Universidad del Azuay

FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Tema:

EMPRENDIMIENTO DE UN AUTO - SERVICIO CAFETERÍA

Diseño De Tesis

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autoras: Mónica Álvarez
Cristina Arias

Director: Dr. Jorge Paredes Roldán

Cuenca-Ecuador
2011

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Mirian Arévalo Barahona, que es de esa clase de personas que lo comprenden todo y porque me dio la vida; ya que es mi hermana, amiga y sobre todo mi mamá, mi madrecita adorada.

Le doy gracias a Dios y a la Virgen por tenerla conmigo, el de darme toda la felicidad que yo esperaba; con sus frases reconfortantes, su apoyo incondicional. Aprecio mucho lo que el Señor me da en la vida. Y a mi padre aunque dormido en la eternidad está conmigo, porque siempre quiso lo mejor de mí. Te amo.

A mi Abuelita Melanea Barahona que nunca escatimó esfuerzo y sacrificio por formarme, y verme convertida en persona de provecho, a mi hermana Tatiana y a todas las personas que de alguna u otra manera depositaron en mi su amistad, amor y confianza logrando que culmine mi carrera profesional, Y en especial a ti madre te amo.

Para ustedes con todo mi amor.

Mónica Alexandra Álvarez Arévalo

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a todas las personas que durante toda mi vida estudiantil me brindaron su apoyo incondicional, en especial a mis padres Rolando y Bertha ellos son mis pilares para seguir adelante ya que con su ejemplo de perseverancia y lucha me han enseñado a enfrentarme con responsabilidad las situaciones que se me presenten. También a mi hermano Pedro y amigas por toda su, paciencia respaldo y apoyo incondicional.

Cristina Arias Vásquez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por esa fortaleza que siempre impartió en nosotros en todo momento y la oportunidad de aprender, mejorar y de crecer junto a personas tan especiales.

A nuestras familias gracias por el apoyo y paciencia durante todos estos años.

A todos los profesores de la Escuela de Administración de Empresas que nos han guiado y formado en nuestra carrera profesional en especial al Dr. Jorge Paredes por su ayuda y tiempo que le dedico a la realización de este trabajo

RESUMEN

La idea de desarrollar este emprendimiento, surge a partir de las necesidades de innovación que las personas buscan al momento de adquirir un producto o un servicio en la ciudad de Cuenca.

Por ello mediante una institución dedicada al desarrollo e incubación de proyectos nuevos inspirados por gente que busca innovar en el mercado actual. Hemos decidido presentar la factibilidad de emprender un auto servicio cafetería, combinado con productos de comida adecuados para personas que no poseen el tiempo suficiente para consumir algún producto dentro de un local.

En cuanto a este emprendimiento hemos podido analizar generalidades, estudio de mercado, así como la descripción del servicio, el análisis técnico y económico del proyecto.

ABSTRACT

This project emerges from the customers need to find innovative products and services in the city of Cuenca.

For this reason, it is through an institution dedicated to the creation and development of original projects, which are intended to renovate the actual market that we have decided to present the feasibility of creating a self service cafeteria that allows customers to combine adequate food products when they don't have the time to eat the food in the establishment.

As for this venture, we have been able to perform a market study and analyze its general aspects as well as describe the service and make a technical and economical analysis of the project.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
DEPARTAMENTO DE INGLES
COORDINADORA

Translated by,

Diana Lee Rodas

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA i

AGRADECIMIENTO iii

RESUMEN iv

ABSTRAC v

CAPÍTULO I

1 GENERALIDADES.

1.1 Introducción. 1

1.2 Misión. 2

1.3 Visión. 3

1.4 Valores. 3

1.5 Principios. 3

1.6 Objetivos. 4

1.6.1 Objetivo General. 4

1.6.2 Objetivo Específico. 4

1.7 Organigrama Funcional de la empresa. 4

CAPÍTULO II

2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

2.1 Aspectos Legales. 10

2.2 Descripción del servicio. 15

2.2.1 Proceso atención al cliente 15

2.3 Disponibilidad de suministros e insumos. 18

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Determinación del tamaño de la muestra. 20

3.1.1 Diseño de la encuesta. 23

3.1.2 Procesamiento de la información. 24

3.1.3 Análisis e interpretación de las encuestas realizadas. 33

3.2 Portafolio de Productos. 33

3.2.1 Descripción del Proceso Productivo 35

3.3 Mercado Objetivo. 87
3.3.1 Competencia Directa. 88
3.3.1.1 Foda de la competencia. 88
3.3.1.2 Matriz del Perfil Externo. 90
3.3.1.3 Matriz de Factores Internos. 91
3.3.2 Fuerzas de Porter. 92
3.4 Políticas de Marketing. 98

