solidaria. Dentro de este sistema económico interactúan los subsistemas de la economía pública, privada, popular y solidaria. No se puede entender la economía sin abarcar las relaciones entre los actores económicos de estos subsistemas, que son de gran importancia y requieren incentivos, regulaciones y políticas que promuevan la productividad y la competitividad.

**El objetivo 5 trata de impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.**

Como objetivo de desarrollo se propone impulsar una economía que se sustente en el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales, que guarde el equilibrio con la naturaleza e incorpore valor agregado a productos de mayor cantidad y mejor calidad; involucrando a todos los actores y democratizando, a más de los medios de producción, los medios de comercialización.

En toda nación la economía del país es importante, por tal motivo el plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, contribuye en la productividad de las empresas e innovando el emprendimiento de los jóvenes que se dedican a la elaboración de

productos terminados, sean estos de recursos naturales renovables o no renovables.  
(ASAMBLEA NACIONAL, 2019)

**El código de trabajo dispone en el Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.** - Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

**Acercas de los salarios, de los sueldos, de las utilidades y de los beneficios adicionales especifican:**

**Las garantías de las remuneraciones y sus garantías del Art. 79.-** Igualdad de remuneración. A trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación debido a nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole; más, la especialización y práctica en la ejecución del trabajo se tendrán en cuenta para los efectos de la remuneración.

**Art. 80.- Salario y sueldo.** - Salario es el estipendio que paga el empleador al obrero en virtud del contrato de trabajo; y sueldo, la remuneración que por igual concepto corresponde al empleado.

El derecho y obligaciones del trabajos son irrenunciables, en el presente trabajo de investigación el código de trabajo a través de su artículos antes mencionado contribuyen a que la empresa “COFFEE YOUNG”, respete las normativas impuestas por ente regulador en todo lo relacionado a sueldo y bonificaciones de ley que le corresponde a todo trabajador así como también hacer cumplir con las

respectivas sanciones y normativas que se le impusieran en caso de cometer algún acto indebido durante el proceso de la elaboración del producto.

**El ministerio de trabajo** define el valor del Salario o sueldo básico unificado (SBU), sirve de base para el cálculo de los salarios mínimos sectoriales de las 21 comisiones sectoriales, los cuales en ningún caso pueden ser inferiores al salario básico unificado, siendo este \$394,00 en la actualidad.

Para obtener los permisos municipales, en el GAD Municipal del Cantón Santa Elena, (antes de los mismos se debe de obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos, Ministerio de Salud, Ministerio de Turismo) se debe:

- Pagar la Patente municipal la cual tiene un costo de \$10,00
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.

**Para obtener los documentos habilitantes**, con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

**Para inscribir el nombramiento del representante**, se debe acudir nuevamente al Registro Mercantil, para inscribir el nombramiento del administrador de la organización designado en la Junta General de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe hacerse dentro de los 30 días posteriores a su designación.

**Obtener el RUC**, el Registro Único de Contribuyentes se obtiene a través del Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

**Los permisos de funcionamiento** tratan los **permisos de ocupación de la vía pública, normas generales Art. 36.- permisos municipales.** - El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Santa Elena, podrá conceder permisos para ocupación de la vía pública, únicamente de acuerdo con las disposiciones establecidas en la presente ordenanza, a través del Comisario Municipal. La ordenanza sustitutiva que reglamenta el uso y ocupación de la vía pública del gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Santa Elena.

**El Art. 3 “Cálculo del valor de los derechos”.** - Las concesiones, permisos, cánones de arrendamiento, multa y demás derechos municipales se cobrarán tomando como base para su aplicación y cálculo el salario básico unificado vigente.

**Acerca de la licencia única anual de funcionamiento: el Art. 55 “Requisito previo para la operación”** Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia

durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente (Borbúa, 2015).

**Art. 62 “Permisos de funcionamiento permanentes, temporal y ocasional”** Para el uso y ocupación del suelo en los casos descritos en los literales a), b) y c) del artículo 417 del COOTAD, los puestos permanentes, temporales y ocasionales pagarán las tasas correspondientes al Gobierno Municipal de Santa Elena acorde al siguiente dato de valores:

**Pago de tasa al gobierno municipal:**

- **Tasa por uso y ocupación de uso de calles ya avenidas:** personas naturales 0.25% de RBU; personas jurídicas 1% de la RBU y se genera en base al m2 por día.
- **Tasa por uso y ocupación de plazas, parques y demás espacios destinados a la recreación y promoción turística:** personas naturales 0.4% de RBU, personas jurídicas 1.5 % de la RBU y se genera la m2 por día.

**El aspecto ambiental** con respecto a la prevención y control de la contaminación de suelos:

**Art. 10.-** Queda prohibido descargar, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, cualquier tipo de contaminantes que puedan alterar la calidad del suelo y afectar a la salud humana, la flora, la fauna, los recursos naturales y otros bienes.

**Art. 11.-** Para los efectos de esta Ley, serán consideradas como fuentes potenciales de contaminación, las sustancias radioactivas y los desechos sólidos, líquidos o gaseosos de procedencia industrial, agropecuaria, municipal o doméstica.

**Art. 15.-** El Ministerio del Ambiente regulará la disposición de los desechos provenientes de productos industriales que, por su naturaleza, no sean biodegradables, tales como plásticos, vidrios, aluminio y otros.

La empresa “COFFEE YOUNG”, cumple con las normativas y reglamentos impuestos por el ministerio del ambiente, a través de un control en el proceso de elaboración de comida saludable, los artículos antes mencionados contribuyen al proyecto regulando el proceso de producción y comercialización de los recursos naturales renovables y no renovables.

**Plan de remediación ambiental:** el estudio técnico que a través de un informe permite la verificación y regulación del impacto de riesgo ambiental en el proceso de elaboración y comercialización de comida saludable en el cantón Santa Elena, garantizando la protección a los seres humanos y el planeta en general durante el proceso de elaboración y producción del producto o servicios.

## **CAPITULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **2.1 Tipos de Investigación**

De acuerdo con la investigación, la metodología permitió estudiar y diseñar los diversos enfoques, métodos y resultados los cuales servirán para procesar la información acerca de la **“ Creación de una cafetería “Coffee Young” para la elaboración y comercialización de comida saludable en el cantón Santa Elena”**.

##### **2.1.1 Investigación Descriptiva**

La investigación aplicada es de tipo descriptiva, porque nos permitió estudiar el vínculo entre la satisfacción del cliente y la relación con la creación de la cafetería, ya que se utilizarán elementos estadísticos, técnicas e instrumentos relacionados al proceso de elaborar y comercializar comida saludable en el sector, como propósito es dar una visión exacta en un aspecto de ambiente del mercado como los son la evaluación de los consumidores con respecto al producto y servicios que se ofrece contra el que ofrece la competencia, del cantón Santa Elena. Este método será para obtener un mejor enfoque general del tema propuesto.

#### **2.2 Enfoque de la Investigación**

Dentro del enfoque de investigación con base al estudio que se realizó en el sector tomamos en cuenta un enfoque mixto, es decir cuali-cuantitativo.

**2.2.1 Enfoque cualitativo:** esta indagación buscó interpretar directamente el comportamiento del consumidor del cantón Santa Elena, ante los distintos factores que influyen en su decisión a la hora de comprar en la cafetería dichos productos y optar por otra cafetería de la ciudad, su principal eje es explorar u observar para obtener mejor comprensión, opciones, opiniones y motivaciones.

**2.2.2 Enfoque cuantitativo:** la investigación del proyecto es cuantitativa, este enfoque, se empleó llevando a cabo la creación de la cafetería del cantón Santa Elena, en este caso la encuesta que se realizará será base para evaluar los hábitos, gustos, preferencia, comportamientos y aceptación del consumidor ya que genera datos o información numérica.

## **2.3 Métodos de la Investigación**

### **2.3.1 Método teórico**

Este método expresará de manera conceptual, las cualidades principales en relación con la investigación, y sobre todo se apoya fundamentalmente en los métodos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción.

### **2.3.2 Análisis-sintético**

En lo que respecta a este método nos va a descomponer, sus partes y herramientas esenciales para observar y obtener las causas, para poder identificarlas y luego relacionarlas mediante síntesis, al fenómeno de estudio propuesto.

### **2.3.3 Deductivo**

Se basa en analizar lo general, complejo y abstracto para determinar un punto concreto particular y simple de la investigación que lo rodea. Permitted realizar la observación extrema y crítica, se obtuvo los datos analizados y estructurados; lo cual permitió tener una idea clara de la situación actual del proyecto, para luego comprobar su validez.

### **2.3.4 Método Empírico**

Es el resultado del proceso de la investigación basado en la experiencia. Este método nos permite revelar las características esenciales fundamentales del objeto de estudio, motivo del cual permitió los datos obtenidos, como resultados de investigación empírica, de modo de procedimientos prácticos como la observación directa, encuestas y entrevistas.

### **2.3.5 Observación**

La observación nos permitió conocer la realidad del sector u objeto de estudio, mediante la percepción directa de tal manera que nos ayudará a describir y explicar los comportamientos, utilizando la comprobación para la idea a defender, en tendencias, fenómenos y generalización del tema de estudio, después de obtener datos adecuados confiables y perfectamente identificados.

### 2.3.6 Encuesta

La encuesta es uno de los instrumentos más versátiles, eficientes, útiles y sencillos para recolectar información en este caso mediante la investigación se tomó en cuenta las preguntas sistematizadas, a fin de obtener datos estadísticos sobre opiniones, hechos u otras variables sobre el desarrollo del proyecto de emprendimiento.

## 2.4 Diseño de Muestreo

### 2.4.1 Población

De acuerdo con los datos obtenidos por la INEC, la Cafetería COFFEE YOUNG para la comercialización de alimentos y bebidas en el cantón de Santa Elena, se tomó en consideración el número de población de un rango de edad entre 18 a 67 años, en base al ciclo de vida juventud -adultez y el género masculino, femenino y GLBTI en el cual se muestra reflejados resultados en la siguiente gráfica.

**Cuadro 1: Población de Santa Elena**

Población de Santa Elena		
Rango de Edad (Aprox)	2010	%
63 a 67	3.704	4.08%
58 a 62	4.103	4.52%
53 a 57	5.333	5.87%
48 a 52	6.347	6.99%
43 a 47	7.964	8.77%
38 a 42	9.548	10.52%
33 a 37	10.935	12.04%
28 a 32	12.021	13.24%
23 a 27	15.070	16.60%
18 a 22	15.761	17.36%
<b>Total</b>	<b>90786</b>	<b>100%</b>
Población de la provincia de Santa Elena 308.693		

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Cuadro 2: Población**

<b>POBLACIÓN</b>			
<b>AÑO</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
2010	49932	40854	<b>90786</b>

Fuente: INEC (INEC, 2019) -Proyecciones poblacionales.

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

Para la presente investigación de mercado se tomará en cuenta la población del cantón Santa Elena, entre hombres y mujeres, a continuación, se presenta una base de datos del (INEC, 2019) en proyecciones poblacional de **90786** de un rango de **18- 67 años** de los habitantes de la provincia de Santa Elena.

#### **2.4.2 Muestra**

La muestra es una parte representativa del total de la población de tal manera que para medir se escogerá el método probabilístico, el estudio lo determina de forma que se consideran una población de **90786** habitantes, va a hacer estudiados de forma eficiente para su posterior proyección. Para establecer el cálculo de la muestra de la investigación se utiliza la siguiente formula de muestreo:

- $N$ =Población (**90786** habitantes del cantón Santa Elena)
- $n$ = Tamaño de la muestra
- $Z$ = Valor de  $Z$  crítico, nivel de confianza 95%, correspondiente a 1.96
- $P$ = Probabilidad de éxito 0.50
- $q$ =Probabilidad de error 0.50
- $e$ =Error de la proporción de la muestra 0.05

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (90786) * (0.50) * (0.50)}{(0.05)^2 (90786 - 1) + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = \frac{87190.87}{227.9229} = 382 \text{ encuestados}$$

La muestra de la población es de 382, lo que quiere decir que se debe realizar las encuestas para este número de habitantes del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena o tomar un fragmento que ayude a la investigación.

## **2.5 Diseño de recolección de datos**

### **2.5.1 Técnicas de Investigación**

#### **2.5.1.1 Observación**

El trabajo de investigación del proyecto, me facilitó la oportunidad de recorrer varios sectores donde se establecerá la cafetería COFFEE YOUNG, fue de observación directa en el cantón Santa Elena, las personas que trabajan en las distintas cafeterías me permitió conocer un poco de sus inicios, objetivo y realidad, pero uno de las situaciones que encontré en las cafeterías principales del sector, fue las estrategias de marketing, la publicidad, promociones y variedades que se pueden manejar, hay cafeterías que no utilizan estos instrumentos importantes en la ciudad, solo están enfocados en brindar un servicio para ver si logran el objetivo, es necesario capacitarse en función de esto, Coffee Break, Café California, Coffee red, fueron los locales que me accedieron conocer su realidad, cada uno tiene sus

diferencias en atención al cliente, las cafeterías están empezando a desenvolverse por lo tanto, somos una provincia de variedad de recursos y también de ser un sector comercial por parte de los turistas.

### **2.5.1.2 Entrevista**

No se realizó una entrevista a expertos, dueños de cafeterías, debido a la investigación, como menciono son propietarios que recientemente están empezando a involucrarse en el sector de mercado.

### **2.5.1.3 Encuesta**

La encuesta se efectuó a los habitantes del cantón Santa Elena, con el desenlace de conocer su calificación lógica y decisión sobre la creación de la cafetería de elaboración y comercialización de comida saludable. La indagación del trabajo se lo ejecutó a las 100 personas del sector del negocio, en el cual el 98% tuvieron aceptación al proyecto y el 2% lo tomaron de una forma innecesaria, también consta de 11 preguntas cerradas y también de respuesta múltiple. Se resalta a los participantes de la encuesta, ellos conocieron el propósito del proyecto solicitando los debidos acontecimiento para crear una microempresa, se tomó aproximadamente 2 a 6 minutos, fue realizado en la cabecera cantonal de Santa Elena. las personas demostraron con respeto al trabajo realizado.

## **2.5.2 Instrumentos de investigación**

### **2.5.2.1 Cuestionario**

El cuestionario es un instrumento de investigación utilizado de modo preferente en el proyecto , en este caso la encuesta que fue utilizado a las personas que forman parte de la población, quienes fueron elegidos a través de la indagación.

### **2.5.2.2 Tratamiento de la información**

Los datos recolectados a través del estudio de la encuesta, fueron procesados en el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), y se obtuvo el resumen de las personas encuestadas a través de tablas y gráficos que inmediatamente fueron desarrollados para una buena toma de decisión sobre la creación de una cafetería Coffee Young en el cantón Santa Elena.

## **CAPITULO III**

### **PROPUESTA**

#### **3.1 Naturaleza del proyecto**

##### **3.1.1 Descripción de la idea de negocio**

En base a las opiniones de las personas, la idea del negocio dio acceso al trabajo, ubicado en el cantón Santa Elena y el talento de formación como emprendedor, tiene como objetividad crear una microempresa de elaboración y comercializadora de alimentos y bebidas de forma innovadora y posesionarla inmediatamente en el mercado a fin de ganar una mayor participación y un nivel muy competitivo.

La creación de una cafetería tiene propósito de ofrecer un buen servicio al mercado local y nacional no solo enfocarnos en un producto o un servicio de siempre, sino ir más allá; de darle un valor agregado que permita obtener una mayor satisfacción en los consumidores, resaltándose como un producto algo nuevo, novedoso, vistoso e innovador, de excelente calidad.

La cafetería contara con personal capacitado, con una gran variedad de productos diferentes. Además, de disfrutar de un lugar idóneo y adecuado, que les permita poder compartir con los amigos del trabajo, de estudio y la familia.

Cabe destacar que en cuanto a los productos se pretende brindar café a un sabor diferente, debido que el producto será procesado mediante el artefacto, que se requiera en el negocio, será necesario producir cualquier tipo de café, con el efecto

de que las personas que consuman de estos productos puedan deleitarse de un desayuno ágil y atractivo en el cantón Santa Elena.

De esta manera será favorable para los habitantes peninsulares, en la que se beneficiará el cantón, brindando fuentes de empleo para las personas colaboradoras en la cafetería con el fin de generar un buen porvenir para sus familias aledaños.

### **3.1.2 Justificación de la empresa o producto**

La idea de la implementación de una nueva cafetería en el cantón Santa Elena surge como iniciativa de un alumno de la Universidad Estatal Península de Santa Elena con visión innovador, como una empresa eficiente perteneciente a la industria de preparación de alimentos saludables, al encontrar una necesidad insatisfecha en el sector de consumo de alimentos de la mayoría de los habitantes de Santa Elena. Por consiguiente, hemos llegado a indagar que en el sector son pocas ofertas de cafeterías que existen en el lugar, por tal razón se desea que se implemente como una nueva visión, para que se mantenga firme con un ambiente acogedor, cómodo y moderno, que sea el centro de reuniones para socializar entre amigos y sobre todo que cuente con una atención rápida y de productos de calidad.

Se pretende que el negocio sea el cambio de diferenciación en el cantón Santa Elena debido a la presencia de una demanda que requiere ser atendido, ya que existen personas del cantón que le gusta esta propuesta. Además, que esta direccionado a las personas que son amantes del buen café y también de los diferentes platillos propuestos, otra ventaja que se requiere es la infraestructura del lugar en el cual se

necesita la existencia de un lugar cómodo y adecuado, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

La decoración de los espacios, el servicio de calidad, el trato e incluso la decoración de cada plato diferenciarán a “Coffee Young” de las demás cafeterías de la ciudad, todos estos elementos son importantes por lo tanto es necesario cuidar todos y cada uno de ellos.

### 3.1.3 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa se ha calificado mediante un cuadro valorativo donde se planteó dar visto bueno por varios nombres a los habitantes del cantón Santa Elena, que constituye puntajes de menor a mayor de carácter equitativo.

El título del negocio que domine un alto porcentaje será electo como nombre de la propuesta de idea de negocio. Cabe recalcar que dicha valoración fue establecida mediante un estudio de clientes, aplicado en los instrumentos de investigación, la encuesta con el objetivo de crear el nombre de la cafetería.

**Cuadro 3: Cuadro Valorativo**

<b>Nombres</b>	<b>Cuadro Valorativo</b>				<b>1</b>
Coffee Ilike	4	3	3	3	13
Coffee Young	5	4	4	5	18
Coffee Live	3	4	4	4	15
Coffee One	2	3	2	3	10
<b>Atributos</b>	<b>Significativo</b>	<b>Atractivo</b>	<b>Original</b>	<b>Agradable</b>	<b>Total</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson*

La participación de las personas que habitan en el cantón Santa Elena, se llegó a la conclusión por medio de los resultados, la cafetería es denominado como

“COFFEE YOUNG”, por ser un nombre actual, significativo, atractivo y agradable y además por ser original en el cual quiere decir café joven, que representa un negocio nuevo, reciente ; llenos de oportunidades y esperanza sobre todas las cosas, un lugar donde se encuentra el mejor café y productos nutritivos que satisfagan las necesidades del cliente. Ambas frases, establecen el valor de existencia y lo que brindará en el sector que llenará las expectativas de todos. En cuanto al Slogan solo se eligió un nombre que la mayoría de las personas lo prefirió, se llama “COMO EN CASA”. Que se podría describir en frase corta “No hay lugar como el hogar del café”.

**Nombre comercial:** Coffe Young

**Razón social:** Compañía de responsabilidad limitada (Cia. Ltda.)

**Actividad económica:** Empresa de comercialización y prestación de servicios.

#### **3.1.4 Descripción de la empresa**

Luego de haberse realizado el cuadro valorativo para la elección de la empresa, se terminó eligiendo a través de los resultados con 18 puntos el logotipo “COFFEE YOUNG” y slogan con el nombre “COMO EN CASA” que se deriva en la familia, amigos, parejas, compañeros de trabajos tomando en cuenta que no hay mejor lugar que el hogar del café con productos nutritivos para ofrecer al mercado es decir con productos innovadores.

“Coffee Young” será una microempresa cuya finalidad será ofrecer a los habitantes del cantón Santa Elena un lugar con un ambiente acogedor y cálido donde pueda reunirse tranquilamente y pasar un buen rato, disfrutando de un buen

café acompañado de una comida saludable fácil de realizar, con una atención rápida y ágil.

Por ello lo primordial será ofrecer a los clientes un servicio de primera calidad proporcionado café; bebidas frías, jugos y batidos; bebidas calientes como expresso, cappuccino, americano chocolate y te aromático; además alimentos como humitas, bolón de verde, Sanduches, tortillas y postres etc. Con los más altos estándares de sabor y calidad. El horario de atención que tendrá la cafetería será de lunes a viernes abriendo sus puertas desde las 9:00 hasta las 22:00pm.

La cafetería va a estar dirigido a personas amantes del buen café, que desean compartir con amigos o compañeros de trabajo, un dialogo para atender asuntos laborales en un lugar confortable y adecuadamente dispuesto a consumir los diferentes productos alimenticios y bebidas.

Además, “Coffee Young” cuenta con 7 personas que intervienen en la operatividad de la empresa el administrador, auxiliar administrativo, 3 operarios de producción de orden, el asistente en atención al cliente y el cajero que son parte de venta. Asimismo, es preciso insistir, que la cafetería se formará como una distribución de sociedad Responsabilidad limitada Cía. LTDA. De tal manera que es una compañía de capital cerrado, con una participación equivalente, y que maneja la aportación monetaria.

### 3.1.5 Ubicación geográfica

La cafetería estará en la zona céntrica de la ciudad de Santa Elena, debido al grado a la alta ocurrencia de personas y a la cercanía a varios locales comerciales y servicios de diferentes tipos. La empresa “COFFEE YOUNG” se encuentra ubicado en la cabecera cantonal de Santa Elena, en la calle Sucre y 18 de agosto por el parque central Vicente Rocafuerte diagonal a la municipalidad de Santa Elena, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

**Ilustración 1: Ubicación geográfica de la empresa**



*Fuente: Google Maps.*

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.1.6 Análisis FODA

A través de un cuadro se determinará los factores o aspectos positivo y negativos de la EMPRESA “COFFEE YOUNG”, permitiendo describir su análisis FODA, es decir identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Cuadro 4: Análisis FODA**

<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Ubicación estratégica para comercializar.</li><li>-Precios accesibles para todos nuestros clientes.</li><li>-Servicio de seguridad.</li><li>-Ofreciendo el mejor servicio para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Poco conocimiento en el manejo de un establecimiento.</li><li>-Limitado financiamiento.</li><li>-Lento proceso de producción.</li><li>-Desconocimiento de la marca.</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Crecimiento potencial del mercado fuera de la provincia.</li><li>-Buena aceptación de los productos en el mercado.</li><li>-Alianzas con proveedores para potenciar el producto.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Competencia indirecta.</li><li>-Cambios en las necesidades y gustos de los clientes.</li><li>-Entrada de nuevos competidores.</li></ul>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### **3.1.7 Filosofía empresarial**

Diseñar un plan de negocio que busque adaptarse continuamente a las necesidades del mercado. Comprometernos a trabajar siempre de acuerdo a nuestros valores. Mantener con nuestros clientes el compromiso de generar grandes momentos y estancias inolvidables enfocadas al nivel de las tendencias nacionales.

#### **3.1.7.1 Misión**

*Coffee Young ofrece a sus clientes, alimentos tradicionales con atención de esmerada, calidad, personal capacitado y competente, en un ambiente cómodo y confortable, ubicado en el cantón S.E.*

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

#### **3.1.7.2 Visión**

*Ser una microempresa reconocida con mayor referente en el sector del servicio cafetero en el cantón Santa Elena, convirtiéndonos en un negocio estable, eficiente, seguro y comprometido para lograr un posicionamiento dentro del mercado turístico, cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes, aportando al desarrollo sostenible de la provincia.*

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.1.7.3 Valores Corporativos

**Cuadro 5: Valores**

<b>VALORES</b>	
<b>Fortaleza</b>	Nuestra Fortaleza primordial es el cliente, en el vemos la razón de ser de nuestra organización, por lo tanto, es la parte importante de nuestra microempresa.
<b>Excelencia</b>	La excelencia es un compromiso a la vez, dado que, tenemos el deber de brindar un servicio bajo los estándares de calidad establecidos demostrando la preparación y pulcritud de nuestros colaboradores.
<b>Expectativas</b>	En la empresa “Coffee Young siempre estaremos atentos a los requerimientos y necesidades de nuestros clientes, es por esa razón que nos debemos a las expectativas que nuestros clientes, esperan de nuestro servicio.
<b>Compromiso</b>	Nuestro compromiso, es siempre brindar un servicio placentero a nuestros clientes durante su estancia, y de esa forma satisfacer sus necesidades.
<b>Cumplimiento</b>	En la empresa siempre estaremos cumpliendo con nuestra filosofía empresarial, garantizando un excelente servicio a los clientes.

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson*

### 3.1.7.4 Objetivos

Corto plazo: nuestro objetivo es la plena satisfacción de todos nuestros clientes del sector, con el fin de posicionar a la cafetería como uno de los mejores en la comunidad. Brindar una propuesta diferente e innovador para los clientes.

Mediano plazo: lograr una expansión a las principales ciudades del país mejorando la calidad del servicio y la calidad de los alimentos que se ofrecen, siempre conservando el aspecto ambiental en todas las áreas.

Largo plazo: ser reconocidos por la sociedad local, nacional e internacionalmente de los alimentos que se ofrecen y por la cultura del servicio.

### 3.1.8 Calificación del equipo emprendedor

**Cuadro 6: Calificación del equipo emprendedor**

FICHA PERSONAL		
<b>1</b>	<b>Apellidos</b>	Limones Merejildo
	<b>Nombres:</b>	Edinson Darwin
	<b>Fecha de nacimiento:</b>	29 de agosto de 1994
	<b>Nivel de estudio:</b>	Tercer Nivel
	<b>Estudios:</b>	Administración de Empresas
	<b>Valores y fortalezas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Organizado</li> <li>➤ Sociable</li> <li>➤ Seguro</li> <li>➤ Responsable</li> <li>➤ Trabajo en equipo</li> </ul>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**LIMONES MEREJILDO EDINSON:** realizar la eficaz y eficiencia en la administración de una empresa es llegar con el Compromiso, Ética, responsabilidad y dedicación única con la capacidad de empatizar, capaz de trabajar en equipo, asumir riesgos; en cuanto a negocios satisfacer las necesidades y servicio del cliente cuando lo requiere.

### 3.1.9 Ventajas competitivas

La demanda actual requiere de nuevos modelos de negocios, ya que existe una gran cantidad de demanda en el cantón debidos a la inexistencia de nuevas estrategias e innovación; sin embargo, nace la Empresa COFFEE YOUNG con el fin de dar al mercado del cantón Santa Elena un producto totalmente diferente, con una proyección a futuro ser canalizado en el mercado local como una de las microempresas dedicadas a la elaboración y comercialización de comida saludable con materia prima de calidad. La Empresa COFFEE YOUNG entrará al mercado a competir con empresas como Empresa COFFEE BREAK, LA CAFETERIA Y PASTELERIA CALIFORNIA entre otros con el fin de dar al consumidor un producto nuevo. A continuación, se detalla algunas ventajas que podría diferenciar nuestro producto con los demás:

#### Cuadro 7: Ventaja competitiva

##### VENTAJAS COMPETITIVAS

1. Precios bajos de acuerdo a la competencia.
2. Productos totalmente nuevos. (La innovación como diferenciación).
3. El compromiso de los empleados y su productividad.
4. Esencial atención al cliente de forma activa el contacto.
5. La coordinación, planificación y organización del equipo de trabajo.



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

## **3.2 Mercado**

### **3.2.1 Tamaño del mercado**

El presente estudio de investigación se basa en la creación de una cafetería de elaboración y comercialización de comida saludable en el cantón Santa Elena, los productos están direccionado hacia el mercado de los habitantes de Santa Elena, actualmente las personas y empresas buscan la necesidad de probar algo innovador de un producto o servicio que permita apoderarse; logrando las metas planteadas.

La cafetería “Coffee Young”, va estar dirigido a personas divertidas, que les guste salir frecuentemente, donde encontrará un ambiente atractivo y seguro, en el cual alcance intervenir los amigos o con algún familiar, ya sea de trabajo o amistades y que puedan degustar de un desayuno acompañado de un café o bebida refrescante.

### **3.2.2 Consumo aparente**

El consumo aparente se detallará mediante este análisis a través de la siguiente formula

$$MM = P * \%ACEPTACIÓN$$

Nuestro mercado objetivo será en base al 98% del nivel de aceptación de la creación de la cafetería y además se considera para mantenerse posicionado en el mercado una participación idónea, según los resultados:

**Cuadro 8: Mercado objetivo**

<b>% DE ACEPTACIÓN</b>	98%
<b>MERCADO META</b>	88970
<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO</b>	5%

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

De esta manera se obtiene a través del desarrollo de la fórmula que nuestro mercado meta corresponde a **88970**, habitantes de Santa Elena manteniendo el rango de edad entre **18 – 67**.

- **Consumo aparente alimentos y bebidas**

Con lo que respecta a la creación de una cafetería fue necesarios utilizar, los instrumentos de recolección de información, donde se manejaron preguntas para conocer los productos que prefieren y adquieren los clientes, por lo tanto, me permitió alcanzar resultados de excelencia. A continuación, se les presentará los productos de alimentos y bebidas de la cafetería:

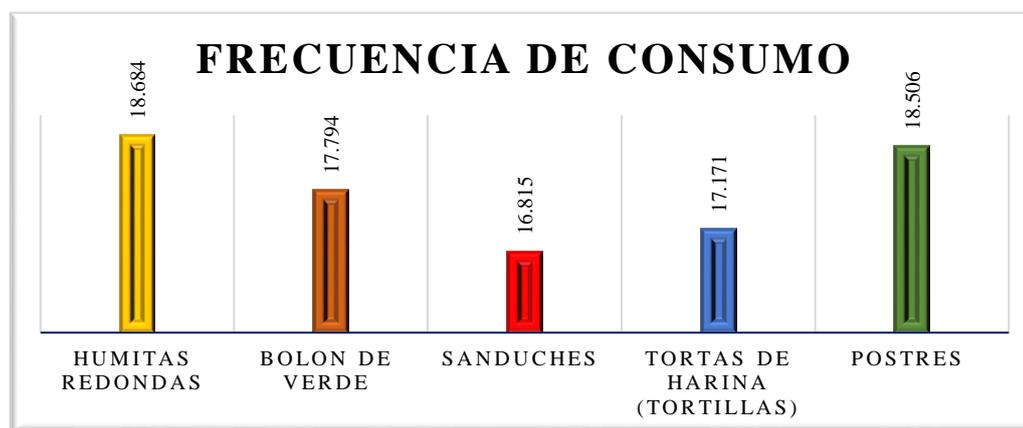
**Cuadro 9: Consumo aparente**

<b>ALIMENTOS(PREFERENCIA)</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>%</b>	<b>PERSONAS</b>
HUMITAS REDONDA	98	21.00%	18,684
BOLÓN DE VERDE	93	20.00%	17,794
SANDUCHE	88	18.90%	16,815
TORTILLA DE HARINA	90	19.30%	17,171
POSTRE	97	20.80%	18,506
TOTAL	466	100%	88,970
<b>BEBIDAS (FRECUENTES)</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>%</b>	<b>PERSONAS</b>
CHOCOLATE CALIENTE	98	20.40%	18,150
CAFÉ	95	19.80%	17,616
JUGOS NATURALES	96	20.00%	17,794
TE AROMATICO	98	20.40%	18,150
SANCDUCHE	93	19.40%	17,260
TOTAL	480	100%	88,970

*Fuente: Encuesta-estudio de mercado*

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

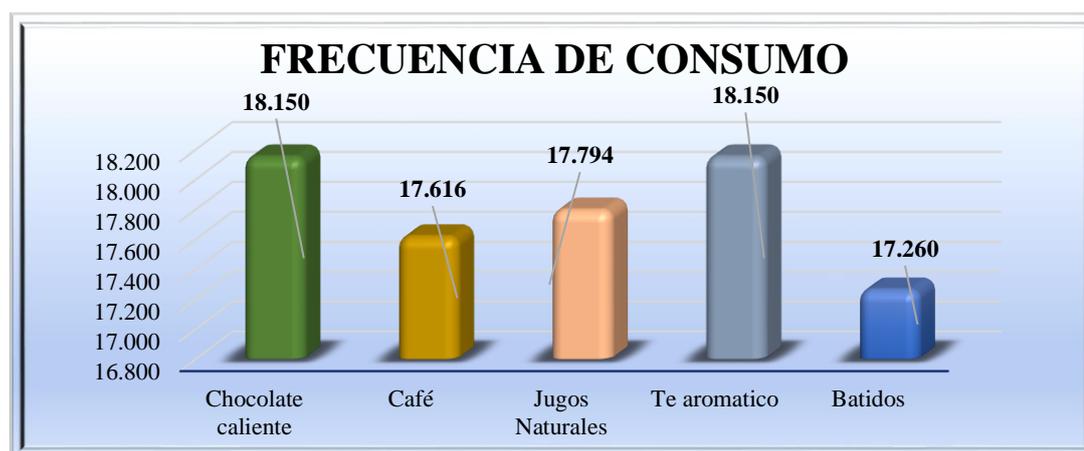
**Gráfico 1: Frecuencia de consumo-alimentos**



Elaborado por: Limones Merejildo Edinson

Se puede visualizar la frecuencia de los alimentos su consumo aparente son las humitas y los postres de frutas picadas ya que son productos preferidos por los clientes, le sigue:

**Gráfico 2: Frecuencia de consumo-Bebidas**



Elaborado por: Limones Merejildo Edinson

Con respecto a la frecuencia de consumo de bebidas se puede definir que, en la actualidad, las personas buscan satisfacer sus necesidades con bebidas saludables que no afecten al ser humano, en este caso el té aromático y el chocolate, ocasionalmente se consume también el café, los jugos naturales y batidos.

De igual forma, se presenta la demanda proyectada de los alimentos y bebidas se lo hará de manera mensual. A continuación, el siguiente cuadro:

**Cuadro 10: Demanda proyectada**

<b>CAFETERIA</b>					
<b>Demanda Proyectada en Unidades</b>					
<b>Productos</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Alimentos	70464	71874	73311	74777	76273
Bebidas	71176	72599	74050	75532	77042
<b>Total</b>	<b>141641</b>	<b>144473</b>	<b>147361</b>	<b>150309</b>	<b>153315</b>
$\phi$					

**Elaborado por:** Limones Merejildo Edinson

La demanda de los productos que ofrecerá al público, la cafetería COFFEE YOUNG logrará trabajar cada año, tomando en cuenta las unidades de mayor potencia.

### **3.2.3 Participación de la competencia en el mercado.**

El mercado de la provincia de Santa Elena, es amplio, de tal manera que los productos que se ofrecen en cada negocio tienen diferencias formas de atender al cliente, en el caso de la competencia, en el cantón Santa Elena, existen locales, como restaurantes, panaderías y pastelerías de Colombia, México y Ambato que ofrecen comida rápida o postres con sus respectivas bebidas, posteriormente realice una investigación en una cafetería llamado “Coffee Break El pillareño”; me llamo la atención debido que recientemente se está posicionando en el mercado de igual manera se detalla cada una de las cafeterías que son involucradas en el presente trabajo de investigación:

**Cuadro 11: Participación del mercado**

<b>PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA</b>				
<b>Nombre de Cafeterías</b>	<b>Descripción</b>	<b>Listas de productos</b>	<b>Plan de acción</b>	<b>Dirección</b>
<p><b>Café &amp; Té con Aroma de Mujer.</b></p> 	<p>Pequeño (planta baja) Buen servicio Cómodo y confort, atención personalizada</p>	<p><b>Alimentos:</b> Postre Huevos Sanduche Aperitivos de sal. <b>Bebidas:</b> Café Jugos naturales.</p>	<p><b>Redes Sociales:</b> Facebook Instagram</p>	<p>2 locales La Libertad: Sector 7 esq. AV séptima entre calle 14 y 15 Vía al Colegio Céleri. Salinas: Plaza del sol, Diagonal Supermaxi. Santa Elena – Ecuador</p>
<p><b>Girasol de Van Gogh- Café Libros.</b></p> 	<p>Estilo agradable e innovador, atención de servicio bueno, ambiente cómodo de leer.</p>	<p><b>Alimentos:</b> Postre Wafle <b>Bebidas:</b> Café y derivados de café, Batidos.</p>	<p><b>Redes Sociales:</b> Facebook Instagram <b>Páginas:</b> Web</p>	<p>AV. 12 Calle 27, Barrio 6 de diciembre, La Libertad, Santa Elena, Ecuador.</p>
<p><b>Naturall Coffee</b></p> 	<p>Es Pequeño Un servicio diferente, Sabores lugar agradable, Es un sitio acogedor.</p>	<p><b>Alimento:</b> Aperitivos sencillos de sal, Postre, Hot Dog. <b>Bebidas:</b> Café Helados</p>	<p><b>Redes Sociales:</b> Facebook Instagram <b>Medios:</b> Radio</p>	<p>AV. 9 de octubre, centro Comercial punta del mar, planta baja- La Libertad, Santa Elena- Ecuador.</p>
<p><b>Nativo Cafetería</b></p> 	<p>Es un lugar cómodo. Pequeño local Un servicio adecuado. Buen ambiente.</p>	<p><b>Alimentos:</b> Pizza, Sanduches, Helado <b>Bebidas:</b> Batidos, Te Helado, café postre.</p>	<p><b>Redes Sociales:</b> Facebook Instagram</p>	<p>Barrio San Francisco Av. Séptima entre Av. 13AVA y Av. 14 AVA. La Libertad, Santa Elena, Ecuador.</p>

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

- **Competidores directos**

Dentro del mundo de los negocios hoy en día se encuentran posicionados en la provincia de Santa Elena cafeterías conocidas en La Libertad, Salinas que han llegado a impulsar diferentes tipos de estrategias, con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente, siendo mi competencia directa, de tal manera de que la cafetería Coffee Young , quiere llegar al público siendo una empresa diferenciadora de mi competencia , cabe destacar que siempre estaremos dispuesto a los gustos y preferencia del consumidor , también recalcar que en el cantón Santa Elena son pocas cafeterías que existen en el mercado, como por ejemplo Coffee Break que recién se están posicionando en el mercado logrando metas, por lo tanto la cafetería utilizará herramientas o estrategias de marketing que hagan conocer al público y el deseo de degustar productos innovadores mostrando habilidad y creatividad.

Entre los mayores competidores se puede encontrar en el cantón La Libertad, ya que es el centro atención debido al comercio, Girasol de Van Gogh- Café Libros, Naturall Coffee, Nativo Cafetería, están dedicado a la satisfacción del cliente, brindando diferentes tipos de productos y bebidas, siendo la mayor parte de establecimientos posicionados en este sector a diferencia de Salinas ya que existe una cafetería conocida como Café & Té con Aroma de Mujer llegando al público con su implementación de acción y estrategias.

### **3.2.4 Estudio de mercado**

#### **3.2.4.1 Objetivo del estudio de mercado**

Se plantea los siguientes objetivos de la investigación:

- Determinar las estrategias de comercialización óptima de la cafetería de elaboración y comercialización de comida saludable.
- Establecer el consumo aparente de los productos en el mercado, a través del análisis realizado en la encuesta.
- Decretar el precio que pagaría el cliente en el producto nuevo y servicio adecuado de la cafetería “Coffee Young”.

#### **3.2.4.2 Segmentación de mercado**

La cafetería está destinado a los habitantes del cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, también turistas de otras provincias e internacionales que visitan el cantón que buscan una comodidad, estilos de servicios, productos diferentes y autenticidad, en edades que están entre 18 – 63 años que le agrada desayunar con felicidad , disfrutar de música , y que le guste socializar con todos , donde puedan satisfacer sus necesidades , con un ambiente atractivo e innovador de acuerdo a sus gustos y preferencias , siempre pensando en nuestros clientes primero.

**Cuadro 12: Segmentación del mercado**

Segmentación Geográfica	<b>Provincia (Cantón):</b>	Santa Elena
Segmentación Demográfica	<b>Edad:</b>	18 – 63
	<b>Genero:</b>	Masculino, femenino, GLBTI
	<b>Nivel de ingreso:</b>	Salario Básico \$ 394,00
	<b>Ciclo de vida:</b>	Juventud – Adultez
	<b>Estado civil:</b>	Soltero, casado, divorciado, viudo.
Segmentación Psicográfica	<b>Clase social:</b>	Media – Baja
	<b>Estilo de vida:</b>	Moderno
Segmentación conductual	<b>Beneficios buscados:</b>	Comodidad, calidad, estilo, diferentes modelos, autenticidad
		

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson*

### 3.2.4.3 Análisis de la situación actual del mercado

La situación actual del mercado fue fijado a través de las cinco fuerzas Porter, como excelente evaluación al entorno de la investigación, en el cual nos permitirá definir a la empresa ofrecer un servicio de calidad, con la finalidad de que la cafetería satisfaga las necesidades del cliente en el mercado.

**Cuadro 13: 5 Fuerzas de Porter**

<b>Poder de negociación de los clientes</b>
Trata de analizar las preferencias, gustos del cliente debido al poder de aceptación que tiene hacia este nuevo tipo de servicio, las personas buscan pagar una cantidad considerable siempre y cuando el servicio sea óptimo, los habitantes del cantón Santa Elena se caracterizan por ser cultos, amables y tradicionales a cualquier lugar que vayan; buscan lugares tranquilos, cómodos y seguro que les ofrezca calidad tanto en servicio como en precios, por lo tanto, su poder de negociación es alto.
<b>Poder de negociación de los proveedores</b>
Este análisis está caracterizado debido que en el cantón Santa Elena, existen establecimientos que proporcionan insumos de calidad y aun buen precio, a excepción del café que no se la obtiene en el sector sino de la ciudad de Guayaquil, ya que el café destacado por su calidad y prestigio es el café de Zaruma y el café lojano que significativamente tienen un alto grado de aceptación por parte de las cafeterías, por lo tanto, su poder de negociación es alto.
<b>Amenaza de los nuevos competidores</b>
La amenaza de los nuevos competidores para este tipo de servicios serían las cafeterías tradicionales y no tradicionales motivo por el cual buscan imponer nuevas tendencias en servicios o nuevos extractos de café que marcarían la diferencia de una con otra, de esta forma creara competitividad y un margen de ganancia muy alto. Por lo tanto, la amenaza es alta.

### **Amenaza de productos o servicios sustitutos**

En el cantón Santa Elena cuenta con muchas opciones para preferir, establecimientos que ofrezcan aperitivos y bebidas como lo que ofrece la cafetería, Cabe recalcar que ninguno se enfoca en el buen servicio que se han considerado. Por lo tanto, la amenaza de productos o servicios sustitutos es media.

### **Rivalidad de los competidores actuales**

La barrera que se presenta para este tipo de establecimiento es la existencia de las marcas ya posicionadas en el mercado ubicado en el cantón Santa Elena, las cuales son: Coffee Break el pillareño, Panadería y Pastelería California entre otras , estas cafeterías forman parte del grupo de cafeterías que son visitadas por el cliente y que resaltan por la forma de atención al cliente ya sea por sus productos o servicio, adicional las cafeterías de La Libertad y Salinas que mayormente son visitadas por los turistas locales y nacionales del país, por lo tanto la rivalidad de los competidores es primordialmente media.



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

#### **3.2.4.4 Análisis de los resultados de la Encuesta.**

Se procede a la elaboración de la tabulación de indagación con su respectiva gráfica y análisis de cada ítem:

## 1. Edad

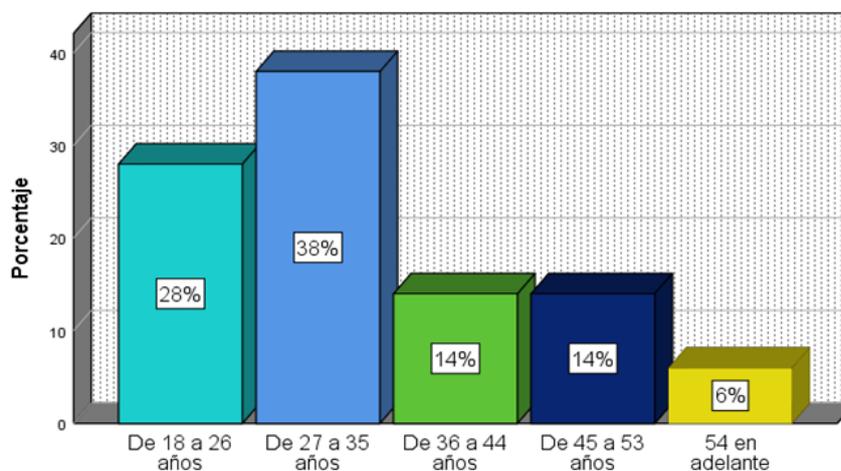
**Tabla 1: Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	De 18 a 26 años	28	28.0	28.0
	De 27 a 35 años	38	38.0	66.0
	De 36 a 44 años	14	14.0	80.0
	De 45 a 53 años	14	14.0	94.0
	54 en Adelante	6	6.0	100.0
	Total	100	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson

**Gráfico 3: Edad**



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

Ante los resultados obtenidos se visualizó que, la mayor parte de la población del cantón Santa Elena encuestada concierne entre 27 a 35 años, con un rango considerable de 18 a 26 años. También una ponderación que entre 36-53 años de edad, y lo demás de la localidad pertenecen entre 54 años de edad en adelante. Cabe destacar que mayor parte de los encuestados fueron, jóvenes, mujeres y hombres que le interesa los productos propuesto en la nueva creación de cafetería.

## 2. Género

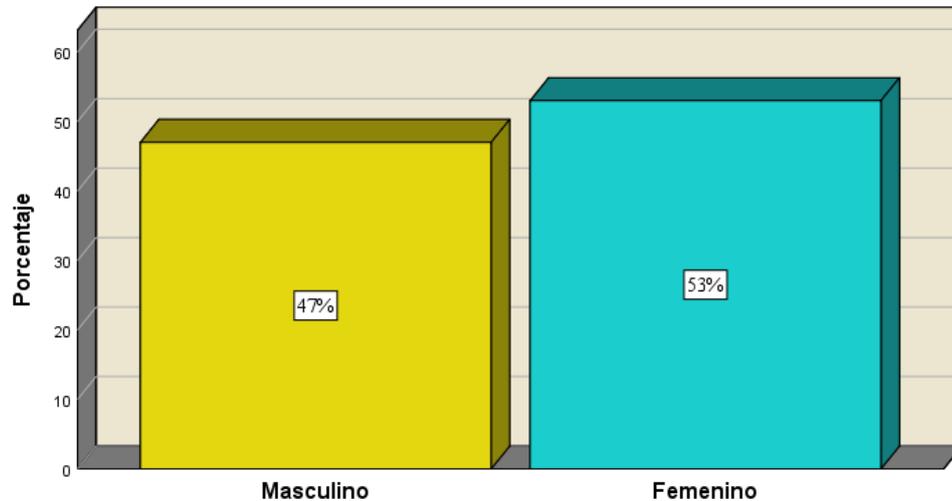
**Tabla 2: Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
2	Masculino	47	47.0	47.0
	Femenino	53	53.0	100.0
	Total	100	100.0	

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

**Gráfico 4: Género**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

De acuerdo a los resultados, se puede observar que la mayoría de la persona del Cantón Santa Elena encuestada corresponde al género femenino con un (53 %), y el género masculino (47%). por lo tanto, las encuestas fueron elaboradas para las personas pertenecientes a la ciudad de Santa Elena.