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Análisis Técnico. 104
4.1.1 Determinación del tamaño óptimo del proyecto. 104
4.1.2 Localización optima. 105
4.1.3 Distribución del Local. 107
4.2 Inversión Inicial. 110
4.3 Costos de Operación. 113
4.4 Fuentes de Financiamiento. 115
4.5 Cuadro de Asignación de Precios. 116
4.6 Cuadro de ingresos por ventas mensuales. 117
4.7 Punto de Equilibrio. 118
4.8 Evaluación Económica Financiera. 119
4.9 Análisis de Sensibilidad. 124

CAPÍTULO V

5.1 Conclusiones y Recomendaciones. 128
5.2 Bibliografía 130
5.3 Anexos 131

Coffee Auto-Servicio

Disfrutar de un café en el camino

CAPÍTULO I

GENERALIDADES:

EMPRENDIMIENTO

1.1 INTRODUCCIÓN

Este emprendimiento surge porque consideramos que las empresas de comida forman parte de una de las inversiones más rentables en el mercado actual. Por tal motivo este proyecto consiste en abrir una Cafetería Auto-Servicio que permite a los clientes una opción distinta que la que se puede obtener en un restaurante común, ofreciendo productos alimenticios sin salir de sus automóviles.

Este emprendimiento nace a partir de los siguientes aspectos:

1. La globalización y el desarrollo económico del mundo actual, ha hecho que la población tenga cada vez menos tiempo ya que datos del Diario el Mercurio[1] afirman que tan solo para pasar un semáforo se neZcesita aproximadamente 15 minutos, siendo una de las principales consecuencias del tráfico en la ciudad por lo que muchas personas se ven obligadas a comer en poco tiempo y consumen alimentos calificados como "comida rápida". Aprovechando que el tráfico es una amenaza para la rentabilidad del negocio, la creamos especializada en el servicio exclusivo de cafetería con auto-servicio. De esta forma canalizamos el tráfico para nuestro local pero únicamente el tráfico que deseamos, el de nuestra clientela. El mercado de comida, en la última década ha tendido a dar este tipo de soluciones rápidas modificando sus menús e incluso su ubicación e infraestructura.
2. Por ello nace la necesidad de elaborar un estudio de factibilidad sobre la creación de un Auto-Servicio Cafetería, que brinde una alternativa sana de comida rápida y cafetería, que contribuirá a satisfacer las necesidades del mercado actual.
3. Al funcionar este tipo de negocio en otros países como Mcdonalds, Starbuckscoffee, Tim Hortons [2]en Estados Unidos, La viabilidad de que este negocio funcione en el Ecuador se fundamenta en que el éxito de la comida

[1] http://www.elmercurio.com.ec/236537-el-trafico-en-%E2%80%9Choras-pico%E2%80%9D-se-vuelve-desesperante.htm

[2] http://www.mcdonalds.com http://www.starbuckscoffee.com http://www.timhortons.com

rápida se debe por encima de todo a su imagen positiva, juvenil y moderna según Fábrega[3] y al ser una idea extranjera complementada con productos tradicionales de nuestra región sería la fusión idónea para atraer la atención del mercado.

1.2 MISIÓN

Misión es la razón de ser de la empresa.[4]

Aspectos básicos que integraron la misión:

El concepto del negocio.- La actividad principal de la empresa, es la entrega rápida y eficiente del producto.

Mercado.-Clientes que no cuentan con el tiempo necesario para alimentarse dentro de su hogar.

Filosofía.- Es una de las aspiraciones fundamentales de la empresa que es satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor.

> Somos un concepto innovador de cafetería que brinda el servicio directo a su automóvil permitiendo optimizar el tiempo que lleva el acelerado ritmo de vida de la sociedad.

[3] www.revistasice.com/cachePDF/BICE_2898_51-60_DF87D49EEC76C8A9BEDE386F1B4BCF.pdf

[4] Texto guía elaborado por el Ing. Pablo Rosales pág. 2.

1.3 VISIÓN

La visión se fundamentó en comprometer a la empresa en los objetivos planeados y establecer su dirección a largo plazo.

Ser de Coffee Auto-Servicio una empresa reconocida que se encuentre en la mente de los consumidores ofreciendo una opción distinta a los restaurantes tradicionales.

1.4 VALORES

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Trabajo en equipo.
- Buena atención al cliente.
- Innovación.
- Aseo Permanente.
- Compromiso.

1.5 PRINCIPIOS

- Excelente calidad en los productos.
- Aceptar las sugerencias del consumidor sin prejuicios.
- Los clientes son la clave de nuestro éxito y estamos comprometidos con ellos.
- Mantener un ambiente de armonía entre administradores, empleados y clientes.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General

- Mantener a nuestra empresa dentro del mercado competitivo a través de la diferenciación y productividad del servicio ofrecido. Además crecer a largo plazo, de tal manera que se puedan introducir nuevos elementos tales como personal, nuevos productos, etc.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Diseñar varios combos para satisfacer los diferentes gustos que presenta el mercado.
- Tener un personal calificado para la atención al cliente.
- Precio accesibles.