### 3. Nivel de Instrucción

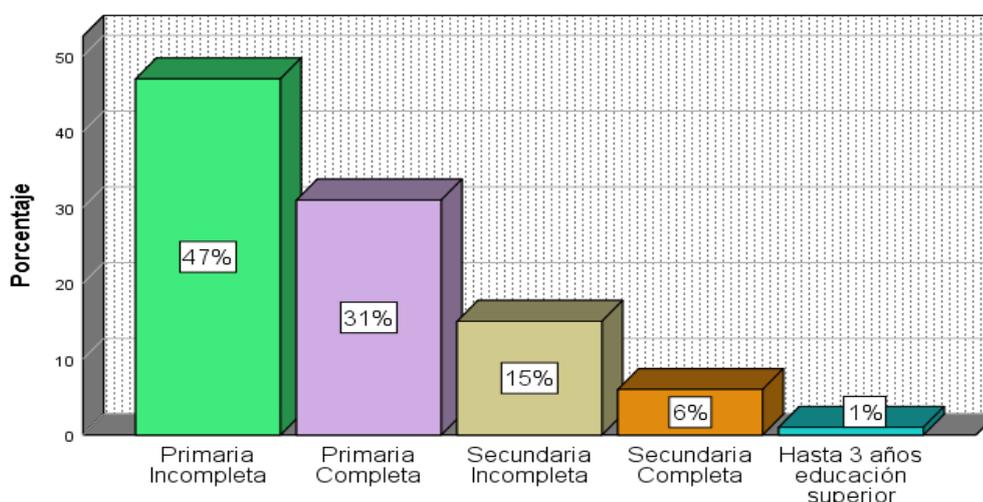
**Tabla 3: Nivel de instrucción**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	Primaria Incompleta	47	47.0
	Primaria Completa	31	31.0
	Secundaria Incompleta	15	15.0
	Secundaria Completa	6	6.0
	Hasta 3 años educación superior	1	1.0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

**Gráfico 5: Nivel de instrucción**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

En el cantón Santa Elena, fueron realizadas las encuestas, a los habitantes donde se identifica, un alto nivel de aceptación, equivalentes a la indagación del trabajo, la mayor parte de las personas fueron primaria incompleta, también personas con educación primaria completa, una parte existieron bachilleres completos e incompletos y con porción baja aquellas que son de 3 años de educación superior.

**4. ¿Le gustaría que exista una nueva cafetería en la cabecera cantonal de Santa Elena?**

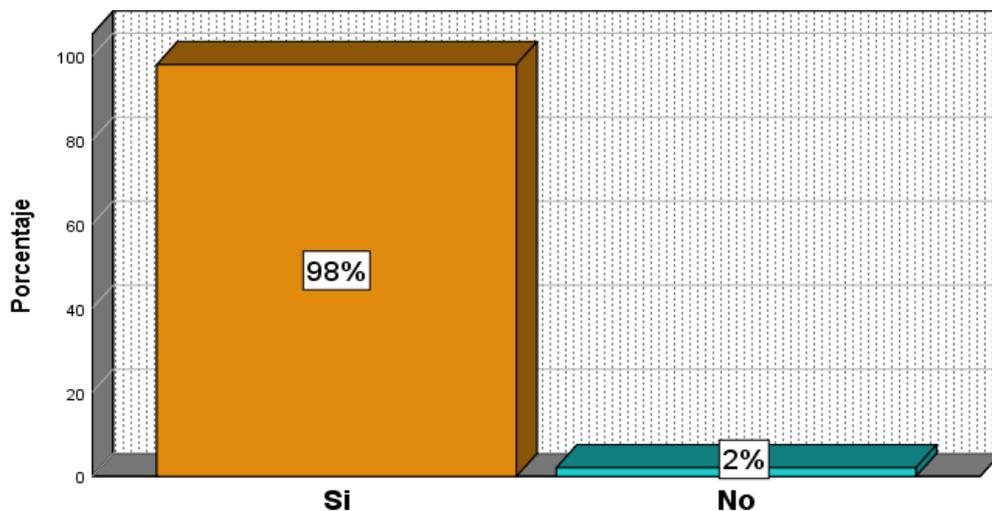
**Tabla 4: Existencia de la cafetería nueva en el cantón Santa Elena**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>4</b>	Si	98	98.0	98.0
	No	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado:** Limones Merejildo Edinson.

**Gráfico 6: Existencia de la cafetería nueva en el cantón Santa Elena**



**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado:** Limones Merejildo Edinson.

De acuerdo con los datos obtenidos, que representa a los encuestados, se observa que la mayoría de las personas que habitan en el cantón Santa Elena, aceptan la creación de la cafetería, por lo tanto, se considera que sería factible el presente proyecto en el sector, con el fin que contribuya al progreso de la colectividad.

**5. ¿Le gustaría a usted adquirir productos de desayuno fácil y saludable en la nueva cafetería?**

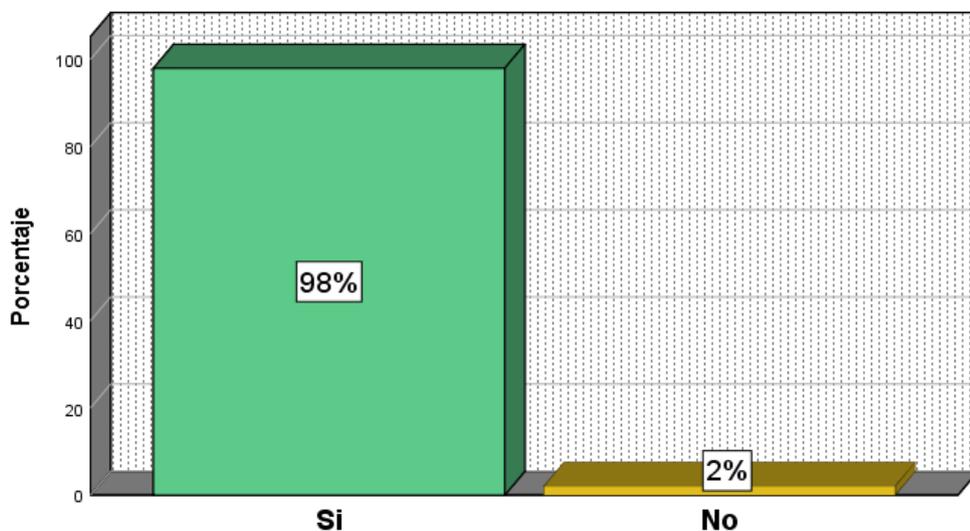
**Tabla 5: Existencia de desayuno fácil y saludable en el sector**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>5</b>	Si	98	98.0	98.0
	No	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	

**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado:** Limones Merejildo Edinson.

**Gráfico 7: Existencia de desayuno fáciles y saludables en el sector**



**Fuente:** Encuesta.

**Elaborado:** Limones Merejildo Edinson.

Los datos alcanzados, se refleja que la mayoría de los encuestados consideran la existencia de los productos de desayuno fáciles y saludables, por lo tanto, al ver un gran porcentaje a favor del 98 %, se considera que sería satisfactorio brindar al cliente estos derivados de productos con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

6. ¿De las siguientes listas de productos alimenticio hecha en la región, seleccione cual preferiría comprar en una cafetería? Puede seleccionar más de una opción.

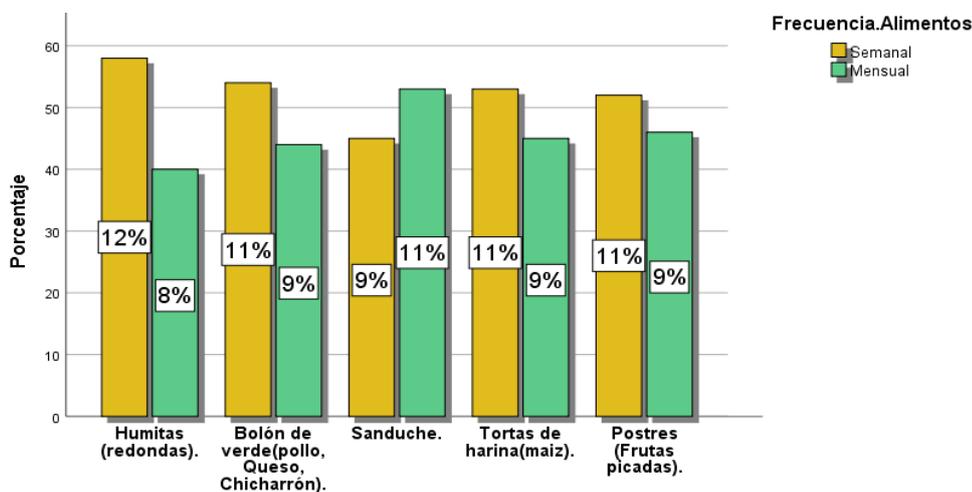
**Tabla 6: Gusto y preferencia-Alimentos**

	Frecuencia Alimentos		Total	
	Semanal	Mensual		
6	Humitas (redondas).	58	40	98
	Bolón de verde (pollo, Queso, Chicharrón).	54	44	98
	Sanduche.	45	53	98
	Tortas de harina (maíz).	53	45	98
	Postres (Frutas picadas).	52	46	98
	<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>228</b>	<b>490</b>

Fuente: Encuesta.

Elaborado: Limones Merejildo Edinson.

**Gráfico 8: Gusto y preferencia-Alimentos**



Fuente: Encuesta.

Elaborado: Limones Merejildo Edinson.

De los resultados de las encuestas, se puede visualizar los gustos y preferencia de cada producto tanto semanal como mensual de consumo de alimentos, en el cual, en el desarrollo de la investigación realizada, los habitantes de la población de Santa Elena optan por consumir semanalmente ya sea en cualquier lugar que prefiera el cliente con el fin de satisfacer sus necesidades.

7. ¿De las siguientes listas de bebidas hecha en la región, seleccione cual preferiría comprar en una cafetería?

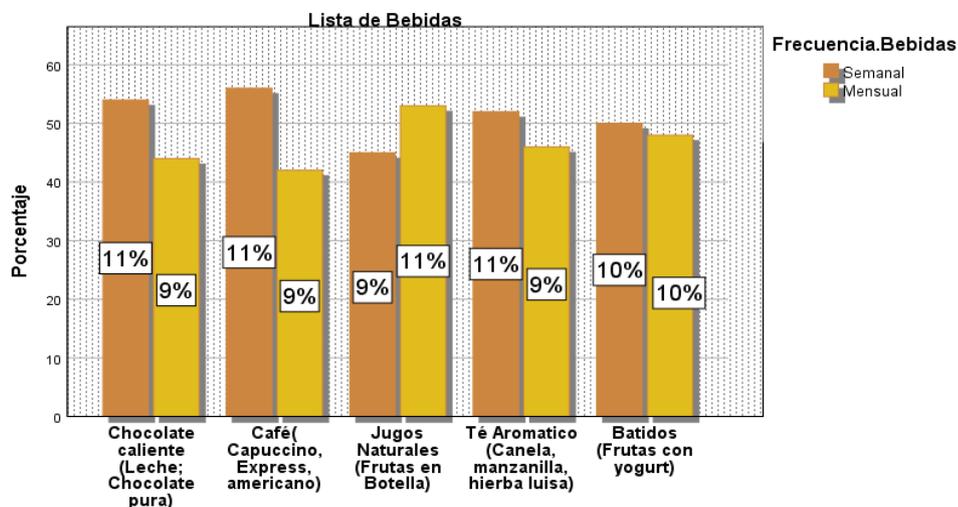
**Tabla 7: Gusto y preferencia-Bebidas**

	Lista de Bebidas	Semanal	Mensual	Total
7	Chocolate caliente (Leche; Chocolate pura)	54	44	98
	Café (Cappuccino, Express, americano)	56	42	98
	Jugos Naturales (Frutas en Botella)	45	53	98
	Té Aromático (Canela, manzanilla, hierba luisa)	52	46	98
	Batidos (Frutas con yogurt)	50	48	98
	<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>233</b>	<b>490</b>

Fuente: Encuesta.

Elaborado: Limones Merejildo Edinson.

**Gráfico 9: Gusto y preferencia-Bebidas**



Fuente: Encuesta.

Elaborado: Limones Merejildo Edinson.

En cuanto a los resultados, se pudo visualizar los gustos y preferencia de cada producto tanto semanal como mensual de consumo de bebidas, en el cual, en el desarrollo de la investigación realizada, los habitantes de la población del cantón Santa Elena optan por consumir semanalmente los productos propuestos en el proyecto, se aprecia que existe una gran oportunidad en el mercado, por ende, la cafetería ofertará estos tipos de productos con el fin de satisfacer sus necesidades.

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de alimentos y bebidas en la nueva cafetería?**

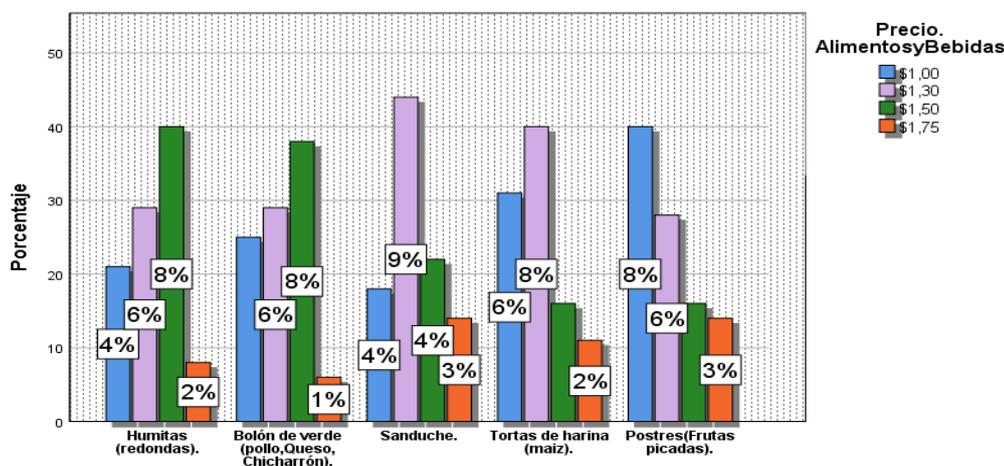
**Tabla 8: Precio Accesibles-Alimentos y bebidas**

	Precios				Total	
	\$1,00	\$1,30	\$1,50	\$1,75		
8	Humitas (redondas).	21	29	40	8	98
	Bolón de verde (pollo, Queso, Chicharrón).	25	29	38	6	98
	Sanduche.	18	44	22	14	98
	Tortas de harina (maíz).	31	40	16	11	98
	Postres (Frutas picadas).	40	28	16	14	98
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>170</b>	<b>132</b>	<b>53</b>	<b>490</b>	

Fuente: Encuesta.

Elaborado: Limones Merejildo Edinson.

**Gráfico 10: Precio Accesibles-Alimentos y bebidas**



Fuente: Encuesta.

Elaborado: Limones Merejildo Edinson.

Según los resultados obtenidos en la encuesta que se realizó a cada persona perteneciente al cantón Santa Elena, se observó que, en su mayoría de los productos tanto alimentos como bebidas elaborado por combos de desayuno, lo definen de esta forma, en cuanto a las humitas y bolón de verde con un 8% prefieren pagar a un \$ 1.50 con su respectiva bebida, el Sanduche y las tortas de maíz de 9% y 8% prefieren pagar a \$ 1.30 y por último los postres a \$ 1.00.

**9. ¿Qué es lo que más le atrae al momento de comprar un producto en una cafetería?**

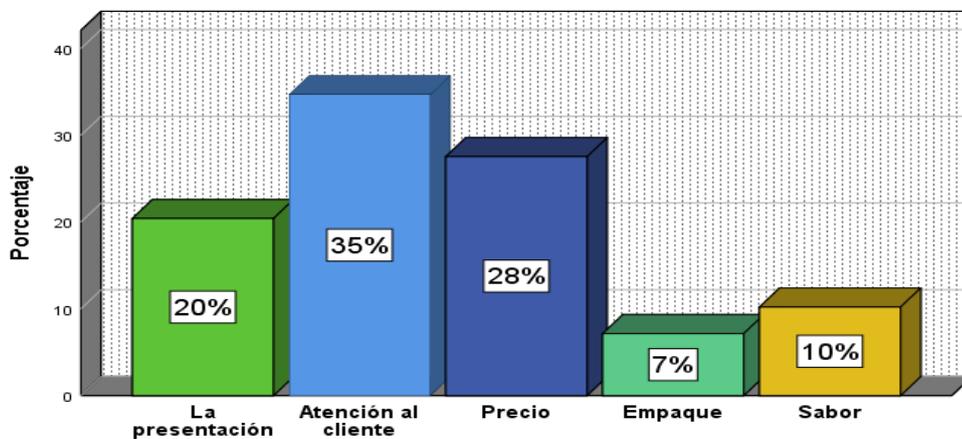
**Tabla 9: Atributos de servicio**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
9	La presentación	20	20.4	20.4
	Atención al cliente	34	34.7	55.1
	Precio	27	27.6	82.7
	Empaque	7	7.1	89.8
	Sabor	10	10.2	100.0
	<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

**Gráfico 11: Atributos de servicio**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

De los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados en el cantón Santa Elena, manifestaron que lo que más le atrae al momento de comprar un producto en una nueva cafetería es la atención al cliente y por medio también es importante el precio debido existe una gran demanda en cuanto a productos elevados y una atención al cliente inadecuado. De tal manera se pretende ofertar al mercado productos de calidad, con un servicio adecuado, con precios considerables para que de esta manera satisfagan las necesidades futuras.

**10 ¿Es importante que la cafetería de elaboración y comercialización de comida saludable este ubicada en una zona céntrica del cantón Santa Elena?**

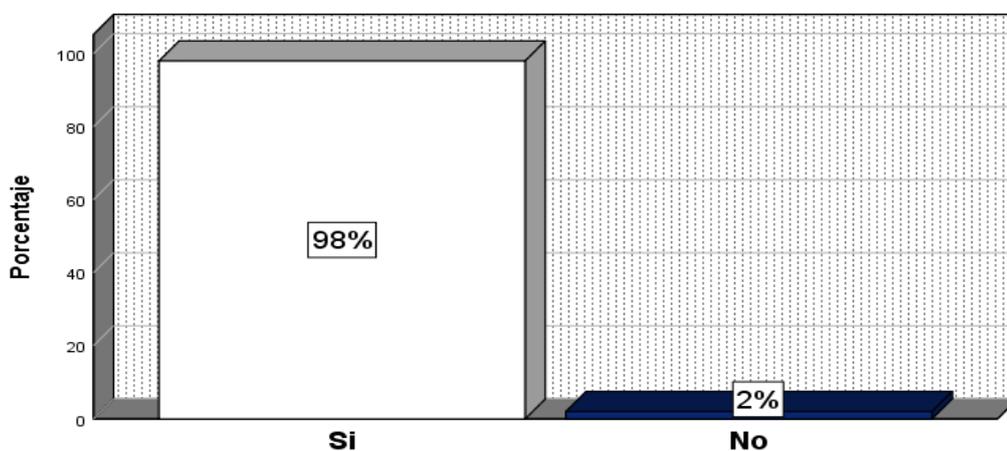
**Tabla 10: Ubicación de la cafetería**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>10</b>	Si	98	98.0	98.0
	No	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

**Gráfico 12: Ubicación de la cafetería**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

De acuerdo a los instrumentos realizados, se manifiesta que la mayoría de las personas encuestadas, estarían dispuestos a acudir a la cafetería en una zona céntrica del cantón, debido que en el lugar hay mayor atracción por parte de los turistas locales, nacionales y extranjeros, ya que es un sector comercial todo el tiempo.

**11. ¿Considera usted qué la nueva cafetería debe ofrecer los siguientes tipos de servicios complementario?**

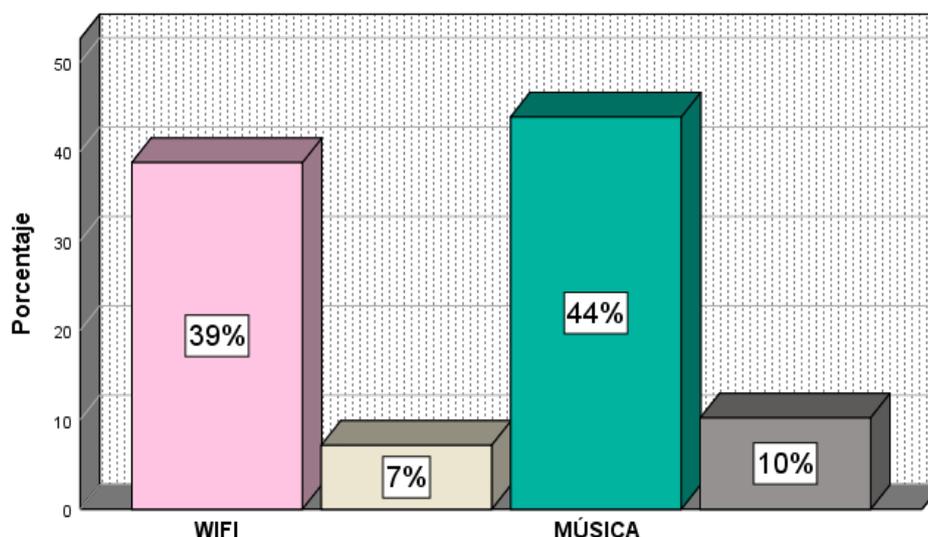
**Tabla 11: Servicios complementarios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
11	WIFI	38	38.8	38.8
	AIRE ACONDICIONADO	7	7.1	45.9
	MÚSICA	43	43.9	89.8
	TELEVISIÓN CON CABLE	10	10.2	100.0
	<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

**Gráfico 13: Servicios complementarios**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

Según los resultados obtenidos en la encuesta, en su mayoría prefieren los servicios de música y el servicio de internet, ya que las personas se sienten a gusto poder recibir otros recursos propuesto por la empresa, en este caso se brindará un servicio a la comunidad aceptable al lugar; no obstante, se tomará en cuenta los otros servicios para el proyecto planteado.

**12. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre los productos alimenticios?**

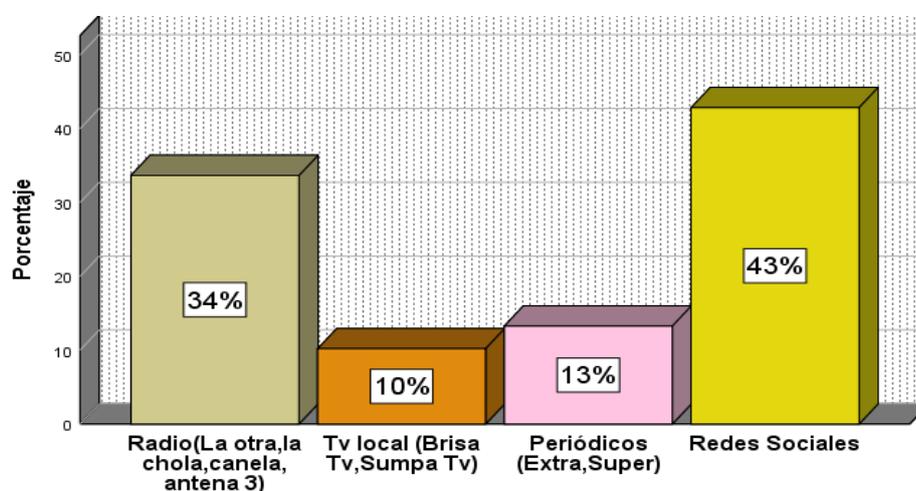
**Tabla 12: Medios de comunicación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Radio (La otra, la chola, canela, antena 3)	33	33.7	33.7
Tv local (Brisa Tv, Sumpa Tv)	10	10.2	43.9
Periódicos (Extra, Súper)	13	13.3	57.1
Redes Sociales	42	42.9	<b>100.0</b>
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100.0</b>	

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

**Gráfico 14: Medios de comunicación**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

De los resultados se muestra que la mayoría de las personas encuestadas en el Cantón Santa Elena, consideran que los medios de comunicación que más frecuente llamaría la atención por parte de los clientes potenciales; será las redes sociales, también la radio de información es necesario utilizar estas herramientas en la cafetería, ya que será preciso recibir publicidad por este medio. Pero se considera por parte de la audiencia utilizar mayormente las redes sociales ya que son un medio de comunicación de bajo costo y que dará mayor iniciativa.