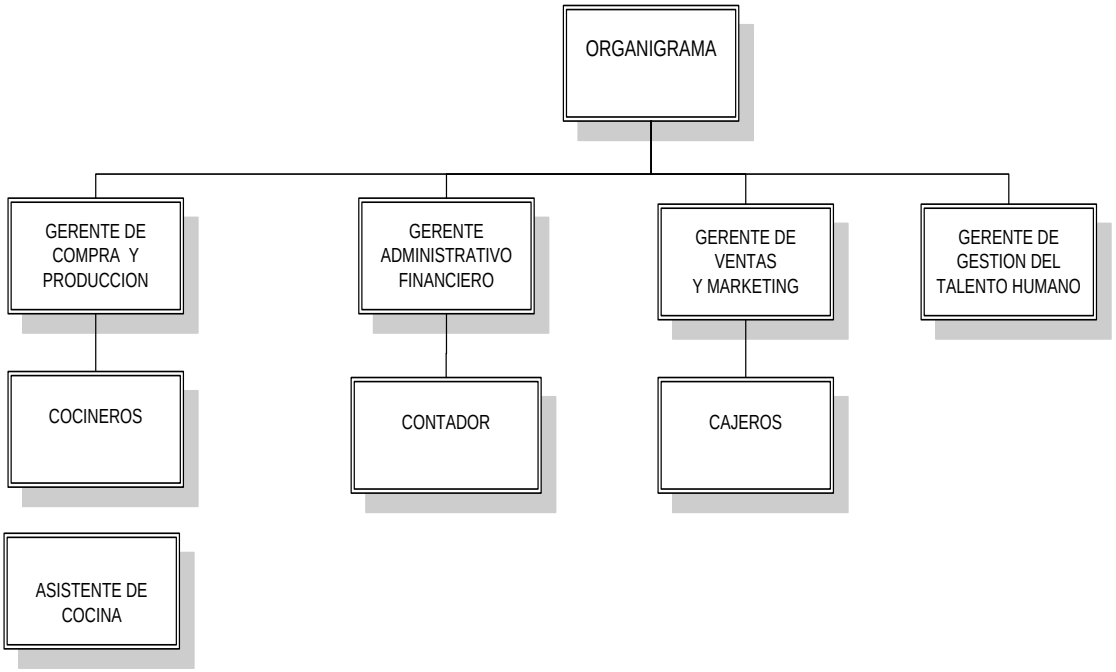
1.7 ORGANIGRAMA COFFE AUTO – SERVICIO

El organigrama permitirá definir claramente las eventuales líneas de autoridad y responsabilidad; así como los posibles canales de comunicación y supervisión que acoplan los diversos elementos del sistema organizativo. Son las más usadas y, por lo mismo, fácilmente comprendidas.

Acorde con el modelo de negocio propuesto, hemos considerado idóneo estructurar un organigrama de tipo general con una disposición geométrica vertical; ya que muestra la jerarquía orgánica en sus niveles desde él más alto hasta el más bajo.

Basado en las clasificaciones planteadas por Enrique B. Franklin (en su libro "Organización de Empresas") y Elio Rafael de Zuani (en su libro "Introducción a la Administración de Organizaciones").[5]

[5] http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html



ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Como se puede apreciar en el organigrama, la empresa cuenta con los siguientes departamentos y el personal que se contrataría para las diferentes funciones teniendo estrecha relación con los servicios y productos a ofrecer.

- **Gerente de Producción y Compras** (Mónica Álvarez)

Funciones

- Planificación de la producción.
- Gestión de los procesos de producción o fabricación.
- Revisar cumplimiento de todos los parámetros operativos de cada día de producción.
- Reportar al Gerente General resultados de cada día.
- Auditorias de Inventarios.
- Compra de materia prima.
- Manejo de materia prima e ingredientes.
- Procedimiento en bodega.

Competencias

- Conocimientos normas de seguridad y control de calidad.
- Control de stocks y la gestión de almacenes.
- Liderar al equipo de producción.

Chef

Funciones

- Elaboración de los platos enlistados en el menú.
- Servicios de mantenimiento y reparación.
- Maquinarias y equipos.
- Productividad y eficiencia.

Competencias

- Capacidad de mantener buenas relaciones con sus subordinados y jefes.
- Conocimientos gastronómicos adecuados para las funciones que va a desempeñar.
- Iniciativa y pro actividad.

Funciones

Asistente

- Participar en la elaboración de platillos.
- Supervisión del buen estado de la materia prima necesaria.
- Controlar la limpieza de los utensilios y maquinaria.

Competencias

- Capacidad de mantener buenas relaciones con sus subordinados y jefes.
- Conocimientos básicos de los utensilios y maquinaria.
- Procedimiento en etiquetado y encartonado.

- **Gerente Administrativo Financiero** (Adriana Calle)

Funciones

- Gestión y previsión de tesorería.
- Elaboración y control de presupuestos.
- Coordinación de pagos de servicios varios.
- Auditoría Interna.
- Cobros y pagos.
- Relación con asesorías externas fiscales, contables y/o laborales.
- Preparar la proforma presupuestaria de acuerdo con la programación de las áreas de las empresas.
- Establecer de forma diaria y mensual, los flujos de caja de la empresa.

Competencias

- Tener la capacidad de organizar, coordinar, dirigir y controlar las actividades financieras de la empresa, asegurando su correcto funcionamiento de conformidad con las normas legales, principios generales, políticas de la empresa y las instrucciones de la Gerencia General.
- Poder de decisión.
- Ser ético y responsable en el manejo de datos de la empresa.
- Manejo de idiomas.

Funciones

Contador

- Revisión de todos los movimientos contables.
- Presentación a la gerencia de los estados financieros.
- Llenado de formularios.

Competencias

- Conocimiento de leyes tributarias.
- Conocimiento de programas contables.
- Actitud emprendedora.

- **Gerente de Ventas y Marketing** (Cristina Arias)

Funciones

- Marketing.
- Planificación comercial.
- Análisis de los precios.
- Políticas y técnicas de promoción de ventas.
- Distribución.
- Publicidad.
- Gestión de la comercialización.
- Relación con clientes y proveedores.
- Estudio y conocimiento de la competencia.
- Evaluar la calidad constante de los distribuidores intermediarios.
- Evaluar la calidad de los servicios proporcionados por la empresa.

Competencias

- Capacidad de mantener buenas relaciones con sus subordinados, jefes y especialmente con los clientes.

- Aptitudes de liderazgo y manejo de conflictos.
- Fluidez verbal.
- Personalidad atrayente y cortés.

Funciones

Cajera

- Encargada del cobro de las facturas emitidas.
- Responsable del cierre de caja al final del día.
- Custodiar el dinero recaudado por las ventas.
- Realizar actividades básicas de contabilidad.
- Verificar el abastecimiento de suministros de oficina que requiera para su labor.

Competencia

- Capacidad de mantener buenas relaciones con sus compañeros y jefes.
- Conocimientos de contabilidad general.
- Manejo de programas contables.
- Carácter muy discreto y responsable.
- Destreza manual y fluidez verbal.
- Capacidad de interrelaciones personales.

➢ **Gerente de Recursos Humanos** (Diana Chasi)

Funciones

- Se encarga de la nómina del personal, buscando siempre los apropiados para su respectivo cargo.
- Selección de personal.
- Contratación de personal.
- Formación del personal.
- Valoración de tareas.
- Coordinación del proceso de contratación del personal.
- Sistemas de remuneración del personal: salarios y primas.
- Administración de salarios.
- Comunicación interna.
- Convenios colectivos.
- Resolución de conflictos laborales.
- Servicios complementarios: comedores, servicios médicos, etc.

- Organización del personal dentro de la empresa.
- Relación con Mutuas de Accidentes y similares.
- Despidos de personal.
- Relación con los abogados de la empresa.

Competencias

- Capacidad de relacionarse con los diversos niveles de RRHH de la empresa.
- Don de mando y liderazgo participativo.
- Adaptabilidad a las distintas situaciones laborales.
- Personalidad equilibrada.
- Discreción sobre el manejo de los distintos aspectos empleados-empresa.

CAPÍTULO II

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

2.1 ASPECTOS LEGALES

Tipo de Compañía.

Coffee Auto-Servicio es una Compañía de Responsabilidad Limitada[6], de acuerdo al art. 93 (1er. inc.) "La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva"

Esta sociedad mercantil está sujeta a la vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías y para su funcionamiento del concurso de tres hasta quince socios y un capital no menor de cuatrocientos dólares.

El objeto social de la compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías. Por todos estos aspectos, consideramos que la compañía de responsabilidad limitada es la más apropiada para constituir nuestra empresa.

Capital de la Compañía.

Art. 102 LCom. (Formación) El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al fijado por el Superintendente de Compañías. Al constituirse la compañía el capital estar íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el 50% de cada participación".

Las Aportaciones serían las siguientes:

Mónica Álvarez	$9.000
Cristina Arias	$9.000
Adriana Calle	$9.000

[6]http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf

Diana Chasi $9.000

Forma de Constituir la Compañía.

La compañía se constituirá mediante escritura pública que será otorgado por todos los socios.

Art. 137. LCom. (Contenido de la escritura de constitución).

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales o jurídicas, la nacionalidad y domicilio.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. Duración de la compañía.
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y page en numerario o especie.
8. La forma en que se organizara la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirla.
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se oponga a la ley de compañías.

Requisitos para la obtención del RUC

- **Registro Único de Contribuyentes de Sociedades.**[7]
  - Original y copia **CLARA** de la cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal o pasaporte.
  - Original y copias del Nombramiento Legalizado inscrito en el Registro Mercantil (Sociedades bajo la Superintendencia de Compañías).

[7] http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/regruc.PDF

- Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable, de los últimos tres meses anteriores a la fecha de emisión.
- En el caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad, o del pasaporte y fotocopia del censo; y,
- En caso de artesanos calificados la copia de la calificación artesanal.