**13. ¿Considera usted que al crearse la cafetería contribuirá a la satisfacción del cliente y a una alimentación sana en el cantón Santa Elena?**

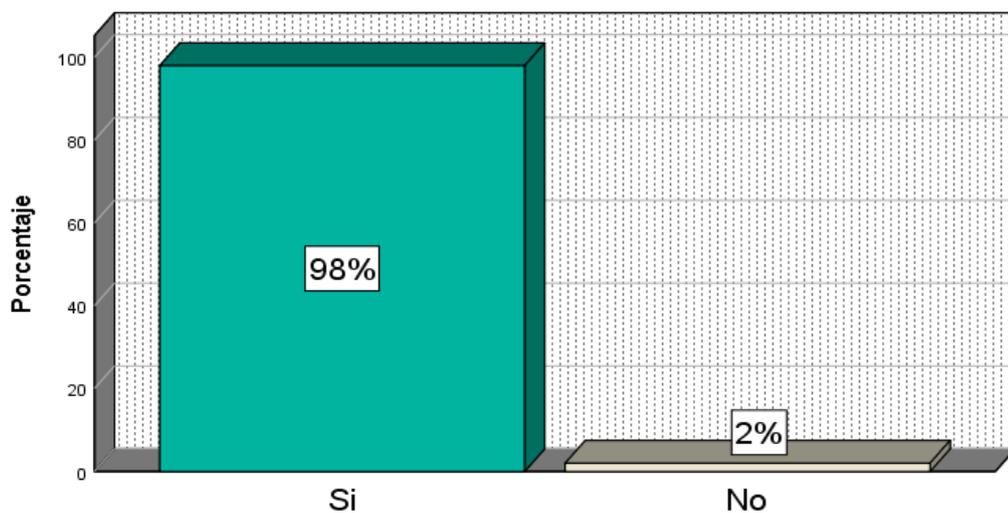
**Tabla 13: Creación de la cafetería satisface al cliente**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
<b>13</b>	Si	98	98.0	98.0
	No	2	2.0	100.0
	Total	100	100.0	

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

**Gráfico 15: Creación de la cafetería satisface al cliente**



*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado: Limones Merejildo Edinson.*

De acuerdo a los resultados obtenidos, se refleja que la mayoría de las personas consideran con un (98%) que al crearse la cafetería contribuirá a la satisfacción del cliente, permitiendo desarrollar las estrategias establecidas con una elaboración sana y productiva, por lo tanto, se cree que las mayorías de las personas asistirán a la cafetería.

### **3.2.5 Marketing mix**

Al tratar sobre el marketing mix, nos menciona las diversas formas de uso de los medios y recursos para comercializar productos en este caso el alimento y bebidas propuestos, en el cual tomaremos el tipo de estrategia más tradicional como son, tarjeta de presentación, publicidad por internet, radio y televisión.

No obstante, cabe mencionar que una estrategia de comercialización efectiva son las redes sociales puesto que está comprobado que la gran mayoría de personas se informa sobre este medio, mediante una fuente de investigación de mercado se evidenció que el 50 % de los clientes señalaron que era más probable ser la atención del público.

Cabe destacar que dentro de las estrategias de comercialización influye el plan de marketing mix en el cual está inmerso el diseño, precio, plaza, promoción y publicidad.

- **Producto**

Los productos que ofrece COFFEE YOUNG, a los clientes son exclusivamente alimentos nutritivos y bebidas elaborados en casa, pero de una forma innovador(figuras geométricas), es importante mencionar que para poder brindar un buen servicio de cafetería, su presentación debe ser impecable; el desayuno también debe tener un sabor exquisito acompañado con su bebida es decir por combos, que beneficien a la salud; sin embargo, otro aspecto importante es la ambientación del local del cual debe ser de una forma temática natural, con tonos

cálidos y acogedores; debe ser exclusivo no tanto en los altos precios sino más bien en el trato y la comunicación entre el propietario y el cliente. El objetivo fundamental es proponer un servicio diferente a lo que brinda las demás cafeterías, donde no solo se va a tomar un café sino también a crear un entorno social con los demás clientes.

**Cuadro 14: Productos a la venta-Cafetería COFFEE YOUNG**

<b>Alimentos Nutritivos</b>			
			
Humitas	Bolón de verde	Tortillas de harina	Sanduches
<b>Bebidas</b>			
			
Chocolate Caliente	Café	Té Aromático	Batidos
<b>Productos (Proveedores)</b>			
			
Jugos Naturales		Frutas picadas (Postres)	
φ			

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson

## Marca

## Logotipo

El logotipo de la cafetería tendrá la siguiente forma:

### Ilustración 2: Marca de la Cafetería



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

El nombre “COFFEE YOUNG” se orientó en el concepto que tiene esta tendencia de recrear un ambiente de hogar y de tranquilidad para disfrutar una taza de café acompañado con un desayuno ágil y sencillo. Inspirado también al origen de esta modalidad de cafetería, en donde la ambientación es similar al estado de un hogar familiar, de amigos y de parejas.

La empresa como marca, tiene la intención de utilizar el color Café, debido que simboliza la existencia del plan de negocio, también como se puede observar, existen dos personas en el hogar con una con taza de café y con la mano impulsando con el dedo hacia arriba que personifica que le gusta la propuesta.

## Descripción de la marca

### Colores

La teoría de los colores presentado por diferentes autores será para darle mayor concepción a la cafetería COFFEE YOUNG, se realiza la siguiente descripción:

- ϕ **Café:** el color café significa resistencia, la defensa, la confianza, la permanencia y satisfacción.
- ϕ **Negro:** representa la elegancia, la magia, objetividad.
- ϕ **Blanco:** expresa la paz, el bien, el espíritu, la integridad, la honradez, la buena higiene y pureza.

### Eslogan

**Eslogan de la empresa COFFEE YOUNG.**

**COMO EN CASA**

**Elaborado por:** Limones Merejildo Edinson

El eslogan “Como en Casa” expresa el hogar, sitio, o lugar donde uno se siente a gusto, disfrutando de un momento inolvidable, donde se pasa tranquilo y alegre compartiendo con la familia, amigos y parejas es decir nuestros clientes son la parte importante de una cafetería donde van a satisfacer sus necesidades preferencias y gustos de un desayuno agradable acompañado de un café o bebida que el prefiera.

## **Tipografía**

La fuente elegida para las letras de la marca y el eslogan se llama **Alegreya Sans SC-Bold**, una fuente nueva, que mayormente las cafeterías se manejan, letras dinámicas con una precisión clara y que se puede visualizar en cualquier parte de la ubicación del negocio.

## **Empaque**

El empaque de los productos que se ofrezcan dentro de la cafetería serán los utensilios como tasa y platos de cerámica, vaso de cristal, Cucharas. Sin embargo, considerando que muchas veces las personas no cuentan con el tiempo suficiente para sentarse a disfrutar de nuestros productos en nuestro local, se contara con el servicio para llevar. Por ello es necesario que la cafetería cuente con envases desechables educados para los productos que no vayan a ser consumidos dentro de las instalaciones.

A continuación, se muestra el diseño de los empaques para los productos que se pidan para llevar:

## Cuadro 15: Empaques

### EMPAQUES



Vaso plástico para bebidas frías.



Vaso térmico para bebidas caliente.



Envase plástico redondo



Envase plástico Cajita de alimentos y funda.



Vaso térmico para servir.



Plato térmico cuadrado

φ

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

La empresa COFFEE YOUNG el empaque es una parte principal de nuestros productos porque protege y preserva el producto terminado permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final. Se basará en un empaque primario de plástico de protección para llevar respectivamente también para servir.

## Uniforme

La implementación de un uniforme (Camisa tipo polo) con el logo distintivo de la organización tiene la finalidad de brindar posicionamiento a la empresa, con el uso de la misma imagen corporativa a la organización, además de generar reconocimiento de parte de los clientes.

- **Hombres**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Mujeres**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Gorra**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson*

## **Plaza**

La plaza es un lugar físico o área geográfica en donde se va a distribuir, promocionar y vender ciertos productos, la cafetería estará ubicado en la calle sucre y 18 de agosto por el parque central Vicente Rocafuerte, diagonal a la municipalidad de Santa Elena en el cantón Santa Elena, por ser un lugar estratégico, ya que en este sector es una zona empresarial donde los empresarios, trabajadores, familias, jóvenes y demás personas transita por esta calle, les gusta disfrutar de un buen lugar para deleitarse de una taza de café también es un punto turístico y comercial.

Por esto el canal de distribución que siguen los productos de COFFEE YOUNG se detalla de la siguiente manera:

### **Ilustración 3: Distribución-Servicio de la cafetería COFFEE YOUNG**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Productor.** – Esta simbolizado por nuestra cafetería puesto que nos encargamos de llevar el producto terminado a las manos del consumidor.

**Consumidor final.** – Representa a toda persona que acceden al servicio que ofrece Coffee Young y degustan de los productos del menú, es decir, son quienes adquieren nuestros productos.

### **Precio**

Los precios de la cafetería “COFFEE YOUNG”, acerca de los productos que se ofrecerán están sujeto a los factores como:

- El precio que comprende en la elaboración de un determinado producto.
- Estudio de los costes de los competidores, los precios ofertados por la competencia.
- La presentación en combos determinando la fijación de precio.
- La encuesta aplicada en el sector, también se tomará en cuenta el análisis del mercado.

### **φ Fijación de precio**

La cafetería “Coffee Young” en cuanto a la fijación de precio están siendo enfocados a los costos de elaboración que se requiere para dichos productos, considerando la mano de obra y la materia prima que se requiere para abastecer al consumidor. A continuación, se detallan los productos que ofrecerá en la empresa:

## Cuadro 16: Fijación de precios

### *Fijación de precio*

<b>Chocolate caliente (Combo 1)</b>	
Humitas	1.50
Bolón de verde	1.50
Sanduches	1.30
Tortilla de harina	1.30
$\varnothing$	
<b>Café, americano, cappuccino, express (Combo 2)</b>	
Humitas	1.50
Bolón de verde	1.50
Sanduches	1.25
Tortilla de harina	1.25
$\varnothing$	
<b>Té Aromático (Combo 3)</b>	
Humitas	1.50
Bolón de verde	1.50
Sanduches	1.30
Tortillas de harina	1.25
<b>Batidos</b>	
Frutas	1.00
$\varnothing$	
<b>Fijación de precios con proveedores</b>	
Jugos Naturales (Botella)	0.60
Frutas Picadas (Postre)	0.60
$\varnothing$	

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

Se considera los jugos naturales la colaboración por parte de los proveedores y las frutas se consideran en el mercado local.

## **Promoción y publicidad**

### **Publicidad**

Para poder lograr el éxito del proyecto. Se realizará publicidad a la cafetería “Coffee Young”, donde la microempresa ha considerado contar con los siguientes

canales de comercialización que son las redes sociales, Fan Page-Facebook, Instagram y WhatsApp que son una herramienta útil en la actualidad etc.

Cabe enfatizar que la publicidad para dar a conocer la cafetería al público se realizará, en base a los resultados obtenidos en la investigación de mercados. Por tal razón, se ha determinado que la publicidad se transmitirá por los siguientes medios de comunicación:

➤ **Facebook**

Se estableció la página Fan Page -Facebook, ya que mayormente es una página empresarial, nos ayudara interactuar con el cliente por medio de la publicidad que se esté ofertando en la cafetería.

➤ **Instagram**

Se creó la página de Instagram, con el fin de que las personas puedan observar los diferentes productos de alimentos y bebidas y puedan conocer cada información que se esté ofertando en la cafetería.

➤ **WhatsApp**

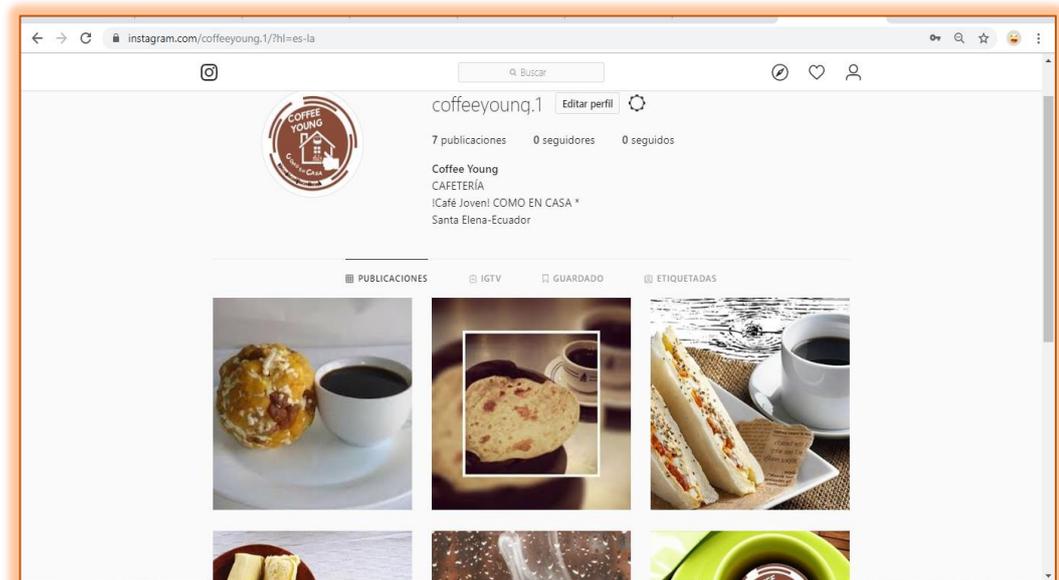
Finalmente, se instauró la cuenta de WhatsApp, para brindar la atención al cliente sobre cualquier situación que requiere ya sea de trabajo, ofertas, publicidad, promociones, ubicación etc.

#### Ilustración 4: Fan page de Facebook -Cafetería COFFEE YOUNG



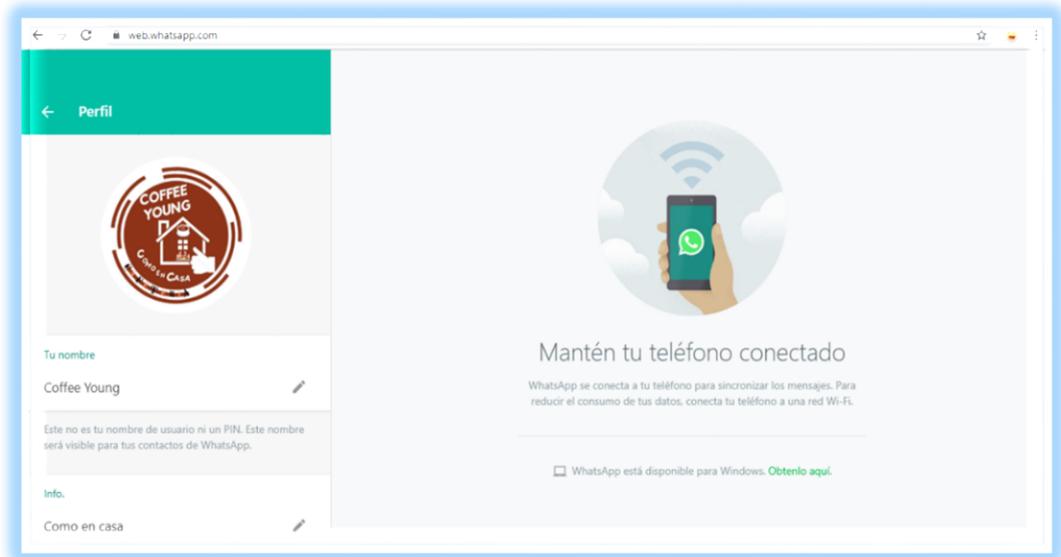
*Fuente: Facebook.  
Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

#### Ilustración 5: Página de Instagram -Cafetería COFFEE YOUNG



*Fuente: Instagram.  
Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

## Ilustración 6: Cuenta de WhatsApp -Cafetería COFFEE YOUNG



*Fuente: WhatsApp.*

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

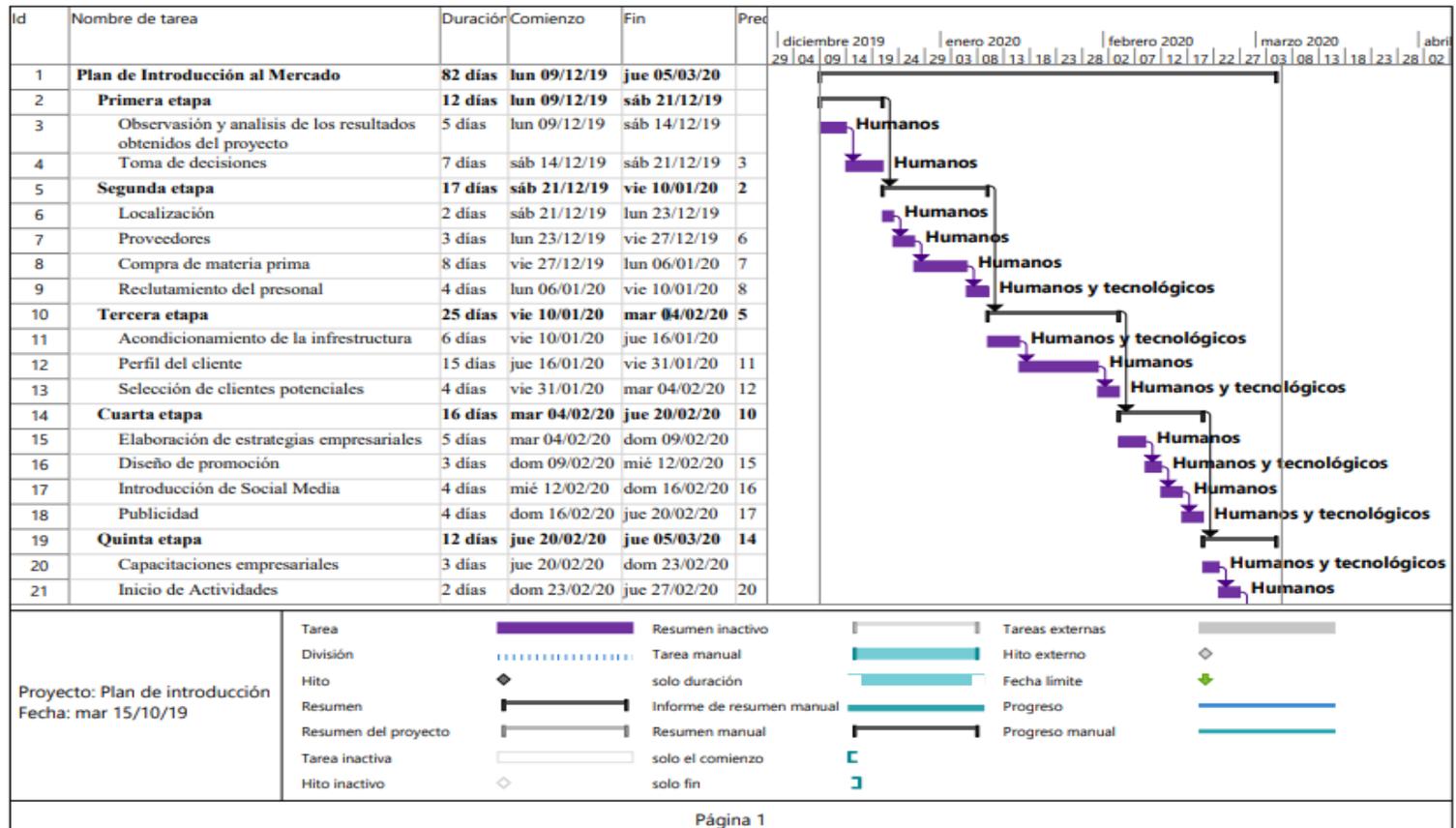
### Promociones

La cafetería “COFFEE YOUNG” al ser un negocio nuevo en el cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, se utilizará estrategias de promoción cuyo objetivo es introducir poco a poco la marca del negocio. Entre los cuales se encuentra:

- Se obsequiará a los cumpleaños un postre o bebidas a su preferencia, mostrando su cedula de identidad que confirme su fecha de cumpleaños.
- Por un consumo mayor de \$10 en la cafetería se obsequiará un aperitivo para llevar a su hogar.
- Martes “de café”: Consiste por la compra de 4 bebidas de nuestro menú la 5 bebida es gratis.
- Viernes “de precio”: Mas que promoción es un fin de semana de música o eventos de rebaja de precios.

### 3.2.6 Plan de introducción al mercado

Ilustración 7: Plan de Introducción al mercado



Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Limones Merejildo Edinson

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Pred	Gantt chart timeline																											
						diciembre 2019	enero 2020	febrero 2020	marzo 2020	abril																							
22	Atracción de clientes potenciales	3 días	jue 27/02/20	dom 01/03/20	21	[Gantt bar for task 22]																											
23	Control y seguimiento de resultados del proyecto	2 días	dom 01/03/20	mar 03/03/20	22	[Gantt bar for task 23]																											
24	Feedback	2 días	mar 03/03/20	jue 05/03/20	23	[Gantt bar for task 24]																											

Proyecto: Plan de introducción Fecha: mar 15/10/19	Tarea		Resumen inactivo		Tareas externas	
	División		Tarea manual		Hito externo	
	Hito		solo duración		Fecha limite	
	Resumen		Informe de resumen manual		Progreso	
	Resumen del proyecto		Resumen manual		Progreso manual	
	Tarea inactiva		solo el comienzo			
	Hito inactivo		solo fin			

Página 2

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Limones Merejildo Edinson

### **3.3 Proceso de producción**

#### **3.3.1 Objetivo del área de producción**

- Asegurar la calidad en todo el proceso para que el producto terminado llegue al cliente en condiciones adecuadas.
- Precisar los insumos necesarios para la operación de la cafetería y verificar si el proveedor de los productos hace la entrega en el local.
- Restringir la mano de obra experta, los servicios necesarios y productos a ofrecer.

#### **3.3.2 Descripción del proceso de servicio**

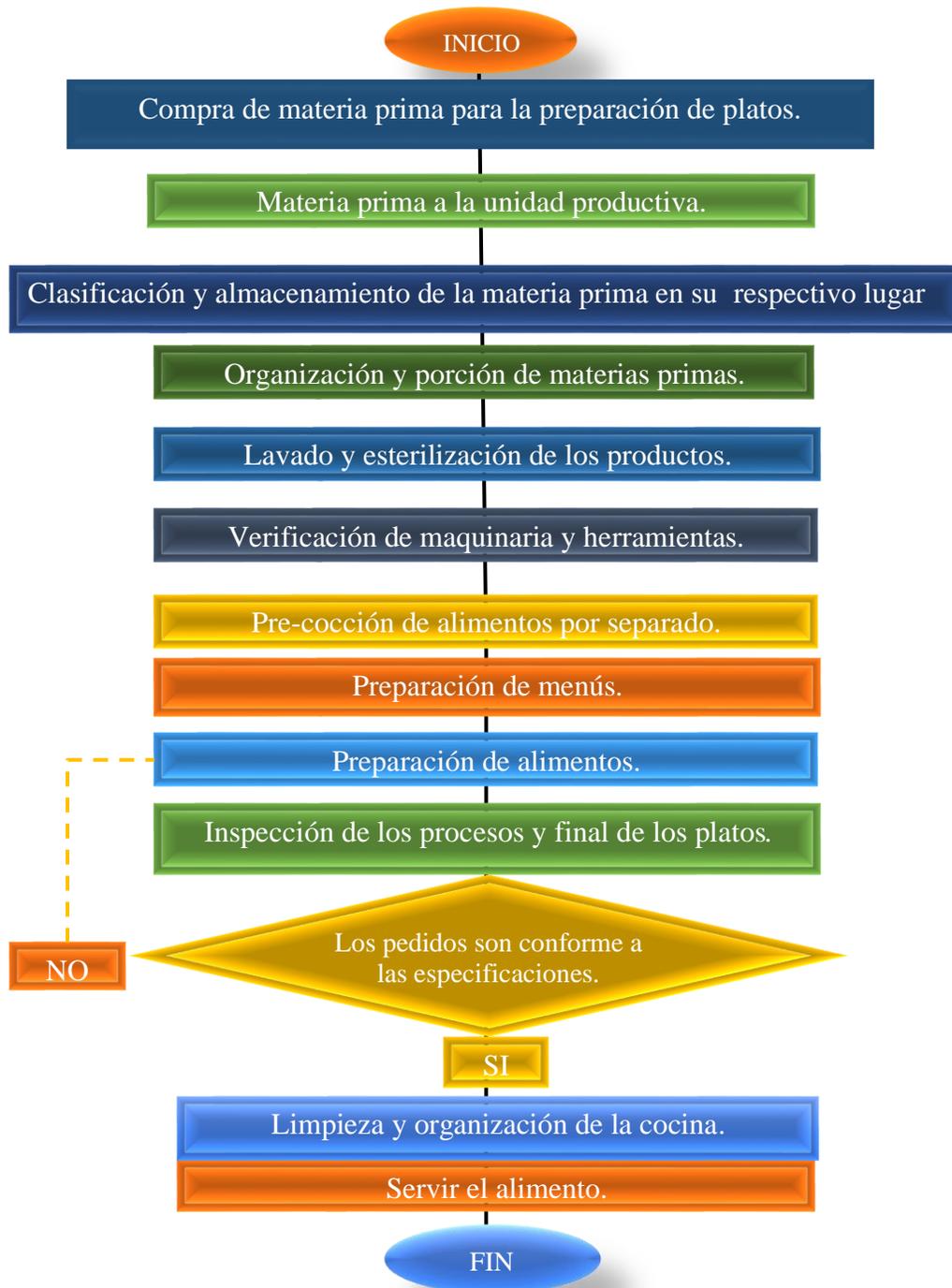
La cafetería Coffee Young es un negocio eficiente y eficaz que busca brindar una atención al cliente de una forma adecuada, ofreciendo productos de calidad, por lo tanto, se indicará detalladamente lo siguiente:

- Abastecimiento de la materia prima.
- Dar paso a la apertura del local e Ingreso del personal a la cafetería.
- Se encenderá los equipos necesarios como la máquina de preparación de café, sistema de audio, televisor, aire acondicionado.
- Se realiza el aseo del local; Dar paso al ingreso del cliente.
- Personal capacitado para atender y brindar un buen servicio.

- Ofrecer la presentación del producto en combos para degustar adicional sus bebidas.
- Mesero toma el pedido, se retira y luego entrega el pedido que requiere y Finalmente se retira cordialmente y procede a realizar la respectiva limpieza de la mesa.

### **3.3.3 Diagrama de flujo -Producción**

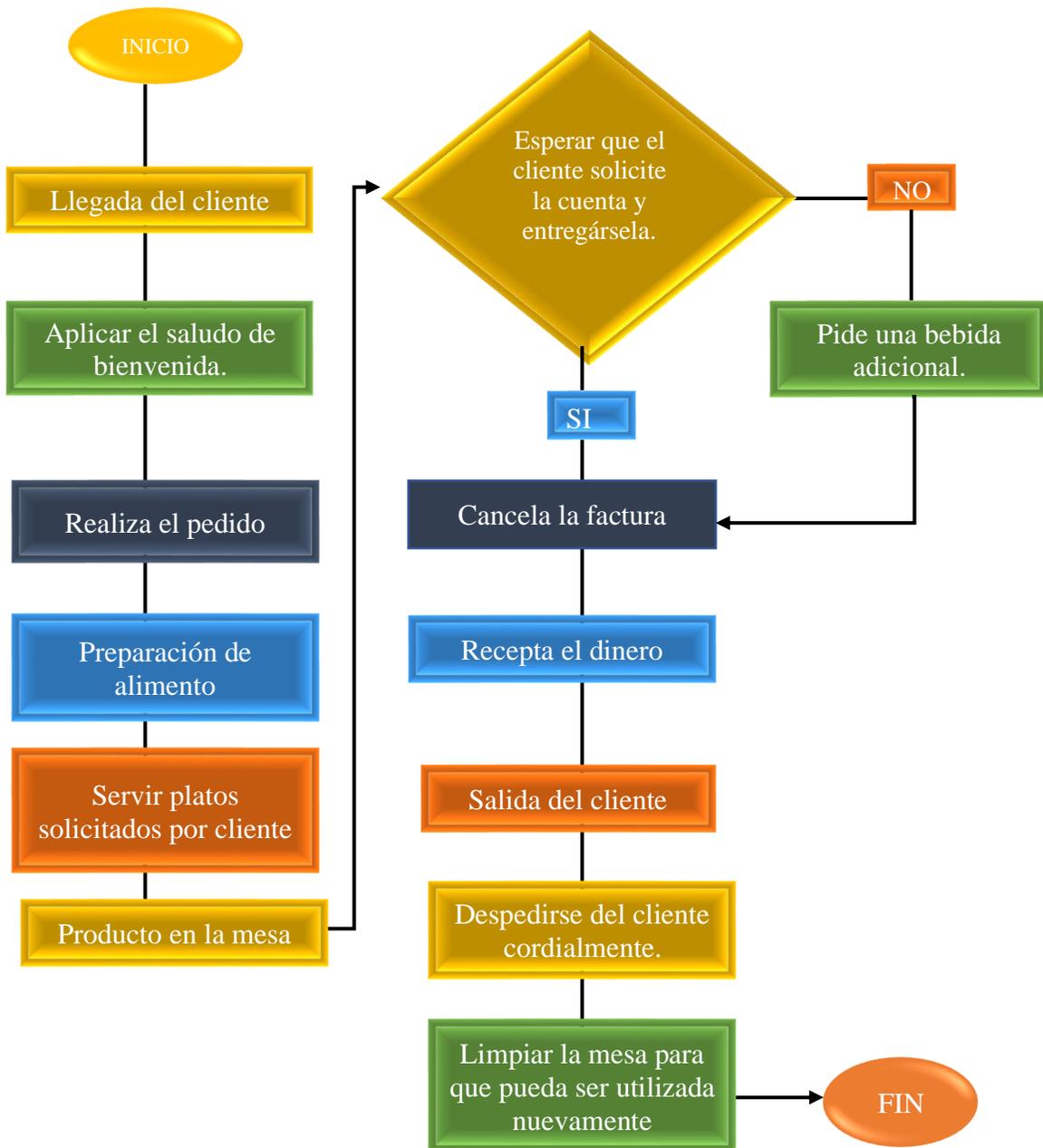
#### **Ilustración 8: Diagrama de flujo de producción de materia prima**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.3.4 Diagrama de Flujo de comercialización

Ilustración 9: Diagrama de Flujo de servicio



Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

### 3.3.5 Necesidades de materia prima

**Cuadro 17: Materia prima-Cafetería COFFEE YOUNG**

<b>CAFETERIA</b>		
<b>Alimentos</b>		
<b>Productos</b>	<b>Ingredientes</b>	<b>Gramos/Unidad</b>
<b>Humitas</b>	Maíz, Mantequilla, Queso, Azúcar, Sal, Leche	1ud, 5g,1g,0.5g,0.04g,2g
<b>Bolón de verde</b>	Verde, Aceite, Queso, cebolla blanca, Chicharrón, Sal	1ud, 5g,0.5g,3g,5g,0.05g.
<b>Sanduches</b>	Pan, Queso, Jamón, Lechuga, Mayonesa	1ud,1ud,1ud,1ud,5g.
<b>Tortilla de harina</b>	Harina, Sal, polvo de hornear, Aceite	100g,2g,3g,6g
<b>☺</b>		
<b>Bebidas</b>		
<b>Chocolate caliente</b>	Chocolate, Azúcar, Canela	5g,5g,1g
<b>Café</b>	Café, Azúcar, Leche.	1ud,1ud,1ud.
<b>Té Aromático (Bolsita)</b>	Te Hierba luisa, canela, manzanilla etc.	1ud,1ud,1ud
<b>Batidos</b>	Frutas, Azúcar, Hielo, Yogurt natural, Leche.	10g,10g,0.5g,100g,2g
<b>☺</b>		
<b>Proveedores</b>		
<b>Jugos Naturales (Deli, sunní)</b>	Botella(almacén)	250ml
<b>Frutas picadas (Postres)</b>	Frutas (Porción)	250 ml(200g)
<b>☺</b>		

*Fuente: Encuesta.*

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson,*

- **Presupuesto de Producción Total**

**Cuadro 18: Presupuesto de producción total**

<b>PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN TOTAL</b>					
<b>Período</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Humitas	19058	19064	19446	19835	20231
Bolón de Verde	18150	18157	18520	18891	19268
Sanduche	17151	17159	17502	17852	18209
Tortillas	17514	17522	17872	18229	18594
Chocolate	18513	18520	18891	19268	19654
Café	17968	17975	18335	18701	19075
Té aromático	18513	18520	18891	19268	19654
Batido	17605	17612	17964	18323	18690
<b>Total</b>	<b>144473</b>	<b>144529</b>	<b>147421</b>	<b>150367</b>	<b>153375</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Presupuesto de Producción Diaria**

**Cuadro 19: Presupuesto de producción diaria**

<b>PRODUCCIÓN DIARIA</b>					
<b>Período</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Humitas	79	79	81	83	84
Bolón de Verde	76	76	77	79	80
Sanduche	71	71	73	74	76
Tortillas	73	73	74	76	77
Chocolate	77	77	79	80	82
Café	75	75	76	78	79
Té aromático	77	77	79	80	82
Batido	73	73	75	76	78
<b>Total</b>	<b>601</b>	<b>601</b>	<b>614</b>	<b>626</b>	<b>638</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Presupuesto de Producción por Hora**

**Cuadro 20: Presupuesto de producción por hora**

<b>PRODUCCIÓN HORA</b>					
<b>Período</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Humitas	10	10	10	10	11
Bolón de Verde	10	10	10	10	10
Sanduche	9	9	9	9	10
Tortillas	9	9	9	10	10
Chocolate	10	10	10	10	10
Café	9	9	10	10	10
Té aromático	10	10	10	10	10
Batido	9	9	9	10	10
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>77</b>	<b>79</b>	<b>81</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.3.6 Identificación de proveedores

**Cuadro 21: Identificación de proveedores**

Productos	Proveedor	Calidad
Jugos Naturales, Frutas, Licuadora, Sanduchera.	Tía S. A- Santa Elena	ALTO
Refrigerador, Congelador, Aire acondicionado, Multifuncional, cocina etc.	Marcimex S. A-La Libertad	ALTO
Las frutas, panes, Queso, Verde, Maíz.	Mercado Santa Elena	ALTO
Canela, leche, Te Aromático en sobre	Gran Aki-La Libertad	ALTO
Caja Registradora	Artefacta S.A-Santa Elena	ALTO
Cafetera-Exhibidor	Maincoffee S.A-Guayaquil	ALTO
Utensilio de cocina	Ferrisariato- La Libertad	ALTO
$\phi$		

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

### 3.3.7. Equipo a utilizar y características

**Cuadro 22: Equipo a utilizar**

Equipo	Característica
<b>Equipo de producción y Servicio</b>	
<b>Licuadora Oster</b> 	Esta práctica licuadora, me permitirá, hacer las bebidas más heladas con su revolucionario cuchilla que tritura el hielo.
<b>Cafetera</b> 	Una cafetera me servirá para preparar los diferentes tipos de café, como bebida caliente, son eléctricas y tiene un depósito que se calienta.

<b>Molino Tradicional para granos corona</b>		<p>Un Molino es ideal para producir una molienda fina de todo tipo de granos y frutos secos como maíz, maní, coco, café</p>
<b>Cocina a gas Mabe</b>		<p>Me permite la colocación de diferentes tipos de envases, cobertura perfecta brindando una mayor durabilidad de los recipientes de cocción.</p>
<b>Tanque de gas</b>		<p>Son una solución muy eficiente para los hogares y comercios, brinda muchos beneficios a una vida rutinaria.</p>
<b>Microondas</b>		<p>Una microonda me servirá para cocinar alimentos, funciona mediante la generación de ondas de radio de alta frecuencia.</p>
<b>Balanza eléctrica</b>		<p>Me sirve para calcular el peso de un elemento ya sea un producto u objeto de diferentes métodos es instantánea.</p>
<b>Refrigeradora Mabe</b>		<p>La refrigeradora es un aparato que se usa mucho en un negocio es para la conservación de los diferentes productos en alimentos perecederos, es baja en temperatura.</p>
<b>Extractor de jugos Oster</b>		<p>Me ayudará con facilidad, realizar jugos, debido a que es una tecnología patentizada de autolimpieza.</p>
<b>Aire acondicionado Split Inverter Electrolux</b>		<p>Los equipos de aire acondicionado son un sistema de aire que deja en la ambientación del local, puede climatizar todo el momento.</p>



Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

Equipo	Característica
<b>Muebles y Equipo</b>	
<p><b>Escritorio General</b></p> 	<p>Estará ubicado en el área administrativo, me sirve para estar frecuentemente en el entorno del trabajo.</p>
<p><b>Silla para computadora</b></p> 	<p>Sera también parte del área administrativo, el uso de estar cómodo y elegante y prestigio.</p>
<p><b>Sala Lounge, Puffs, cafetería sofá.</b></p> 	<p>Se utilizará en el área de venta, donde se brindará el servicio y atención a los clientes de una forma cómoda.</p>
<p><b>Juegos de mesa y silla</b></p> 	<p>Se instalará en el área de venta, donde tiene la opción de degustar de productos en la cafetería. Placentero para conversar con la familia, amigos etc.</p>
<p><b>Mesón Inoxidable</b></p> 	<p>Se instalará en el área de producción donde se elaborará los diferentes productos aperitivos.</p>

φ

Equipo de oficina	
<b>Archivador aéreo pequeño</b> 	<p>Me sirve para guardar diferentes archivos de trabajos, registros, hojas etc.</p>
<b>Caja Registradora</b> 	<p>En el área de3 venta, los colaboradores le permitirán calcular y registrar de una forma agile e incluye un cajón para guardar el efectivo.</p>
φ	

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

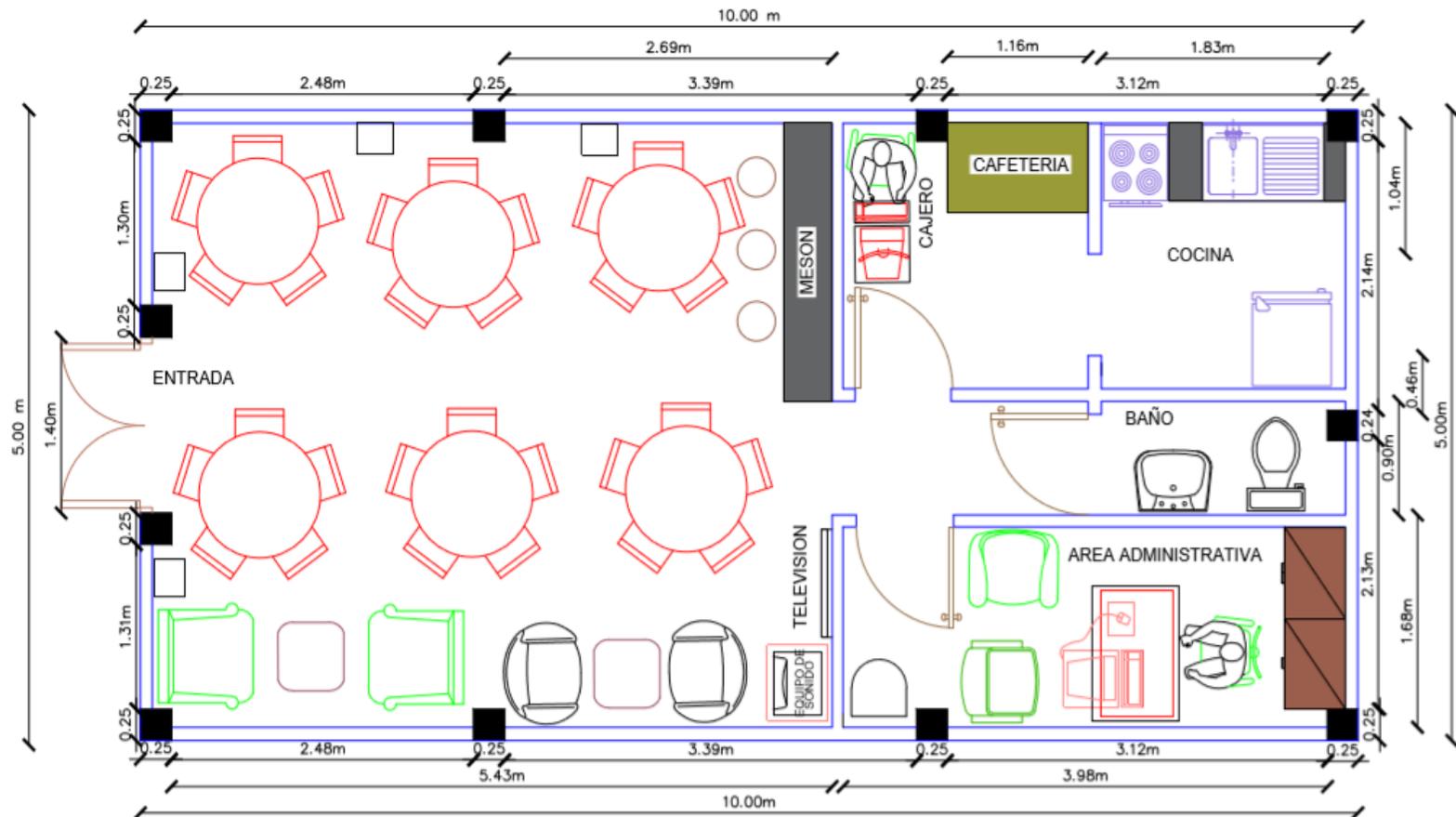
Equipo	Característica
Equipo de Computación	
<b>Laptop</b> 	<p>Me sirve para desarrollar cualquier tipo información y también será de uso personal.</p>
<b>Multifuncional</b> 	<p>Es un dispositivo que posee, Impresora, escáner, fotocopidora para cualquier urgencia.</p>
<b>Sistema de audio</b> 	<p>Estará ubicado en el área de venta donde los clientes puedan, escuchar música a su gusto.</p>
φ	

<b>Menaje de cocina</b>	
Juegos de cuchillo Oster 14 piezas	Para la atención del cliente, el menaje de cocina me permitirá ofrecer una solución integral de una amplia gama de productos para las necesidades que se requiera en la cafetería ya sea una bebida y aperitivos.
Vajilla de porcelana 20 piezas.	
Plato para postre Cuadrado	
Envases biodegradables	
Vasos impresos para bebidas frías	
Taza de forma de corazón.	
Taza para té	
Frasco de vidrio 4000 ml	
Juegos cubiertos 24 piezas	
Cucharon Inoxidable	
Tabla de picar	
Set de mesa (Azucarero, salero, servilletero)	
Sartén industrial	
<b>Suministro de limpieza</b>	
Toallas, Jabón, Papel Higiénico.	Los productos de limpieza en la cafetería, es un papel esencial en la vida ya que nos ayuda a mantener el local limpio brindando un ambiente sano para él cliente.
Desinfectante para piso clean (1000 ml)	
Limpia vidrios con Spray Ambiental liquido Mundo clean (Galón)	
Guantes lavavajillas de silicona	
Esponja lavaplatos	
Fundas plasticas Industrial	
Basurero plástico, ecológico.	

*Fuente: Investigación Directa*  
*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.3.7 Diseño y distribución de la planta y oficina

Ilustración 10: Diseño y distribución de la planta



Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

### 3.4 Organización

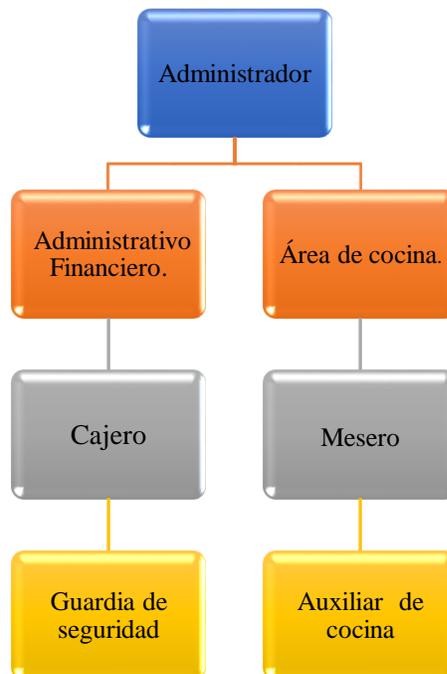
#### 3.4.1 Objetivo del área de la organización

- φ Determinar la estructura organizacional de la empresa, que identifique el perfil de los colaboradores y los cargos establecidos por el área administrativo.

#### 3.4.2 Organigrama Estructural

El organigrama de la cafetería COFFEE YOUNG estará establecido jerárquicamente en el cual indica las áreas o departamentos con los que contará la microempresa a continuación:

**Ilustración 11: Organigrama**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.4.3 Manual de funciones

El capital humano requiere de un recurso importante en la operación de la microempresa, es necesario identificar el tipo de personal que necesita la cafetería a continuación:

**Cuadro 23: Manual de funciones-Administrativo**

<b>MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>ÁREA:</b> Administrativa
	<b>DEPENDENCIA:</b> Administrador
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Administrar, gestionar y controlar todas las actividades que se desarrollan dentro del servicio que ofrece la cafetería Coffee Young.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Delegar funciones a los colaboradores para las actividades de la cafetería.</li> <li>* Manejo de problemas en el área.</li> <li>* Supervisar el cumplimiento de los productos y servicios.</li> <li>* Tomar decisiones adecuadas para el bienestar del trabajador.</li> <li>* Controlar el horario de ingreso y salida del personal.</li> <li>* Cancelar mensual de la remuneración del personal.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA LABORALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Compromiso</li> <li>* Trabajo en equipo</li> <li>* Empatía y motivación</li> <li>* Comunicación y liderazgo</li> <li>* Adaptabilidad</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Contar con Educación superior en, Administración de empresas licenciatura o ingeniería. Conocimiento básico de inglés.	Experiencia mínima de cinco años en cargos similares. Edad: 25 a 30 años Masculino y/o Femenino

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Cuadro 24: Manual de funciones-Auxiliar Administrativo-Financiero**

<b>MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>ÁREA:</b> Administrativa
	<b>DEPENDENCIA:</b> Auxiliar administrativo-Financiero
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar actividades administrativas de archivo, control y registrar las transacciones de la cafetería siendo persona de confianza y de seguridad social.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ausencia del administrador, permita al auxiliar administrativo financiero atender de manera ágil, amable y eficaz a las actividades dentro del entorno.</li> <li>* Buscar soluciones a los eventos presentados o llamar al gerente de la empresa para la aprobación.</li> <li>* . Atender todas aquellas personas que necesiten de información.</li> <li>* Mantener el local seguro.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA LABORALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Orientación al servicio.</li> <li>* Eficiente y eficaz.</li> <li>* Colaborador.</li> <li>* Trabajo en equipo.</li> <li>* Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad.</li> <li>* Comunicación.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Contar con Educación superior en Administración de empresas licenciatura o ingeniería.	Experiencia mínima cuatro en oficios similares.
Conocimiento básico de inglés. Y computación básica.	Edad: 25 a 35 años Masculino y/o Femenino

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson,*

**Cuadro 25: Manual de funciones-Cajero**

<b>MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<p><b>ÁREA:</b> Administrativa</p> <p><b>DEPENDENCIA:</b> Cajero</p>
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Recibir y controlar dinero, producto de venta de alimentos y bebidas en la cafetería a fin de lograr ingresos.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar diariamente cierres de las ventas de alimentos.</li> <li>* Manejar el registro y control de los movimientos de la caja de cafetería.</li> <li>* Preparar informe diario de la caja.</li> <li>* Recibir el pago, dar el cambio en caso de ser necesario.</li> <li>* Mantener el orden en su lugar de trabajo.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA LABORALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Eficiente y eficaz</li> <li>* Colaborador/a</li> <li>* Responsable</li> <li>* Buena actitud</li> <li>* Comunicación</li> <li>* Experiencia</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
<p>Contar con Educación superior en contabilidad, experiencia en manejar cajas registradoras.</p>	<p>Experiencia mínima cuatro años Edad: 22 a 30 años Femenino</p>
	

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Cuadro 26: Manual de funciones-Mesero**

<b>MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>ÁREA:</b> Personal de servicio-operario
	<b>DEPENDENCIA:</b> Mesero
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Servir la mejor atención, cordial amable y ágil, a los clientes y proporcionar información sobre los aperitivos y bebidas de la cafetería.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Dar la bienvenida a los clientes.</li> <li>* Sugerir al cliente productos a consumir e informar sobre las promociones.</li> <li>* Llevar los platillos a la mesa.</li> <li>* Ser cordial.</li> <li>* Mantener el orden en su lugar de trabajo.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA LABORALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Trabajo bajo presión</li> <li>* Agilidad y disciplina</li> <li>* Buena actitud</li> <li>* Responsable</li> <li>* Comunicación</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Contar con Ser Bachiller, Disponibilidad de tiempo. Conocimientos básicos de gastronomía.	Experiencia mínima 1 año en experiencia laboral. Edad: 20 a 28 años. Hombre o Mujer

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson*

**Cuadro 27: Manual de funciones-Cocinero**

<b>MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>ÁREA:</b> Producción-operario
	<b>DEPENDENCIA:</b> Cocinero
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Preparar aperitivos y bebidas, elegir productos de elaboración y comercialización, controlar materia prima de calidad, y proporcionar la mejor imagen de la empresa ante los consumidores.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Preparar y decorar las bebidas y aperitivos.</li> <li>* Mantener el aseo y cuidado de los diferentes productos.</li> <li>* Verificar la materia prima por parte de los proveedores.</li> <li>* Realizar un informe sobre la cantidad de materia prima.</li> <li>* Asignar tarea al auxiliar de cocina.</li> <li>* Elaborar los postres.</li> <li>* Ser cordial.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA LABORALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Trabajo bajo presión.</li> <li>* Agilidad.</li> <li>* Capaz de delegar funciones.</li> <li>* Responsable.</li> <li>* Atención al cliente.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Contar con Ser Bachiller, Disponibilidad de tiempo. Experiencia en gastronomía.	Experiencia mínima 1 o 2 año en experiencia laboral. Edad: 25 a 45 años. Hombre o Mujer
	

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Cuadro 28: Manual de funciones-Auxiliar de cocina**

<b>MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>ÁREA:</b> Producción-operario
	<b>DEPENDENCIA:</b> Auxiliar de cocina
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Se encarga de ser el apoyo del cocinero en la elaboración y comercialización de los alimentos y bebidas en la cafetería Coffee Young.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Apoyar al cocinero en las tareas que se requiere y luego llevar el orden al mesero.</li> <li>* Mantener limpia su área de trabajo.</li> <li>* Verificar la materia prima por parte de los proveedores.</li> <li>* Administrar los utensilios y materias primas.</li> <li>* Comprobar la fecha de vencimiento de los productos en general.</li> <li>* Tener en buen estado los productos y preparar las bebidas bajo las normas de calidad.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA LABORALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Atención al cliente.</li> <li>* Trabajo bajo presión.</li> <li>* Trabajo en equipo.</li> <li>* Buena actitud.</li> <li>* Responsable</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Contar con Ser Bachiller, Disponibilidad de tiempo. Experiencia básica en gastronomía y computación básica.	Experiencia mínima 1 año en experiencia laboral. Edad: 22 a 30 años. Masculino o Femenino.