Requisitos para la Patente.[8]

- Comprar formulario "Declaración de Capital para el pago de impuestos y obtención de la Patente Municipal" en la ventanilla #11 de Tesorería Municipal.
- Presentar copia legible del RUC actualizado de la compañía.
- Presentar copia legible de la declaración del Impuesto a la Renta del período a declarar.
- Presentar cuadro distributivo por cantones en función de los Activos firmado por el Contador. (Cuando hay actividad económica en mas de un cantón o en diferente jurisdicción).
- Presentar copia de las Escrituras de Constitución cuando es por primera vez.
- Llenar el formulario a máquina o con letra clara.
- Adjuntar a la declaración todos los requisitos indicados y acercarse a las ventanillas de Rentas Municipales para la respectiva emisión del Título de Crédito.
- Cancelar en ventanillas de Tesorería Municipal el correspondiente valor del impuesto causado.
- No se aceptará documentación ilegible, incompleta o con borrones.

Tarifa de la Patente.

La tarifa del impuesto de patente, de conformidad con el Art. 383 de la Ley Orgánica de régimen Municipal, no podrá ser menor a US $ 10,00 ni mayor a US $ 5.000,00, y será el valor que resulte de la aplicación de la siguiente tabla:

[8] www.cuenca.gov.ec/tramite.php

De $400.00 a $2,500.00
Impuesto sobre fracción básica: 10.00%
Impuesto sobre fracción excedente: 1.00%

De $2,500.01 a $5,000.00
Impuesto sobre fracción básica: 31.00%
Impuesto sobre fracción excedente: 0.60%

De $5,000.01 a $7,500.00
Impuesto sobre fracción básica: 46.00%
Impuesto sobre fracción excedente: 0.50%

Dependiendo de la actividad, se requiere del permiso Sanitario.[9]

Trámite para el Permiso Sanitario.

Presentar la solicitud a la autoridad de salud en el formulario único con tres copias, que contiene lo siguiente:

- Nombre o razón social del solicitante.
- Nombre completo del producto.
- Ubicación de la fábrica (ciudad, calle, número, teléfono).
- Lista de ingredientes utilizados (incluyendo ingrediente). Los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.
- Número de lote.
- Fecha de elaboración.
- Formas de presentación del producto, envase y contenido en unidades del sistema internacional, de acuerdo a ley de pesas y medidas, y tres muestras de etiquetas de conformidad a la norma inen de rotulado.
- Condiciones de conservación.

[9] http://www.fedexpor.com/site/attachments/article/58/req_permiso_sanitario.pdf

- Tiempo máximo para el consumo y,
- Firma del propietario o representante legal y del representante técnico, debidamente registrada en el Ministerio de Salud.

Permiso Bomberos.[10]

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento.

• Presentar solicitud del permiso del Municipio.
• Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.
• Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
• El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.

Razón Social de la Compañía

De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) existe la libre disponibilidad de otorgar el nombre o razón social de:

"COFFEE AUTO-SERVICIO CÍA. LTDA."

Llevará este nombre porque está enfocado a la idea principal del negocio, fundamentándose en la bebida principal que vamos a ofrecer, complementándonos con el servicio de drive-thru (auto-servicio). Este nombre permitirá asociar fácilmente el servicio que se ofrecerá.

Eslogan de la Compañía

Concepto. "Es el término que designa la propuesta fundamental del comunicado publicitado, argumento que despierta la motivación para la compra de un producto"[11]

"Disfrutar de un café en el camino"

Este eslogan fue elegido porque el café siempre es visto como un pretexto para relajarse, el café es como parte de la rutina del trabajo para la mayoría de las

[10] www.bomberos.gov.ec/page-95requisitos_para_permisos.htm

[11] Nueva Enciclopedia Larousse. Novena Edición. Editorial Planeta, Barcelona.2003

personas. Siempre hay quien se escapa de la oficina por un par de capuccinos o los que antes de ingresar o salir de su trabajo gustan consumir una tasa de café.

Logotipo de la Compañía.

Fue creado en base al público al que va dirigido con colores que se están usando actualmente y la imagen principal que nos identifica en la comercialización del producto.

ELABORADO POR: GRAFICOS LOZANO

Domicilio de la Compañía.