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Cuadro 29: Manual de funciones-Guardia de seguridad**

<b>MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<p><b>ÁREA:</b> Personal de Servicio</p> <p><b>DEPENDENCIA:</b> Guardia de Seguridad</p>
<b>OBJETIVO DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ejercer protección de los recursos y bienestar a las personas, preservar el orden en el local, cuidar los bienes del mismo, a los clientes y pertenecías.</li> </ul>	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESPECIFICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Asegurar Bienestar.</li> <li>* Resolver Problemas.</li> <li>* Hacer Cumplir normativas.</li> <li>* Mantener el local seguro.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIA LABORALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Responsable</li> <li>* Eficiente</li> <li>* Colaborador</li> <li>* Adaptabilidad.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
<p>Contar con Educación Secundaria, o con experiencia militar.</p>	<p>Experiencia mínima Ser Bachiller. Edad: 25 a 40 años Masculino</p>

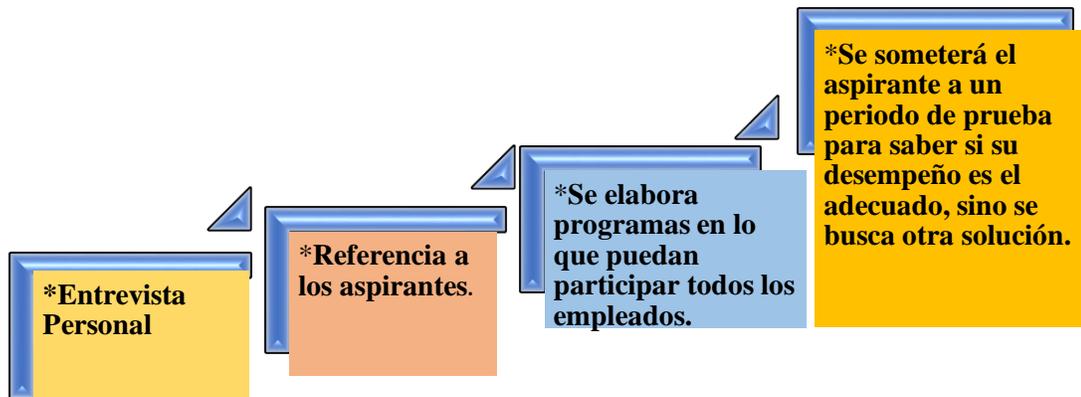
*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.4.4 Desarrollo de personal

Para el desarrollo de personal se determinará la capacitación a todos los niveles de selección que constituye la microempresa COFFEE YOUNG en este caso se evaluará la calidad de servicio y la atención al cliente, es uno de los mejores cambios para los trabajadores y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

Se establecerá los siguientes instrumentos para el proceso de selección:

**Ilustración 12: Proceso desarrollo del personal**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.4.5 Políticas de contratación

#### Perfiles y puestos de trabajo

- Los candidatos para algún puesto de trabajo deberán presentar Curriculum Vitae en la oficina de la cafetería Coffee Young.
- Tener como mínimo uno (1) o dos (2) referencias de trabajos anteriores que permitan confirmar si es óptimo el puesto de trabajo.
- Para poder ocupar un puesto de trabajo debe tener: Habilidad, conocimiento y honestidad.

#### Contrato

#### La cafetería Coffee Young hará contratación de tipo:

- **Contratos Fijos:** Se refiere a contratos en los cuales el trabajador presta sus servicios todos los días laborables de lunes a viernes, con los periodos establecidos por la ley y la parte, para satisfacer las necesidades del negocio.

#### Horario de oficina:

- \* De lunes a viernes, el horario de oficina es de 9:00 am a 13:00 pm y de 14:30 pm a 22:00.

### **Irregularidades en el ambiente de trabajo:**

Si el personal cumple con una de estas irregularidades en horas de trabajo o dentro de la cafetería, este será sancionado o expulsado definitivamente.

- φ Daño material a la cafetería.
- φ Mal uso del uniforme del trabajo.
- φ Acoso sexual.
- φ Uso de alcohol y drogas
- φ Uso de cigarrillo.

### **3.4.6 Marco legal de la organización**

La creación de la cafetería COFFEE YOUNG de elaboración y comercialización de comida saludable debe estar avalado por las leyes que se rigen en el país, uno de ello es el máximo organismo de legislación de la constitución. De la misma manera, resulta necesario reiterar que la empresa que se busque constituir debe ofrecer y producir productos o servicios de calidad.

De acuerdo a las condiciones legales vigentes, se formará la nueva cafetería COFFEE YOUNG como una compañía de *responsabilidad limitada*, cuyas características principales son:

- La compañía de responsabilidad limitada requiere un mínimo de tres personas.
- La compañía puede realizar toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones permitidas por la ley.
- Por efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.
- El capital de la compañía está formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a lo establecido por la superintendencia de compañías.

### **Proceso para obtención de registro de la empresa**

- **Escoger el nombre de la empresa:** el trámite se realiza en la superintendencia de compañía para reservar el nombre del negocio determinado.
- **La escritura:** este trámite debe estar por la constitución de la compañía, debe ser redactado por un abogado y luego presentar en la superintendencia de compañía.
- **La escritura pública:** se debe anexar 3 copias con el oficio del abogado y aprobación para realizar pago de derechos en la notaria.
- **Publicación en periódico o diario:** la superintendencia de compañía establece designar representante legal de la empresa, para la resolución y ser publicado.
- **Permisos Municipales:** se determina el permiso de funcionamiento de la patente municipal del domicilio, dirección, copia de cedula, y votación, adicional el permiso del cuerpo de bombero.

## **Permiso del cuerpo de bombero del Cantón Santa Elena**

Para obtener el permiso de funcionamiento que otorga el cuerpo de bombero del cantón Santa Elena se debe adjuntar los siguientes requisitos:

- Copia de cedula de identidad
- Permiso municipal de uso de suelo
- Factura de compra, extintor.
- Recibir el orden de pago anual
- Inspección

## **Proceso para obtener patente municipal.**

Para obtener los permisos municipales se necesita la patente municipal, a continuación, se presenta lo siguiente:

- Solicitud o presentación para la patente municipal.
- Copia de cedula de identidad.
- Formulario de declaración de la patente municipal.
- Copia del contrato de arrendamiento local y predio urbano.
- Planilla de servicio básico y cuerpo de bombero (Copia).
- Ruc.

**Permiso de la dirección de Higiene Municipal:**

Este documento se obtiene en el hospital de “La Libertad” por consiguiente se requiere los siguientes requisitos:

- Copia de cedula de identidad.
- Papeleta de votación.
- (Ruc)Registro único de contribuyente.
- Carnet de salud ocupacional por empleado.

**Permiso de funcionamiento del Ministerio de salud pública:** Este trámite se obtiene en la dirección Provincial de Santa Elena, se debe presentar los requisitos que a continuación se mencionara:

- 1) Registro único de contribuyente (Ruc)
- 2) Copia de cedula de identidad o documento equivalente al propietario legal del establecimiento.
- 3) Copia de papeleta de votación.
- 4) Carnet de salud ocupacional por colaboradores.
- 5) Permiso de la dirección de Higiene Municipal del cantón La Libertad.

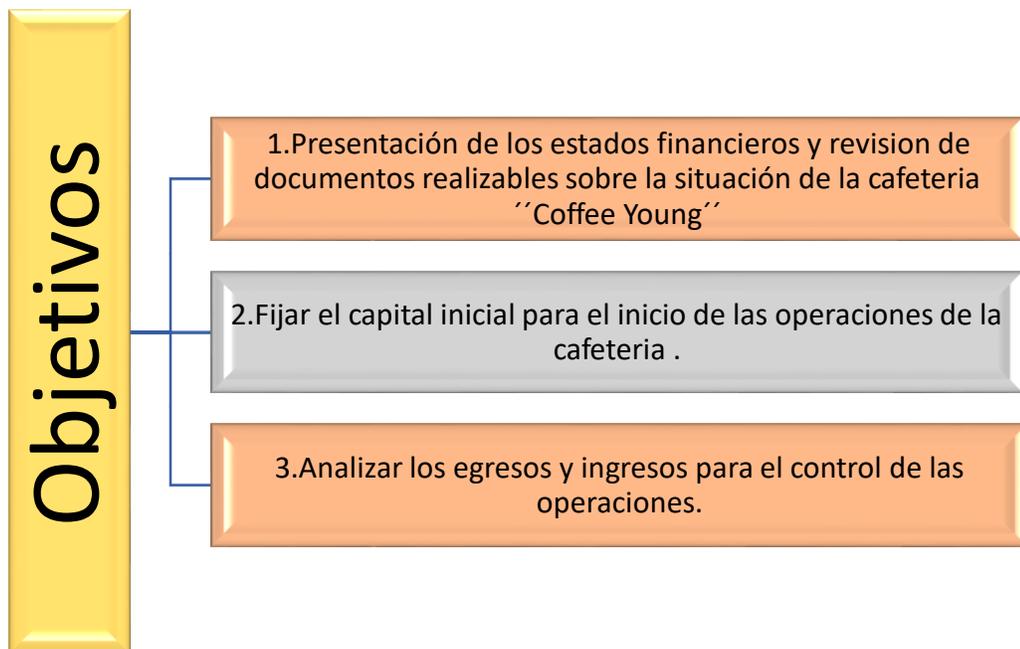
### 3.5 Finanzas

#### 3.5.1 Objetivo general del área de Finanzas

Para la creación de la cafetería COFFEE YOUNG es importante proporcionar información de hechos económicos y financieros de forma ordenada y sistemática, sobre el buen funcionamiento de la microempresa en relación a sus metas y objetivos trazados para una acertada toma de decisiones.

#### 3.5.2 Objetivos específicos

**Ilustración 13: Objetivos específicos**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.5.3 Inversión en activos fijos

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas inversiones que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de entrega del producto y servicio, incluyen el mobiliario y equipos, los cuales serán adquiridos en el mercado a fabricantes o empresas importadoras.

- **Equipo de producción y Servicios**

Son activos fijos adquiridos por la cafetería, los cuales tienen un valor total de \$2.112,00; son los que conforman los bienes de instalación de la planta de producción para su debido funcionamiento.

**Tabla 14: Equipo de producción y Servicios**

Descripción	Cantidad	Unidad	V.Unit (\$)	Parcial (\$)	Subtotal (\$)
<b>Equipos de Producción y Servicio</b>					<b>\$ 2.112,00</b>
licuadora Oster	1	Unidad	\$ 69.00	\$ 69.00	
Cafetera	1	Unidad	\$ 52.00	\$ 52.00	
Molino Tradicional Para Granos Corona Fácil Manejo	1	Unidad	\$ 28.00	\$ 28.00	
Cocina a gas Mabe	1	Unidad	\$ 365.00	\$ 365.00	
Tanque de gas	1	Unidad	\$ 55.00	\$ 55.00	
Microondas	1	Unidad	\$ 155.00	\$ 155.00	
Balanza Eléctrica	1	Unidad	\$ 74.00	\$ 74.00	
Refrigeradora Mabe	1	Unidad	\$ 645.00	\$ 645.00	
Extractor de jugos Oster	1	Unidad	\$ 144.00	\$ 144.00	
Aire acondicionado Split Inverter Electro lux LG VM122C6	1	Unidad	\$ 525.00	\$ 525.00	
				<b>Total (\$)</b>	<b>\$ 2.112,00</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Menaje de cocina**

Son aquellos accesorios de cocina que se utilizará en la cafetería, los cuales tendrá un valor total de \$ 613.70.

**Tabla 15: Menaje de cocina**

Descripción	Cantidad	Unidad	V. Unitario (\$)	Parcial (\$)	Subtotal (\$)
<b>Menaje de cocina</b>					<b>\$ 613.70</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Muebles y Equipos.**

Son aquellos bienes para la adecuación de la cafetería, los cuales tendrá un valor fijo de \$2.118,00.

**Tabla 16: Muebles y equipos**

Descripción	Cantidad	Unidad	V. Unitario (\$)	Parcial (\$)	Subtotal (\$)
<b>Muebles y Equipos</b>					<b>\$ 2.118,00</b>
Escritorio General	1	Unidad	\$ 325.00	\$ 325.00	
Silla para computadora	1	Unidad	\$ 100.00	\$ 100.00	
Salas lounge, Puffs	1	Unidad	\$ 275.00	\$ 275.00	
Juegos de mesa y sillas	8	Unidad	\$ 115.00	\$ 920.00	
Mesón inoxidable	1	Unidad	\$ 498.00	\$ 498.00	
<b>TOTAL (\$)</b>					<b>\$ 2.118,00</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Equipo de oficina**

Son aquellos enseres de oficinas que serán utilizados en el área de venta y administración con un valor de \$1.120,00.

**Tabla 17: Equipos de oficina**

Descripción	Cantidad	Unidad	V. Unitario (\$)	Parcial (\$)	Subtotal (\$)
<b>Equipos de Oficina</b>					<b>\$ 1.120,00</b>
Archivador aéreo pequeño	2	Unidad	\$ 100.00	\$ 200.00	
Caja registradora	1	Unidad	\$ 920.00	\$ 920.00	
<b>TOTAL (\$)</b>					<b>\$ 1.120,00</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Equipo de computación**

Son los equipos que se utilizarán para la puesta en marcha de la cafetería los cuales tendrán un costo de \$1.291,00.

**Tabla 18: Equipos de computación**

Descripción	Cantidad	Unidad	V. Unitario (\$)	Parcial (\$)	Subtotal (\$)
<b>Equipos de Computación</b>					<b>\$ 1.291,00</b>
Laptop	1	Unidad	\$ 896.00	\$ 896.00	
Multifuncional	1	Unidad	\$ 295.00	\$ 95.00	
Sistema de audio	1	Unidad	\$ 300.00	\$ 300.00	
<b>TOTAL (\$)</b>					<b>\$ 1.291,00</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- Depreciación de activos fijos

**Tabla 19: Depreciación de Activos Fijos**

DEPRECIACIÓN POR AÑOS ACTIVOS FIJOS						
DETALLE	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Equipos de Producción y servicio	\$ 380.16	\$ 380.16	\$ 380.16	\$ 380.16	\$ 380.16	\$ 1,900.80
Muebles y Equipos	\$ 381.24	\$ 381.24	\$ 381.24	\$ 381.24	\$ 381.24	\$ 1,906.20
Equipos de Oficina	\$ 201.60	\$ 201.60	\$ 201.60	\$ 201.60	\$ 201.60	\$ 1,008.00
Menaje de cocina	\$ 396.86	\$ 396.86	\$ 396.86	\$ 396.86	\$ 396.86	\$ 1,984.30
Equipos de Computación	\$ 416.00	\$ 416.00	\$ 416.00	\$ 416.00	\$ 416.00	\$ 2,080.02
<b>Depreciación Total (\$)</b>	<b>\$ 1,775.86</b>	<b>\$1,775.86</b>	<b>\$1,775.86</b>	<b>\$1,775.86</b>	<b>\$ 1,775.86</b>	<b>\$ 8,879.31</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

A continuación, se presenta inversión total en activos fijos de “COFFEE YOUNG”.

**Tabla 20: Inversión en activos fijos**

Activos Fijos		
Lista de Activos fijos	Valor	%
Equipo de producción/Maquinaria	\$2112.00	29.11%
Muebles y enseres	\$2118.00	29.19%
Equipo de oficina	\$1120.00	15.44%
Menaje de cocina	\$613.70	8.46%
Equipo de computación	\$1291.00	17.80%
<b>Total</b>	<b>\$7254.70</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### **3.5.4 Sistema contable de la empresa**

El sistema contable es la base fundamental para las decisiones gerenciales y financieras. Por lo tanto, la cafetería COFFEE YOUNG, se debe basar bajo los auxiliares como la NIFF Y NIC que están distribuido de la siguiente manera:

- 1) Recibe y clasifica todos los documentos que requiere.
- 2) Prepara los estados financieros del proyecto y comprobación de resultados.
- 3) Contabiliza las nóminas de pagos de las personas del establecimiento.
- 4) Atribuye proyecciones, cuadros y estudio contable.
- 5) Corrige y verifica los registros contables como manual de procedimiento, registros, comprobante y documentación asignado.
- 6) Elabora informe periódicos de las actividades realizadas.
- 7) Realiza cualquier otro tipo de tarea asignada.

### **3.5.5 Catálogos de cuentas.**

La elaboración para el catálogo de cuenta en la cafetería COFFEE YOUNG, se basa con un registro de movimiento o transacciones financieros que permita utilizar los requerimientos de un plan de cuenta. Por lo tanto, se utilizará los siguientes balances:

### Ilustración 14: Grupo de plan de cuentas



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.5.6 Costos y gastos

A continuación, se especifica en la siguiente tabla, los costos y gastos de la cafetería COFFEE YOUNG, elaborada durante un determinado tiempo:

**Tabla 21: Presupuesto de costo de venta**

PRESUPUESTO COSTO DE VENTA TOTALES						
Período	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Inventario Inicial Materia Prima	\$ -	\$ 9,550.09	\$ 12,108.86	\$ 15,078.33	\$ 18,107.52	\$ 18,107.52
(+) Compra de Materia Prima	\$ 60,934.33	\$ 53,045.40	\$ 54,513.07	\$ 55,603.86	\$ 56,715.38	\$ 56,715.38
(=) Materia Prima Disponible	\$ 60,934.33	\$ 62,595.50	\$ 66,621.92	\$ 70,682.19	\$ 74,822.90	\$ 74,822.90
(-) Inventario Final Materia Prima	\$ 9,550.09	\$ 12,108.6	\$ 15,078.33	\$ 18,107.52	\$ 21,197.40	\$ 21,197.40
(=) Costo MPD Utilizada	\$ 51,384.24	\$ 50,486.64	\$ 51,543.59	\$ 52,574.67	\$ 53,625.50	\$ 53,625.50
(+) Costo de MOD	\$ 5,996.45	\$ 5,998.75	\$ 6,118.79	\$ 6,241.09	\$ 6,365.90	\$ 6,365.90
(+) Costo Servicio Directo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Costo Indirecto de Fábrica	\$ 3,113.59	\$ 3,113.59	\$ 3,113.59	\$ 2,716.73	\$ 2,716.73	\$ 2,716.73
(=) Costo de Producción	\$ 60,494.28	\$ 59,598.99	\$ 60,775.97	\$ 61,532.50	\$ 62,708.14	\$ 62,708.14
(+) Inventario Inicial Producto P	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Producto Total en Proceso	\$ 60,494.28	\$ 59,598.99	\$ 60,775.97	\$ 61,532.50	\$ 62,708.14	\$ 62,708.14
(-) Inventario Final Producto P	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Inventario Producto Terminado	\$ 60,494.28	\$ 59,598.99	\$ 60,775.97	\$ 61,532.50	\$ 62,708.14	\$ 62,708.14
(+) Inventario Inicial Producto T	\$ -	\$ 1,282.59	\$ 1,307.95	\$ 1,333.28	\$ 1,351.08	\$ 1,351.08
(=) Inventario Disponible Venta	\$ 60,494.28	\$ 60,881.57	\$ 62,083.92	\$ 62,865.78	\$ 64,059.22	\$ 64,059.22
(-) Inventario Final Producto T	\$ 1,282.59	\$ 1,307.95	\$ 1,333.28	\$ 1,351.08	\$ 1,376.42	\$ 1,376.42
<b>Costo De Venta</b>	<b>\$ 59,211.69</b>	<b>\$ 59,573.63</b>	<b>\$ 60,750.64</b>	<b>\$ 61,514.70</b>	<b>\$ 62,682.79</b>	<b>\$ 62,682.79</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

De acuerdo con los costos de venta de la cafetería Coffee Young se puede observar la relevancia de un presupuesto de costo, en esta ocasión se realizó de una forma concisa sobre la necesidad de los costos de materia prima, mano de obra y los costos directos e indirectos del local. Iniciando del inventario de materia prima hasta el final de los productos terminados, esto incurre de manera anual, durante los primeros 5 años.

**Gráfico 16: Costo de venta**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

En el siguiente cuadro se presenta el presupuesto de gasto con su determinado tiempo:

**Tabla 22: Presupuesto de gastos**

<b>Gastos</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Sueldos y Salarios	\$ 41,438.22	\$ 54,139.26	\$ 55,565.65	\$ 56,992.03	\$ 58,418.42
Servicios Básicos	\$ 884.19	\$ 907.25	\$ 930.91	\$ 955.19	\$ 980.10
Suministros de Oficina	\$ 99.75	\$ 102.35	\$ 105.02	\$ 107.76	\$ 110.57
Gastos de Arriendo	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Gasto de Marketing	\$ 230.00	\$ 236.00	\$ 242.15	\$ 248.47	\$ 254.95
Gasto de Depreciación	\$ 998.84	\$ 998.84	\$ 998.84	\$ 582.84	\$ 582.84
Gastos de Amortización	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50
Gastos Financieros	\$ 1,301.63	\$ 827.55	\$ 303.83	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 47,414.14</b>	<b>\$ 59,672.76</b>	<b>\$ 60,607.91</b>	<b>\$ 61,347.80</b>	<b>\$ 62,808.38</b>

Φ

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

Se puede verificar que los gastos operacionales de la cafetería Coffee Young está dentro del periodo establecido, de tal manera que se empieza instituir operaciones que serán utilizados en la parte financiera. Se concisa los pagos de sueldos y salario a los trabajadores, también se considera la compra del suministro de oficina y servicios básicos para el área de producción, venta y administración, las depreciaciones, amortización, gastos financieros el arriendo del negocio y mantenimiento.