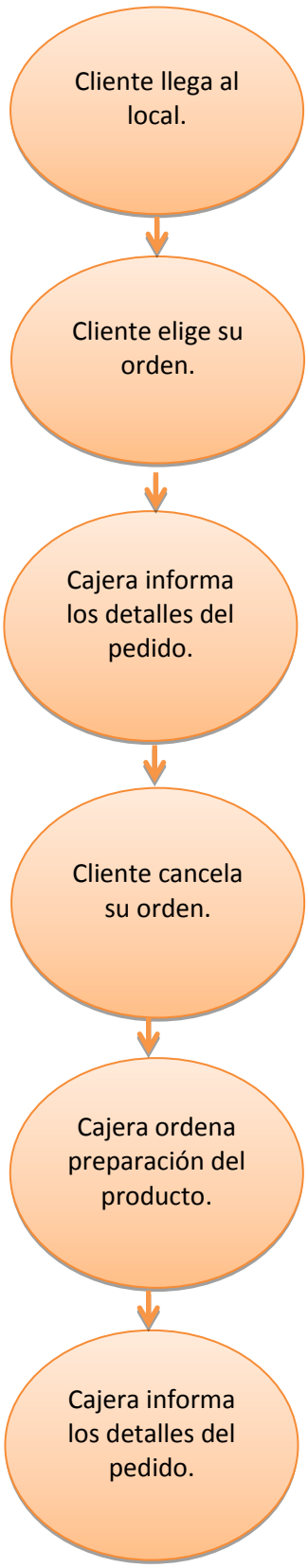
La empresa contará con un domicilio preestablecido dentro del territorio urbano de la ciudad de Cuenca ubicado en la avenida 10 de Agosto y Ricardo Muñoz.

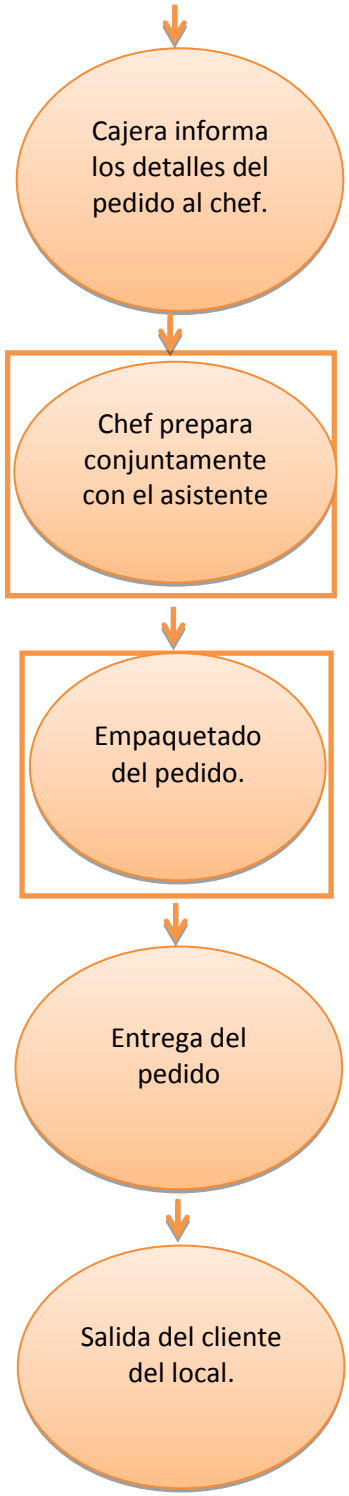
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Es un establecimiento que está dirigido a ofrecer el servicio de cafetería, donde las personas podrán adquirir el producto sin la necesidad de salir de su vehículo.
El servicio que se ofrecerá será rápido y eficiente, con el fin de que los consumidores no pierdan mucho tiempo al momento de adquirir el producto.

2.2.1 Proceso de atención al cliente

Elaboramos un diagrama de operaciones que nos permita comprender perfectamente el problema, y determinar en qué áreas existen las mejores posibilidades de mejoramiento.


Cliente llega al local.
Cliente elige su orden.
Cajera informa los detalles del pedido.
Cliente cancela su orden.
Cajera ordena preparación del producto.
Cajera informa los detalles del pedido.



ELABORADO POR: LAS AUTORAS

2.3 DISPONIBILIDAD DE SUMINISTROS E INSUMOS.

Selección de equipos

Para la elección de la maquinaria se ha tomado en cuenta lo siguiente.

Características técnicas

- Capacidad y velocidad.
- Confiabilidad.

Características de operación.

- Atención de los proveedores
- Garantía.
- Mantenimiento.

A continuación está una lista de los siguientes equipos necesarios para la operación y funcionamiento del auto servicio cafetería basados en la proforma adquirida en Equindeca.

EQUINDECA

SOLUCIONES PARA HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA CÍA.LTDA.

23-Jun-2011	Cliente:	Srta. Cristina Arias	PROF:	RO.11.06.40
Ref: CS01-7263	Tel/Fax/email:	084895710 / crisarias_89@hotmail.com	Ciudad:	

#	COD.	CANT.	DESCRIPCIÓN	P. LISTA	TOTAL
1	010101	1	FREIDORA ABIERTA: Marca:FRYMASTER Modelo:GF14SD A gas. Frente, puerta y pozo construido en acero inox. Multiproposito. Control tipo milivoltio. Potencia: 100.000 BTU/hr. El área de freir es de 30.5cm x 38.1cm. Frie 65 libras de papas congeladas/hora. Diseño de recipiente abierto, sin tubos. Puerta frontal de cierre magnético y viene con 2 canastillas con manijas aisladas. Capacidad:15-20 litros Peso Kg:52 Medidas ext.cm:40.3x71.4x102.9	1,988.63	1,988.63
2	090518	1	COCINA INDUSTRIAL: Marca:U.S. RANGE Modelo:SX-6-24BG-26 Frente, laterales y repisa alta en acero inox. 6 hornillas. horno, plancha y gratinador. Hornillas de 22.000 BTU/h c/u. 3 pesadas parrillas. Su parte derecha presenta una amplia plancha en acero rectificado de 52,5 x 60,5 cm para asar. Su parte frontal presenta 1 horno de 34 x 66,5 x 55 cm. con interior porcelanizado, Potencia 30.000 BTU/hr. Rango de temperatura hasta 260°C. Una plancha de 60.9 x 52.1 cm. Potencia de 14.000 BTU/hr. Peso Kg:387 Medidas ext.cm:152.4x84.1x110.2	5,974.50	5,974.50
3	361612	1	LICUADORA: Marca:WARING Procedencia:USA Modelo:HGB140. Vaso policarbonato. 1,5 HP. Capacidad:1/2 galón.	523.11	523.11
4	585001	1	MESAS PARA PREPARACION DE ALIMENTOS: Marca:TRUE Procedencia:Americana Modelo:TSSU-27-8 1 puerta. 2 rejillas plastificadas regulables. 8 bandejas de 1/6 (17.5 x 15.3 x 10.2) de policarbonato. Mantiene temperaturas de 0.5°C a 5°C en las bandejas. Parte frente, superior y lados de acero inoxidable. Cubiertas aisladas de acero inoxidable. Parte trasera acabado en aluminio. Interior - lados y parte superior de aluminio blanco, piso de acero inoxidable. serie 300 con esquinas cóncavas. Tapa y cubierta trasera desmontable. Ruedas de 12.7 cm de diámetro. Manijas empotradas. Ventilación frontal. Con ruedas de 2 1/2". Capacidad:6,5 pies cúbicos/185 litros Peso Kg:91 4.9 amp Medidas ext.cm:70.2x76.6x93.4	2,623.92	2,623.92
5	496106	1	SANDUCHERA: Marca:STAR Modelo:GR10I Para trabajo pesado. Ideal para hamburguesas congeladas, sandwiches, cames, etc. Grill alto y bajo de acero. Termostato de 79 a 302°C. Timer digital con timbre de alarma. Area de plancha de 25 x 25 cm. Canal frontal para caida de aceite. 1800 watts. Peso Kg:28.1 120v 15 amp Medidas ext.cm:40.9x53.7x73	2,055.30	2,055.30
6	456002	1	JUGUERA: Marca:CRATHCO Modelo:D25-4 Para liquidos sin pulpa. Tanque de plástico resistente son esquinas redondeadas. Capacidad:Dos tanques de 18,5 litros c/u. Peso Kg:34.9 115v/60hz 5.5 amp Medidas ext.cm:44x38x69	1,371.12	1,371.12
	496101	1	TOSTADOR Marca: STAR. Modelo: QCS1-350. Construcción en ace. Inox. Produce 350 tostadas por hora. 120V/60 hz/1ph. 13,8 amps. 1600 watts. Dimensiones ext.: 36,2 x 47,9 x 33,6 cm	1,270.38	1,270.38
	969702	1,000	VASO CARTÓN BISTRO 6 oz.	0.06	60.00
	969731	1,000	TAPA PLASTICA Vented lid. Para vasos de 6 oz.	0.04	40.00
	969740	1,000	COPA PLASTICA CLEAR 8 oz.	0.09	90.00
	9697101	1,000	BANDEJA PLASTICA 16 oz.	0.28	280.00
	9697102	1,000	TAPA PLASTICA PARA BANDEJA 16 oz.	0.12	120.00

Subtotal:	16,396.96
IVA 12%:	1,967.64
Total:	18,364.60

RENE OCHOA.EQUINDECA CIA. LTDA.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL MERCADO:

3.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Segmentación del mercado

La segmentación de mercado nos sirve para identificar los posibles consumidores, por medio de características que los identifican, dentro y fuera del mercado meta, y así poder obtener un mejor resultado en cuanto a ventas y distribución del producto o servicio, teniendo una idea más clara del mercado al cual queremos ofrecer nuestros productos y brindar un mejor servicio.[12]

Mediante el método del cuestionario (encuesta) según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica, respuestas inmediatas, datos e información de alta confiabilidad.[13]

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias según Ivan Thompson. (Especialista y escritor de temas relacionados con el marketing.)[14]

Selección del Método de Muestreo

Se escogió el método probabilístico porque los resultados que deseamos obtener con nuestra investigación son para un análisis descriptivo, de tal manera que se obtengan estadísticas útiles para estimar la posible aceptación del auto servicio.