### **3.5.7 Capital social**

El capital social de la cafetería COFFEE YOUNG está distribuido en la aportación de los socios de la siguiente manera:

**Tabla 23: Aportación de los socios**

Aportación	
*Aportación en efectivo	\$ 1,256.95
Dinero en efectivo	\$ 1,256.95
*Aportación en bienes	\$ 700.00
Laptop	\$ 700.00
Total	<b>\$ 1.956,95</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

Está compuesto por los bienes de dinero en efectivo, se ha considerado el aporte en terreno y laptop, siendo un valor definitivo de \$ 1.956,95 para la ocupación de las diferentes contribuciones propuesto para el local.

En la siguiente tabla se podrá sintetizar el capital de trabajo para las áreas establecidas en el local como políticas que permita el proceso continuo de la cafetería al momento de aplicar:

**Tabla 24: Capital de trabajo**

CAFETERÍA		
CAPITAL DE TRABAJO		
CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2,593.50	27%
GASTOS DE VENTAS	\$ 1,160.85	12%
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 615.00	6%
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 5,386.90	55%
CAPITAL DE TRABAJO	<b>\$ 9,756.25</b>	100%

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

La cafetería COFFEE YOUNG, pretende de un capital de trabajo de \$ 9,756.25 que está destinado en un mes. La cafetería dependerá de la producción 55%, los insumos o materia prima para la operación y marcha en él proyecto.

**Gráfico 17: Capital de trabajo**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson*

De acuerdo con la gráfica obtenido se puede visualizar que principalmente tendrá peso los gastos Producción de 55%, debido a los requerimientos de la materia prima y materiales que se necesitará implementar en la cafetería, luego los gastos administrativos con un 27%, Ventas 12% y la Constitución de 6%.

A continuación, se muestra la inversión que necesitara la cafetería COFFEE YOUNG para sus inicios de plan de acción y trabajo:

**Tabla 25: Inversión total**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 7,254.70
<b>INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 9,756.25
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 17.010,95</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

La cafetería COFFEE YOUNG, pretende una inversión total con la que cuenta, para poder realizar este proyecto que es de 17.010,95; las cuales se consiguieron para trabajar en las áreas establecidas en producción, ventas y administración en equipos, suministros y finalmente los gastos de constitución.

El financiamiento del presente proyecto “Coffee Young” se presenta de la siguiente forma:

**Tabla 26: Financiamiento**

<b>CAFETERIA</b>		
<b>Financiamiento</b>	<b>%</b>	<b>\$</b>
APORTACION DE CAPITAL	12%	\$ 1,956.95
PRÉSTAMO BANCARIO	88%	\$ 15,054.00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 17.010,95</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

La cafetería primero estará financiado por corporación Financiera Nacional (CFN), con una tasa de interés del 10%. Con lo que respecta a la inversión se puede visualizar el total de \$17.010,95 lo que cuesta cubrir con una disponibilidad de \$ 1,956.95 del proyecto.

El costo de capital de promedio ponderado (CCPP), es una media financiera que tiene el propósito de englobar en una sola cifra con términos porcentuales. Por lo tanto, se realiza los costos y financiamiento que usara la cafetería:

**Tabla 27: Costo de capital promedio ponderado**

<b>CAFETERÍA</b>					
Capital Propuesto	Dólares	%	Aportación	TMAR	Ponderación
Accionista	\$ 1,956.95	11.5%	11.50%	14.11%	1.62%
Total capital propuesto	\$ 1,956.95			TMAR	0.016230
Capital Financiado	Dólares	%	Aportación	TMAR	Ponderación
CFN	\$ 15,054.00	88.50%	88.50%	10.00%	0.088496
Total capital financiado	\$ 15,054.00			TMAR	0.088496
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 17,010.95</b>			<b>TMARX</b>	<b>0.104726</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

El análisis de la cafetería en cuanto al costo promedio ponderado, se visualiza un financiamiento y capital propuesto de 10.47% que cuesta la aplicabilidad para la empresa, por tal motivo se debe evaluar el proyecto propuesto de los indicadores financieros, para la toma de decisiones de inversiones futuras.

- **Amortización del préstamo**

**Tabla 28: Amortización del préstamo**

Periodo	Pago Periodico	Intereses	Amortización	Saldo Insoluto
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 15,054.00
1	\$ 5,829.00	\$ 1,301.63	\$ 4,527.38	\$ 10,526.62
2	\$ 5,829.00	\$ 827.55	\$ 5,001.45	\$ 5,525.17
3	\$ 5,829.00	\$ 303.83	\$ 5,525.17	-\$ 0.00

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

Con respecto a la Amortización del préstamo se trabajó de acuerdo a la tasa efectiva en segmentos Pymes CFN (Corporación Nacional Financiero). Ya que hoy en día ayuda a los emprendedores a impulsar o pone en marcha negocios destinado a pequeños, medianos y grandes empresas con una fuente de financiamiento de acuerdo a la movilidad empresarial.

En este caso se consideró para nuestra cafetería una tasa del 10% anual con un crédito a financiar con la institución de \$15.054,00 un interés mensual de 0.0083 con un plazo mensual de 36, es decir de 3 años, también un pago periódico de \$485.750; los resultados esperados en cuanto al valor total pagado por el préstamo es de \$ 17.487,00 adicional un valor total pagado por interese de \$ 2.433,00 y mediante la comprobación el valor del monto del préstamo debe ser igual al valor a financiar .

### 3.5.8 Flujo de caja

Tabla 29: Flujo de caja

CAFETERÍA					
PRESUPUESTO DE TESORERÍA					
RUBRO	2019	2020	2021	2022	2023
Saldo Inicial de efectivo	\$ 9,141.25	\$ 10,431.42	\$ 7,980.41	\$ 4,732.95	\$ 6,071.57
Préstamo Recibido					
<b>(MÁS ENTRADAS DE EFECTIVO)</b>	<b>\$ 122,440.40</b>	<b>\$ 124,673.12</b>	<b>\$ 126,831.39</b>	<b>\$ 128,264.91</b>	<b>\$ 130,511.52</b>
Ventas	\$ 122,440.40	\$ 124,673.12	\$ 126,831.39	\$ 128,264.91	\$ 130,511.52
<b>(=) EFECTIVO DISPONIBLE</b>	<b>\$ 131,581.65</b>	<b>\$ 135,104.54</b>	<b>\$ 134,811.81</b>	<b>\$ 132,997.85</b>	<b>\$ 136,583.09</b>
<b>INVERSIÓN</b>					
<b>(-) SALIDAS DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 121,150.23</b>	<b>\$ 127,124.13</b>	<b>\$ 130,078.86</b>	<b>\$ 126,926.28</b>	<b>\$ 129,622.98</b>
Pago de Sueldos y Salarios	\$ 41,438.22	\$ 54,139.26	\$ 55,565.65	\$ 56,992.03	\$ 58,418.42
Pago de Servicios Básicos	\$ 884.19	\$ 907.25	\$ 930.91	\$ 955.19	\$ 980.10
Pago de Suministros de Oficina	\$ 99.75	\$ 102.35	\$ 105.02	\$ 107.76	\$ 110.57
Pago de Arriendo de local	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Pago de Suministros de Limpieza	\$ 2,336.57	\$ 2,336.57	\$ 2,336.57	\$ 2,336.57	\$ 2,336.57
Pago de Marketing	\$ 230.00	\$ 236.00	\$ 242.15	\$ 248.47	\$ 254.95
Pago de Amortización	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50
Pago de Materia Prima	\$ 53,866.98	\$ 46,893.04	\$ 48,190.48	\$ 49,154.75	\$ 50,137.36
Pago de Obligaciones Financieros	\$ 5,829.00	\$ 5,829.00	\$ 5,829.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Pago de Mano de Obra Directa	\$ 5,139.51	\$ 5,141.48	\$ 5,244.36	\$ 5,349.18	\$ 5,456.16
Pago de Proveedores	\$ 948.48	\$ 1,280.45	\$ 1,280.45	\$ 1,280.45	\$ 1,280.45
Pago de Retenciones	\$ 553.03	\$ 531.71	\$ 538.52	\$ 549.63	\$ 560.62
Pago de IVA	\$ 6,577.45	\$ 6,408.26	\$ 6,481.24	\$ 6,600.29	\$ 6,718.02
Pago de Aportes	\$ 785.53	\$ 857.25	\$ 873.00	\$ 890.45	\$ 908.26
<b>EFECTIVO NETO</b>	<b>\$ 10,431.42</b>	<b>\$ 7,980.41</b>	<b>\$ 4,732.95</b>	<b>\$ 6,071.57</b>	<b>\$ 6,960.11</b>
APORTACIÓN DE CAPITAL					
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 10,431.42</b>	<b>\$ 18,411.83</b>	<b>\$ 23,144.78</b>	<b>\$ 29,216.35</b>	<b>\$ 36,176.46</b>

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

- **Flujo neto en efectivo**

**Tabla 30: Flujo neto de efectivo**

<b>CAFETERÍA</b>					
<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>					
<b>Inversión Inicial</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
\$ (17,010.95)	\$ 10,431.42	\$ 7,980.41	\$ 4,732.95	\$ 6,071.57	\$ 6,960.11

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.5.9 Presupuesto de Ingreso

**Tabla 31: Presupuesto de ingresos**

<b>CAFETERÍA</b>					
<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>					
<b>Período</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Humitas	\$22,146.94	\$ 22,588.84	\$23,013.11	\$ 23,272.16	\$ 23,714.30
Bolón	\$20,255.31	\$ 20,660.31	\$21,063.90	\$ 21,414.07	\$ 21,834.32
Sanduches	\$15,495.85	\$ 15,806.10	\$16,114.17	\$ 16,377.44	\$ 16,698.08
Tortillas	\$15,977.24	\$ 16,296.58	\$16,597.33	\$ 16,745.48	\$ 17,058.27
Chocolate	\$ 6,758.01	\$ 6,892.95	\$ 7,018.74	\$ 7,071.01	\$ 7,201.91
Café	\$ 6,606.09	\$ 6,737.79	\$ 6,858.76	\$ 6,895.49	\$ 7,021.53
Te aromático	\$ 6,745.77	\$ 6,880.52	\$ 7,008.66	\$ 7,079.84	\$ 7,213.18
Batidos	\$ 17,778.76	\$ 18,133.58	\$18,480.30	\$ 18,732.98	\$ 19,093.49
<b>TOTAL</b>	<b>\$111,763.97</b>	<b>\$ 113,996.69</b>	<b>\$116,154.96</b>	<b>\$ 117,588.47</b>	<b>\$ 119,835.09</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

- **Presupuesto de Ingreso Netos**

Por consiguiente, se considera en la cafetería COFFEE YOUNG, la distribución de los combos de productos determinados.

**Tabla 32: Presupuesto de Ingreso Netos**

CAFETERÍA					
INGRESOS NETOS					
PRODUCTO	2019	2020	2021	2022	2023
COMBO 1	\$ 59,075.61	\$ 60,257.63	\$ 61,392.24	\$ 62,115.41	\$ 63,298.30
COMBO 2	\$ 58,428.68	\$ 59,594.48	\$ 60,714.61	\$ 61,397.32	\$ 62,558.69
COMBO 3	\$ 59,047.54	\$ 60,229.11	\$ 61,369.10	\$ 62,135.66	\$ 63,324.14
BATIDOS	\$ 17,778.76	\$ 18,133.58	\$ 18,480.30	\$ 18,732.98	\$ 19,093.49
JUGOS	\$ 10,676.43	\$ 10,676.43	\$ 10,676.43	\$ 10,676.43	\$ 10,676.43
<b>TOTAL</b>	<b>\$205,007.02</b>	<b>\$208,891.23</b>	<b>\$212,632.70</b>	<b>\$215,057.81</b>	<b>\$218,951.06</b>

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

### 3.5.10 Estados Financieros proyectados

**Tabla 33: Estados Financieros proyectado**

CAFETERÍA					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Detalle	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por Venta	\$122,440.40	\$124,673.12	\$126,831.39	\$128,264.91	\$130,511.52
Costo de Venta	\$61,203.50	\$61,565.43	\$ 62,742.45	\$ 63,506.51	\$ 64,674.60
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$61,236.90</b>	<b>\$ 63,107.69</b>	<b>\$ 64,088.95</b>	<b>\$ 64,758.40</b>	<b>\$ 65,836.92</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>\$46,112.51</b>	<b>\$ 58,845.21</b>	<b>\$ 60,304.08</b>	<b>\$ 61,347.80</b>	<b>\$ 62,808.38</b>
Sueldos y Salarios	\$41,438.22	\$ 54,139.26	\$ 55,565.65	\$ 56,992.03	\$ 58,418.42
Servicios Básicos	\$ 884.19	\$ 907.25	\$ 930.91	\$ 955.19	\$ 980.10
Suministros de Oficina	\$ 99.75	\$ 102.35	\$ 105.02	\$ 107.76	\$ 110.57
Gastos de Arriendo	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Gasto de Marketing	\$ 230.00	\$ 236.00	\$ 242.15	\$ 248.47	\$ 254.95
Gasto de Depreciación	\$ 998.84	\$ 998.84	\$ 998.84	\$ 582.84	\$ 582.84
Gastos de Amortización	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50	\$ 61.50
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$15,124.39</b>	<b>\$ 4,262.48</b>	<b>\$ 3,784.87</b>	<b>\$ 3,410.60</b>	<b>\$ 3,028.53</b>
Gastos Financieros	\$ 1,301.63	\$ 827.55	\$ 303.83	\$ -	\$ -
<b>U. A. P. T. 15%</b>	<b>\$13,822.76</b>	<b>\$ 3,434.93</b>	<b>\$ 3,481.03</b>	<b>\$ 3,410.60</b>	<b>\$ 3,028.53</b>
Participación Trabajadores	\$ 2,073.41	\$ 515.24	\$ 522.16	\$ 511.59	\$ 454.28
<b>U. antes I e I 25%</b>	<b>\$11,749.35</b>	<b>\$ 2,919.69</b>	<b>\$ 2,958.88</b>	<b>\$ 2,899.01</b>	<b>\$ 2,574.25</b>
Impuesto a la Renta	\$ 2,584.86	\$ 642.33	\$ 650.95	\$ 637.78	\$ 566.34
<b>U. antes Reserva Legal 10%</b>	<b>\$ 9,164.49</b>	<b>\$ 2,277.36</b>	<b>\$ 2,307.93</b>	<b>\$ 2,261.23</b>	<b>\$ 2,007.92</b>
Reserva Legal	\$ 458.22	\$ 113.87	\$ 115.40	\$ 113.06	\$ 100.40
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>	<b>\$ 8,706.27</b>	<b>\$ 2,163.49</b>	<b>\$ 2,192.53</b>	<b>\$ 2,148.17</b>	<b>\$ 1,907.52</b>

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

### 3.6.1 Balance general proyectado

**Tabla 34: Balance general proyectado**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>					
<b>CAFETERÍA COFFEE YOUNG</b>					
<b>Activo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Caja	\$10,431.42	\$ 503.06	\$ 298.35	\$ 382.73	\$ 438.74
Bancos	\$ -	\$ 7,477.36	\$4,434.60	\$5,688.84	\$ 6,521.37
Inv. Final Materia Prima	\$ 9,550.09	\$12,108.86	\$15,078.33	\$18,107.52	\$21,197.40
Inv. Final Productos Terminados	\$ 1,282.59	\$ 1,307.95	\$1,333.28	\$1,351.08	\$ 1,376.42
Inv. Final Productos en Proceso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$21,264.10</b>	<b>\$21,397.22</b>	<b>\$21,144.56</b>	<b>\$25,530.16</b>	<b>\$29,533.93</b>
<b>Propiedad planta y equipo</b>					
Maquinarias y Equipo	\$ 2,112.00	\$ 2,112.00	\$2,112.00	\$2,112.00	\$ 2,112.00
Depreciación Acumulada	\$ 380.16	\$ 760.32	\$1,140.48	\$1,520.64	\$ 1,900.80
Muebles y Equipos	\$ 2,118.00	\$ 2,118.00	\$2,118.00	\$2,118.00	\$ 2,118.00
Depreciación Acumulada	\$ 381.24	\$ 762.48	\$1,143.72	\$1,524.96	\$ 1,906.20
Equipos de Oficina	\$ 1,120.00	\$ 1,120.00	\$1,120.00	\$1,120.00	\$ 1,120.00
Depreciación Acumulada	\$ 201.60	\$ 403.20	\$ 604.80	\$ 806.40	\$ 1,008.00
Menaje de Cocina	\$ 613.70	\$ 613.70	\$ 613.70	\$ 613.70	\$ 613.70
Depreciación Acumulada	\$ 396.86	\$ 793.72	\$1,190.58	\$1,190.58	\$ 1,190.58
Equipos de Computación	\$ 1,291.00	\$ 1,291.00	\$ 1,291.00	\$ 1,291.00	\$ 1,291.00
Depreciación Acumulada	\$ 416.00	\$ 832.01	\$ 1,248.01	\$ 1,248.01	\$ 1,248.01
<b>Total activos fijos</b>	<b>\$ 5,478.84</b>	<b>\$ 3,702.97</b>	<b>\$ 1,927.11</b>	<b>\$ 964.11</b>	<b>\$ 1.11</b>
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$ 615.00</b>	<b>\$ 615.00</b>	<b>\$ 615.00</b>	<b>\$ 615.00</b>	<b>\$ 615.00</b>
<b>Total de activo</b>	<b>\$27,357.94</b>	<b>\$ 25,715.19</b>	<b>\$23,686.67</b>	<b>\$27,109.28</b>	<b>\$ 30,150.04</b>
<b>Pasivo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Préstamo Bancario	\$10,526.62	\$ 5,525.17	\$ -0.00	\$ -	\$ -
Cuentas por Pagar	\$ 331.97	\$ 331.97	\$ 331.97	\$ 331.97	\$ 331.97
Iva Por Pagar	\$ 597.95	\$ 528.21	\$ 541.18	\$ 550.83	\$ 560.65
Retenciones Por Pagar	\$ 50.28	\$ 43.77	\$ 44.98	\$ 45.88	\$ 46.79
Aporte Por Pagar	\$ 71.41	\$ 71.44	\$ 72.87	\$ 74.33	\$ 75.81
Participación Trabajador por Pagar	\$ 2,073.41	\$ 2,588.65	\$ 3,110.81	\$ 3,622.40	\$ 4,076.68
Impuesto por Pagar	\$ 2,584.86	\$ 3,227.19	\$ 3,878.14	\$ 4,515.92	\$ 5,082.26
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$16,236.50</b>	<b>\$ 12,316.40</b>	<b>\$ 7,979.95</b>	<b>\$ 9,141.32</b>	<b>\$ 10,174.17</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Capital	\$ 1,956.95	\$ 1,956.95	\$ 1,956.95	\$ 1,956.95	\$ 1,956.95
Reserva Legal	\$458.22	\$ 572.09	\$ 687.49	\$ 800.55	\$ 900.95
Utilidad del Ejercicio	\$ 8,706.27	\$ 10,869.75	\$13,062.28	\$15,210.45	\$ 17,117.98
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$11,121.44</b>	<b>\$ 13,398.80</b>	<b>\$15,706.72</b>	<b>\$17,967.95</b>	<b>\$ 19,975.87</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$27,357.94</b>	<b>\$ 25,715.19</b>	<b>\$23,686.67</b>	<b>\$27,109.28</b>	<b>\$ 30,150.04</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### 3.5.11 Indicadores Financieros

**Tabla 35: Indicadores financieros**

CAFETERÍA COFFEE YOUNG						
INDICADORES FINANCIEROS						
Indicadores Financieros	Cálculos	2019	2020	2021	2022	2023
		Índices	Índices	Índices	Índices	Índices
1. Circulante	$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	1.31	1.74	2.65	2.79	2.90
2. Acida	$\frac{\text{Act. Corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	0.64	0.65	0.59	0.66	0.68
3. Rotación de Inventarios	$\frac{\text{Costo de Venta}}{\text{Inventarios}}$	5.65	4.59	3.82	3.26	2.87
4. Periodo Promedio de Pagos	$\frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Compras diarias promedio}}$	1.33	1.53	1.49	1.46	1.43
5. Razón de Deuda	$\frac{\text{Total pasivos}}{\text{Total activos}}$	59%	48%	34%	34%	34%
6. Capacidad de Pago de Intereses	$\frac{\text{Utilidad antes de Intereses e Impuestos}}{\text{Intereses}}$	2.36	1.55	2.42	3.55	3.55
7. Margen Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$	50%	51%	51%	50%	50%
8. Margen Utilidad Operativa	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$	12%	3%	3%	3%	2%
9. Margen Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	15%	15%	15%	15%	15%
10. Rendimiento sobre el Capital	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital}}$	7%	2%	2%	2%	1%
11. Rendimiento sobre Activos	Utilidad Neta / Activos	31.82%	8.41%	9.26%	7.92%	6.33%
12. Índice del valor actual neto	VAN/INVERSIÓN INICIAL	0.63				
13. Valor Anual Equivalente	PAGO (TASA; NPER; VA; VF)	\$ 4,541.75	\$6,245.90			
14. Relación Beneficio/Costo		\$12,744.60 \$25,841.65 0.4932				Según la relación entre el beneficio costo se obtuvo como resultado que por cada dólar que se invierta se obtiene \$ 0.14 de utilidad.
15. Periodo Promedio de Cobro	$\frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas diarias promedio}}$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.

### 3.5.12 Resultados

**Tabla 36: Criterio de Aceptación**

<b>CAFETERÍA</b>	
<b>TMAR</b>	10.47%
<b>VAN</b>	\$ 10.787,65
<b>TIR</b>	36%
<b>C/B</b>	1.63
<b>CONDICIÓN DEL PROYECTO</b>	ACEPTAR

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Tabla 37: Flujos Netos Acumulados**

<b>Período</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>FlujoAcumulado</b>	
0	\$ 17,010.95		
1	\$ 10,431.42	\$ 10,431.42	
2	\$ 7,980.41	\$ 18,411.83	<b>PRI</b>
3	\$ 4,732.95	\$ 23,144.78	
4	\$ 6,071.57	\$ 29,216.35	
5	\$ 6,960.11	\$ 36,176.46	

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

**Tabla 38: Período de Recuperación de Inversión**

<b>CAFETERÍA</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>2.00</b>	
<b>MESES</b>	0.30	3.55
<b>DÍAS</b>	0.552	<b>11</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

De acuerdo con los resultados financieros se estima que la tabla de recuperación de la cafetería nueva será regenerada en 2 años, 3 meses y en consecutivo en 11 días, generando bienestar a la microempresa.

## Conclusiones

- Se pudo determinar a través del estudio de mercado el 98% de nivel de aceptación de la cafetería de temática natural, se demostró el interés de los clientes en el cantón Santa Elena; debido al crecimiento que va surgiendo la península, de forma que se convierte en un lugar de oportunidades.
- La cafetería COFFEE YOUNG trata de resolver aquellos acontecimientos frecuentes, al momento de no encontrar un lugar que llene sus expectativas, gusto y preferencias por partes de los turistas locales, nacionales y extranjeros, motivo del cual la cafetería propuesto será un lugar cómodo y agradable para los clientes, también de disfrutar de nuestros productos a precios razonables para el consumidor con un intervalo de \$1.00 a \$10,00.
- Al haber realizado una evaluación de la situación actual de la localidad, se considera analizar cada elemento de estudio aplicados en la investigación de mercado, administrativo, técnico, normas y económico financiero, donde existe un entorno aceptable para desarrollar la operación del proyecto, recuperando la inversión del proyecto en 2 años, 3 meses y 11 días.
- Por finalizar, se establece la creación de la cafetería de temática natural en el cantón Santa Elena, con la única conclusión de favorecer la satisfacción del cliente en toda la localidad, generando oportunidades de empleo, beneficiando a toda la provincia.

## Recomendaciones

- Se sugiere diseñar un plan de negocio propuesto para la implementación de la cafetería de temática natural en el cantón Santa Elena, la creación de este negocio hace que se convierta en líder del mercado y tendría la ventaja de ser pionero y así poder obtener mayor excedente del consumidor.
- Para poder diferenciarse de la competencia que pueda surgir, se debe realizar capacitaciones al personal sobre todo en relaciones humana, para brindar una excelente atención al cliente, y así incrementar la demanda e incentivarlos para que eleven su nivel de desempeño.
- La cafetería de temática natural debe brindar un servicio de calidad, enfocados en el plan de marketing para captar nuevos clientes de la comunidad, con los diferentes medios de comunicación presentados en el proyecto.
- Se recomienda, aplicar las estrategias de diferenciación y posicionamiento en el mercado con el fin de aprovechar las oportunidades, ofertando los productos y servicios en la cafetería COFFEE YOUNG, generando rentabilidad en la provincia.

## Bibliografía

- Aguilera, F. P. (2017). *Manual. Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Madrid, España: Cep. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=vcU-DwAAQBAJ&pg=PA16&dq=marketing+plaza+o+distribucion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_gY\\_n6rPjAhVEaM0KHTQ0AoEQ6AEIKDAA#v=onepage&q=marketing%20plaza%20o%20distribucion&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=vcU-DwAAQBAJ&pg=PA16&dq=marketing+plaza+o+distribucion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi_gY_n6rPjAhVEaM0KHTQ0AoEQ6AEIKDAA#v=onepage&q=marketing%20plaza%20o%20distribucion&f=false)
- Alpizar, A. J. (Marzo de 2015). Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfaccion del cliente en estelaris mueblerias , 2015. *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfaccion del cliente en estelaris mueblerias , 2015*. Tejupilco, Mexico. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/62621/TEISIS%20YA%20AL%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alvárez, D. J. (2018). *Estudio de factibilidad para la implementacion de un laboratorio de telefonia IP*. Manabi. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/839/1/UNESUM-ECU-COMPR-16.pdf>
- Ampie, R. (2000). Coherencia ecologica, condicion para disminuir riesgos en el proceso de desarrollorural sustentable de la agricultura. *Biblioteca virtual*, 49.
- Aranday, F. R. (2018). *Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion* (1 edicion ed.). Mexico: Capture. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+estudio++tecnico++segun+autor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi806zXxfDeAhWJnOAKHT1JB\\_gQ6AEIQzAF#v=onepage&q=definicion%20de%20estudio%20%20tecnico%20%20segun%20autor&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+estudio++tecnico++segun+autor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi806zXxfDeAhWJnOAKHT1JB_gQ6AEIQzAF#v=onepage&q=definicion%20de%20estudio%20%20tecnico%20%20segun%20autor&f=false)
- Aranday, F. R. (2018). *Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion* (1 edicion ed.). Mexico. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+estudio++tecnico++segun+autor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi806zXxfDeAhWJnOAKHT1JB\\_gQ6AEIQzAF#v=onepage&q=definicion%20de%20estudio%20%20tecnico%20%20segun%20autor&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+estudio++tecnico++segun+autor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi806zXxfDeAhWJnOAKHT1JB_gQ6AEIQzAF#v=onepage&q=definicion%20de%20estudio%20%20tecnico%20%20segun%20autor&f=false)
- Arroba, E. S. (6 de 21 de 2018). Analisis del control interno de activos fijos y existencias en la coordinacion en el mipro-Guayaquil''. *Analisis del control interno de activos fijos y existencias en la coordinacion en el mipro-Guayaquil''*. Guayaquil, Guayas, Ecuador. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/32006/1/TESIS-ERICKA%20RATTI.pdf>

ASAMBLEA NACIONAL. (27 de FEBRERO de 2019). *Plan Nacional Toda una Vida*. Obtenido de Plan Nacional Toda una Vida: [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

Asorey, F. (25 de octubre de 2017). *¿Una cafetería se define por ser local donde se sirven café?* Obtenido de *¿Una cafetería se define por ser local donde se sirven café?*: <https://cafesabora.com/es/%C2%BFuna-cafeter%C3%ADa-se-define-por-ser-un-local-donde-se-sirve-caf%C3%A9>

Ayala, S. A. (24 de noviembre de 2018). Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital. *Plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa juvenil femenina, especializada en blusas y comercializadas mediante una plataforma digital*. Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22648/1/TRABAJO%20DE%20GRADO%20JIER%C3%9C.pdf>

Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. McGraw-Hill. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19574/1/Gabriela%20Maribell%20C%C3%A1rdenas%20Montalvo.pdf>

Barrera, C. A. (2017). La producción cafetera y su impacto en el crecimiento económico del departamento del Huila, Colombia \*\*. *Redalyc.org*, 45-46.

Berghe, E. V. (2016). *Gestión gerencial y empresarial aplicadas al siglo XXI*. (t. edición, Ed.) Bogotá, Colombia: ECOE. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=9sS4DQAAQBAJ&pg=PT194&dq=libro+de+marketing+de+precio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjgpaLu5rPjAhXEVc0KHZAGDP0Q6AEILjAB#v=onepage&q=precio&f=false>

Boullón, R. (2003). *"Planificación del espacio turístico"*. México: Trillas.

Briones, G. L. (2015). Análisis de la oferta y demanda turística actual de la parroquia pascuales para el desarrollo de una estrategia de promoción gastronómica. *Análisis de la oferta y demanda turística actual de la parroquia pascuales para el desarrollo de una estrategia de promoción gastronómica*. Guayaquil, Guayas, Ecuador. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8661/1/TESIS%20TERMINADA%20LILIANABRIONES.pdf>

Cafe, M. (2017). *Portal deo Governo*. Obtenido de Portal deo Governo: <http://www.museudocafe.org.br/es/cafeteria-es/la-historia-de-las-cafeterias/>

Canales, A. (2018). *El libro prohibido de lass riquezas*. Managua, Nicaragua: Mundo nicaraguense S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=c3xvDwAAQBAJ&pg=PA108&dq=li bro+de+marketing+mix&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjZ3Yni3bPjAhWBGM0KHel2BY8Q6AEIKDAA#v=onepage&q=libro%20de%20marketing%20mix&f=false>

Cardenas, A. C. (abril de 2015). Analisis critico y comentarios acerca de las principales reformas a la ley de compañías vigentes a partir de mayo de 2014. *Analisis critico y comentarios acerca de las principales reformas a la ley de compañías vigentes a partir de mayo de 2014*. Cuenca, Ecuador . Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21611/1/TESIS.pdf>

Casco, H. P. (2016). *Incidencia de la fijacion de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MPYMESproductoras de tabaco en el municipio de Esteli* . Managua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/2885/1/17469.pdf>

Castillo, V. A. (2018). Fundamentacion teorica y metodologica del comportamiento del consumidor en cafeterias -perspectiva de la racionalidad. *Ecociencia* , 1-2.

Cevallos, J. M. (2017). *Manual de funciones y descripcion de cargos* . Guayaquil, Guayas , Ecuador . Obtenido de [http://www.upacifico.edu.ec/website/sistema/gobernanza/adjuntos/file\\_1\\_23.pdf](http://www.upacifico.edu.ec/website/sistema/gobernanza/adjuntos/file_1_23.pdf)

Devesa M., L. . (2010). Motivación , satisfacción , y lealtad en el turismo: El caso de un interior . *Electronica de motivación y emoción monografico de la motivacion del consumidor* , 35-36.

Dujisin, J. T. (2015). *Proyectos de negocio : Metodo practico para emprendedores*. Chile: USACH. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/369932643/Proyectos-de-Negocios-Metodo-Practico-Para-Emprendedores>

Escuela Europea de Excelencia . (27 de Febrero de 2019). *Sistema de Gestión de la Calidad*. Obtenido de Sistema de Gestión de la Calidad: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/4-4-sistema-de-gestion-de-la-calidad/>

- Farinango, Y. V. (Julio de 2014). La estabilidad laboral en el Ecuador, situación actual del trabajador en base a nuestra Constitución de la República y el Código del Trabajo vigente. *La estabilidad laboral en el Ecuador, situación actual del trabajador en base a nuestra Constitución de la República y el Código del Trabajo vigente*. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3074/1/T-UCE-0013-Ab-61.pdf>
- Feigenbaun, A. (2018). *La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa*. Obtenido de *La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa* : [http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)
- Flores, C. M. (2016). *Proyecto de inversion para la creacion de una empresa productora de ladrillos localizada en la parroquia malacatos-canton loja*. Loja. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/10254/1/TESIS%20FINAL%20TRIBUNALverdadero%20cds.pdf>
- Florez, J. A. (2015). *Proyectos de inversion para las pymes* (3 edición ed.). Bogota , Colombia : Ecoe. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=s9vDDQAAQBAJ&pg=PT105&dq=capacidad+instalada&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjL8OLRubXjAhURB50JHX9WBpgQ6AEINjAC#v=onepage&q=capacidad%20instalada&f=false>
- Garcia, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*.
- Garcia, S. C. (2017). *Plan de factibilidad para la creacion de la cafeteria tradiocnal colombiana a ser ubicada en la Eloy Alfaro y Portugal*. Quito, Pichincha , Ecuador . Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6719/1/UDLA-EC-TLG-2017-17.pdf>
- Gil, E. F. (3 de Noviembre de 2015). estudio de factibilidad para la creacion de una empresa dedicada a la produccion comercializacion y distribucion de cafe de Soya en la ciudad de pereira (Risaralda). *estudio de factibilidad para la creacion de una empresa dedicada a la produccion comercializacion y distribucion de cafe de Soya en la ciudad de pereira (Risaralda)*. Pereira, Brasil . Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5875/65811A473ef.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- INEC. (2019). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Kestler, A. M. (2015). *SELECCIÓN DE PERSONAL Y DESEMPEÑO LABORAL*. Costa sur. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/43/Cancinos-Andrea.pdf>
- Lasluisa, C. M. (mayo de 2015). Estudio de factibilidad para la implementación de una planta de alcohol industrial (Etanol) en la ciudad de Ambato. *Estudio de factibilidad para la implementación de una planta de alcohol industrial (Etanol) en la ciudad de Ambato*. Ambato, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1304/1/75936.pdf>
- López, A. D. (2014). *Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de Pods de Café*. Obtenido de [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_3088\\_IN.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_3088_IN.pdf)
- Macias, T. J. (2015). Plan de mantenimiento preventivo y predictivo en función de la criticidad de los equipos de producción en la empresa Balplant cia.Ltda.del canton Snto Domingo de los colorados , año 2014. *Plan de mantenimiento preventivo y predictivo en función de la criticidad de los equipos de producción en la empresa Balplant cia.Ltda.del canton Snto Domingo de los colorados , año 2014*. Quevedo, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/3421/1/T-UTEQ-0015.pdf>
- Martínez, M. P. (2014). *Atención al cliente* (Parainfo S.A ed.). Madrid, España: Copyright. Obtenido de Atención al cliente : [https://books.google.com.ec/books?id=WWWgBwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_46fWxLrjAhVxds0KHdcsDJcQ6AEILjAB#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%20&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=WWWgBwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi_46fWxLrjAhVxds0KHdcsDJcQ6AEILjAB#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%20&f=false)
- Martinez, R. M. (2015). *Operaciones básicas en cafetería y bar*. Madrid: Síntesis , S.A. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/97888490771402.pdf>
- Moreno, R. M. (Junio de 2017). Satisfacción percibida por los clientes en la calidad del servicio de televisión por cable que brindan las empresas claro Tv y tele cable, en la ciudad de Matagalpa, periodo 2016. *Satisfacción percibida por los clientes en la calidad del servicio de televisión por cable que brindan las empresas claro Tv y tele cable, en la ciudad de Matagalpa, periodo 2016*. Matagalpa. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/5214/1/6071.pdf>

- Moya, M. V. (26 de Abril de 2016). Estrategia : Calidad de servicio . *Estrategia : Calidad de servicio* . Obtenido de <https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>
- Oñate, M. B. (2018). *Influencia de la falta de un Manual de Funciones con el Comportamiento de los trabajadores de la empresa ETACALLING CIA. LTDA.* Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/14515/1/T-UCE-0007-PIO48-2018.pdf>
- Ordoñez, A. F. (20 de enero de 2016). Historia constitucional de la republica del Ecuador del siglo XX. *Historia constitucional de la republica del Ecuador del siglo XX.* Loja, Ecuador .
- Orozco, J. d. (2016). *Evaluacion financiera de proyectos* (tercera edicion ed.). Bogota: Ediciones ECOE. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CK9JDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=libro+de+evaluaci%C3%B3n+y+formulacion+de+proyectos&ots=77AgWzDRF6&sig=WloqvBfnueX7jQvLVRtC8y4KjMo#v=onepage&q=libro%20de%20evaluaci%C3%B3n%20y%20formulacion%20de%20proyectos&f=false>
- Padilla, M. C. (2016). *Formulación y Evaluación de proyectos.* Bogota: Ediciones Ecoe. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1drDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=definici%C3%B3n+de+estudio+de+factibilidad&ots=7jIZxwJOyb&sig=EYhVe2VmQS3zG0Hf2omeggfYmL0#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20estudio%20de%20factibilidad&f=false>
- Palma, M. A. (2015). Plan de negocios como herramientas para crear una empresa: Argumentosteoricos e investigativos . *FACCEA.*
- Pazmiño, E. P., & Leon, J. R. (2018). *ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA INTRODUCCIÓN AL MERCADO DE LA CAFETERIA INTELIGENTE "COFFEE TIME" EN LA PARROQUIA LA AURORA, 2017.* Guayaquil, Guayas , Ecuador . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/29905/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- Redin, M. A. (2016). *Evaluacion financiera y analisis de riesgo de un proyecto de inversion forestal desarrollado en el ecuador.* Quito: Creative commons. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4994/1/T1954-MFGR-Redin-Evaluacion.pdf>

- Riofrio, D. (2016). *Boletín de Estadísticas Turísticas*. Ecuador, Pichincha, Quito: Inec. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>
- Rojas, M. D. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Bogotá: Ecoe. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=bNzDDQAAQBAJ&pg=PT10&dq=formulacion+evaluacion+de+proyectos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiyyMvJmbPjAhWIGM0KHdFeDPcQ6AEILTAB#v=onepage&q=formulacion%20evaluacion%20de%20proyectos&f=false>
- Salazar, D. A. (2016). LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO ORGANIZACIONAL Y EL CAPITAL INTELECTUAL EN EL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS . *UTE*.
- Santos, M. A. (2016). Calidad y satisfacción: El caso de la universidad de Jaén. *RESU*, 3-4.
- Sanz, J. M. (2015). *Introducción a la investigación de Mercado*. Madrid: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ZjSuCAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+de+estudio+de+mercado++2010&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEWjB0-yPxu7eAhVoTt8KHWokD3cQ6AEIYTAJ#v=onepage&q=definicion%20de%20estudio%20de%20mercado%20%202010&f=false>
- Valencia, W. A. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Facultad de Ingeniería Industrial*, 16(1), 80-84.
- Valverde, J. F. (2017). *Marketing Internacional*. (Copyright, Ed.) Madrid , España: Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=mgMoDwAAQBAJ&pg=PR14&dq=libro+de+marketing+mix&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEWjZ3Yni3bPjAhWBGM0KHl2BY8Q6AEIODAD#v=onepage&q=producto&f=false>
- Velasquez, M. O. (2016). *Marketing conceptos y aplicaciones*. Barranquilla, Colombia : Verbum. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=jfVDDgAAQBAJ&pg=PA172&dq=marketing+plaza+o+distribucion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_gY\\_n6rPjAhVEaM0KHTQ0AoEQ6AEIMjAC#v=onepage&q=marketing%20plaza%20o%20distribucion&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=jfVDDgAAQBAJ&pg=PA172&dq=marketing+plaza+o+distribucion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi_gY_n6rPjAhVEaM0KHTQ0AoEQ6AEIMjAC#v=onepage&q=marketing%20plaza%20o%20distribucion&f=false)

# **Anexos**

## Anexo 1: Matriz de consistencia - Variable Independiente

Titulo	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores
<p>“Creación de una cafetería “Coffee Young” En el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, Año 2018”</p>	<p>¿Cómo crear una cafetería financieramente factible, que elabore y comercialice productos saludables, a fin de contribuir con la satisfacción del cliente del cantón Santa Elena?</p>	<p><b>General</b></p>	<p>A través del diseño de un plan de negocio se puede crear una cafetería financieramente factible de elaboración y comercialización de comida que permitirá la satisfacción del cliente del cantón Santa Elena.</p>	<p><b>V.I</b> Creación de una cafetería.</p>	<p>Estudio de Mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Demanda</li> <li>• Marketing mix</li> </ul>
		<p>Diseñar una Cafetería de elaboración y comercialización de comida saludable a través de la aplicación de técnicas de investigación de mercado y de factibilidad financiera, para contribuir la satisfacción del cliente de los habitantes del cantón Santa Elena.</p>			<p>Estudio Técnico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localización</li> <li>• Equipos</li> <li>• Instalaciones</li> </ul>
		<p><b>Tareas científicas</b></p>			<p>Estudio Organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organigrama</li> <li>• Manual de funciones</li> <li>• Selección del personal</li> </ul>
		<p>Elaborar un diagnóstico situacional para el conocimiento de oportunidades y amenazas en la creación de una empresa de elaboración y comercialización de productos saludables.</p>			<p>Estudio Legal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constitución de trabajo</li> <li>• Ley de compañías</li> </ul>
<p>Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de los habitantes del Cantón Santa Elena.</p>	<p>Estudio Económico - financiero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos</li> <li>• Egresos</li> <li>• Financiamiento.</li> </ul>				
<p>Diseñar un plan de negocio para la creación de una cafetería de producción y comercialización de productos saludables.</p>						

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Limones Merejildo Edinson.

## Anexo 2: Matriz de consistencia -Variable Dependiente

Titulo	Problema	Objetivos	Idea a defender	Variable	Dimensiones	Indicadores
<p>“Creación de una cafetería “Coffee Young” En el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, Año 2018”</p>	<p>¿Cómo crear una cafetería financieramente factible, que elabore y comercialice productos saludables, a fin de contribuir con la satisfacción del cliente del cantón Santa Elena?</p>	<p><b>General</b></p>	<p>A través del diseño de un plan de negocio se puede crear una cafetería financieramente factible de elaboración y comercialización de comida que permitirá la satisfacción del cliente del cantón Santa Elena.</p>	<p><b>V.D</b> Satisfacción del cliente</p>	<p>Servicio</p>	<p>Atención al cliente</p>
		<p><b>Tareas científicas</b></p>			<p>Expectativas</p>	<p>Calidad del servicio</p>
		<p>Elaborar un diagnóstico situacional para el conocimiento de oportunidades y amenazas en la creación de una empresa de elaboración y comercialización de productos saludables.</p>			<p>Rendimiento percibido</p>	<p>Percepción del cliente</p>
		<p>Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de los habitantes del Cantón Santa Elena.</p>				
		<p>Diseñar un plan de negocio para la creación de una microempresa de producción y comercialización de productos saludables.</p>				

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### Anexo 3: Estados Financieros

CAFETERÍA COFFEE YOUNG		EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	
BALANCE INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
<b><u>Activo Corriente</u></b>		<b><u>Pasivo no corriente</u></b>	
Caja – Banco	\$9,087.25	Préstamo Bancario	\$ 15,000.00
Inv. Final Materia Prima	\$ -		
Inv. Final Productos Terminados	\$ -		
Inv. Final Productos en Proceso	\$ -		
<b>TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 9,087.25</b>	<b>TOTAL, PASIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 15,000.00</b>
<b><u>Activos Fijos</u></b>		<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
Equipos de Producción/Maquinarias	\$ 2,112.00	<b><u>Patrimonio</u></b>	
Muebles y Equipos	\$ 2,118.00	Capital Social	
Equipos de Oficina	\$ 1,120.00	Aporte en efectivo	\$ 1,256.95
Menaje de Cocina	\$ 613.70	Aporte en bienes	\$ 700.00
Equipos de Computación	\$ 1,291.00		
<b>TOTAL, ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 7,254.70</b>	<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	<b>\$ 1,956.95</b>
<b><u>Activos Diferido</u></b>			
Gastos de Constitución	\$ 615.00		
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDO</b>	<b>\$ 615.00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$16,956.95</b>	<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 16,956.95</b>

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

## Anexo 4: Formato de encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.



**Objetivo:** Determinar la creación de una cafetería “Coffee Young” en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2018.

Estimado participante: la presente es una encuesta con fines de investigación. Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una “X”, en el recuadro respectivo. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima.

### **Datos generales:**

**Edad:** (.....)      **Género:**    Masculino (.....) Femenino (.....)  
LGBTI (.....)

### **Nivel de Instrucción:**

Sin Estudio (...) Primaria Incompleta (...) Primaria Completa (...)

Secundaria Incompleta (...) Secundaria Completa (...) Hasta 3 años  
educación superior (...) 4 o más años educación superior (...) Post  
grado (...)

1. ¿Le gustaría que exista una nueva cafetería en la cabecera cantonal de Santa Elena?

SI

NO

2. ¿Le gustaría a usted adquirir productos de desayuno fáciles y saludables en la nueva cafetería?

SI

NO

Si su respuesta es No, termina la encuesta.

Si su respuesta es No, termina la encuesta.

Una cafetería es un lugar donde se puede disfrutar de un café y el servicio a la mesa, podemos ofrecer desayunos saludables, ricos en energía y vitaminas,

3. ¿De las siguientes listas de productos alimenticios hecha en la región, seleccione cual preferiría comprar en una cafetería? (puede seleccionar más de una opción).

4. ¿De las siguientes listas de bebidas hecha en la región, seleccione cual preferiría comprar en una cafetería en un mes?

Humitas redondas

Bolón de verde (Queso, pollo, carne)

Sanduches (pollo, carne)

Tortas de harina (tortilla de maíz, tortillas)

Postres (frutas)

Otros

Chocolate caliente

Café (Expresso, Cappuccino, americano)

Jugos Naturales (Botellas de frutas)

Te aromático (Canela, manzanilla, hierba luisa etc.)

Batidos (Fresa, Banano, Durazno)

Coffee Young Productos	Humitas redondas		Bolón de verde		Sanduches		Tortas de harina		Postres	
	Frec	Cant	Frec	Cant	Frec	Cant	Frec	Cant	Frec	Cant
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.

Semanal

Mensual

Semestral

5. Con respecto a las preguntas anteriores 3 y 4. ¿con que frecuencia usted compraría estos tipos de productos de comida saludable y bebidas en la región para el cuidado de su salud?



**10. ¿A través de que medios le gustaría recibir información sobre los productos alimenticios?**

Radio (La otra, La chola, Canela, Amor, Canela, Antena 3)

Tv local (Brisa tv, Sumpa Tv)

Periodicos (Extra, Super)

Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, You tube).

**11. ¿Considera usted que al crearse la cafetería contribuirá a la satisfacción del cliente y a una alimentación sana en el cantón Santa Elena?**

**SI**

**NO**

**Porque** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**“Le agradecemos por su colaboración y tiempo prestado”**

## Anexo 5: Tarjeta de Presentación



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson*

## Anexo 6: Evidencia Fotográfica



**Anexo 7: Local de arriendo**



*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*

### Anexo 8: Presupuesto de Trabajo de Titulación

<b>PRESUPUESTO DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Recursos Materiales</b>			
Resma de papel A4	\$ 3,90	8	\$ 31,20
Bolígrafos	\$ 0,35	4	\$ 1,40
Sobre manila	\$ 0,30	3	\$ 0,90
Lapiceros	\$ 0,35	4	\$ 1,40
Borrador	\$ 0,30	3	\$ 0,90
<b>Recursos Tecnológicos y Técnicos</b>			
Impresora	\$ 380,00	1	\$ 380,00
Laptop	\$ 8.50	1	\$ 8.50
Servicio de internet	\$ 50.00	1	\$ 50,00
<b>Medios</b>			
Transporte			\$ 0,60
<b>Otros</b>			
CD'S	\$ 1.35	1	\$ 1,35
Diseño de localización	\$ 20.00	1	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 496.25</b>
			

*Elaborado por: Limones Merejildo Edinson.*