[12] http://amysupertramp.wordpress.com/2009/03/29/segmentacion-de-mercados-%C2%BFque-es-y-para-que-nos-sirve/

[13] Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado, Cuarta Edición, de Malhotra Naresh, Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2004, Págs. 115 y 168

[14] Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 333

Método específico de muestreo

El método elegido para la obtención de la muestra es el "Muestreo Aleatorio Simple", este método fue elegido porque ofrece mayor facilidad en el momento de tomar la muestra, debido a que el servicio es apto para todo público. Por lo tanto, este tipo de método es el más apropiado para la realización de nuestro proyecto.

Determinación del Tamaño de la Muestra

De acuerdo al método de muestreo escogido, la selección de la muestra dependerá primordialmente del tamaño de la población. En nuestro caso, para determinar el número de personas a encuestar se tomará como población los habitantes de la ciudad de Cuenca.

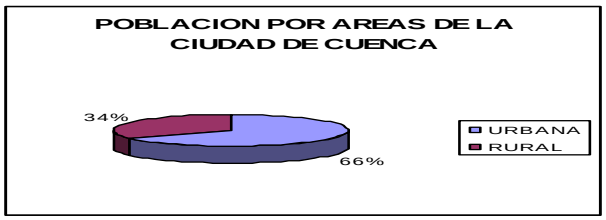
Variables de Segmentación

Geográfica. Escogimos este tipo de segmentación porque son fácilmente cuantificables y de una gran operatividad**.**

Psicográfica. Nos permite explicar que personas con un mismo perfil socio demográfico tienen un comportamiento de compra distinto y viceversa.

POBLACIÓN CANTONAL - AZUAY – CUENCA CENSO (2000-2010)

ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	**417,632**	**195,683**	**221,949**
URBANA	**277,374**	**131,099**	**146,275**
RURAL	**140,258**	**64,584**	**75,674**



Fuente: http://www.inec.gov.ec

El tamaño de la población al cual vamos a dirigir nuestro servicio se enfocó en la zona urbana y respectivamente a la clase social media alta de Cuenca la cual está conformada por 277.374 habitantes.

Se considero la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

En donde:

N= tamaño de la población (277374)

n= tamaño de la muestra

[15]P,Q = 50% de posibilidad que consuma y que no consuma.

E= margen de error de 5%

[16]Z= coeficiente de confianza 96%

$$n = \frac{(1.96)^2(277374)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(277374)+(1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

n= 384

[15] Tres Palacios Juan, Vázquez Rodolfo, Bello Laurentino, Investigación de Mercados. Thomson 2005 pág. 108.

[16] Tres Palacios Juan, Vázquez Rodolfo, Bello Laurentino, Investigación de Mercados. Thomson 2005 pág. 108. "número de unidades de desviación típica en la distribución normal que producirá el nivel de confianza deseado (para el 96% Z = 1.96)"

3.1.1 Diseño de la encuesta

DISEÑO DE LA ENCUESTA

(Auto-Servicio permite a los clientes comprar productos y servicios sin salir de sus automóviles.)

1. ***¿CONOCE USTED LO QUE ES UN AUTO-SERVICO?***

   SI ☐ NO ☐

2. ***¿CUANTOS AUTOS TIENE?***

   0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 + ☐

3. ***¿LE GUSTARIA QUE SE OFREZCA DESAYUNOS?***

   SI ☐ NO ☐

4. ***¿DE LAS SIGUIENTES <u>VARIEDADES</u>, CUAL ES SU PREFERIDAAL MOMENTO DE DESAYUNAR?***

EXPRESO	☐	***TINTO***	☐
CAPUCCIONO	☐	***TÉ***	☐
CHOCOLATE	☐		

5. ***¿DE LAS SIGUIENTES <u>VARIEDADES</u>, CUAL ES SU JUGO PREFERIDO?***

NARANJA	☐	***COCO***	☐
TOMATE	☐	***LIMON***	☐
MORA	☐		

6. ***LE GUSTARÍA QUE SE ACOMPAÑAR SU DESAYUNO CON:(señale su preferida)***

MOTE PILLO	☐	***TIGRILLO***	☐
TORREJAS DE CHOCLO	☐	***EMPANADAS***	☐
HUEVO A LA COPA	☐		
MUCHINES DE YUCA	☐		

7. ***¿QUÉ TIPO DE APERITIVOS LE GUSTARIA QUE SE OFREZCA?***

PIE MANZANA	☐	***HUMITAS***	☐
PIE MORA	☐	***ENSALDA F.***	☐
SANDUCHE	☐		

8. ***¿CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN DESAYUNO QUE CONTENGA: JUGO NARANJA, CAPUCCINO, TORREJAS DE CHOCLO Y ENSALADA DE FRUTAS?***

   $1.00-$2.00 ☐ ***$2.25-$3.00*** ☐

9. ***LE GUSTARIA QUE SE OFREZCA COMIDA RAPIDA.***

   SI ☐ NO ☐

¡GRACIAS POR SU TIEMPO!

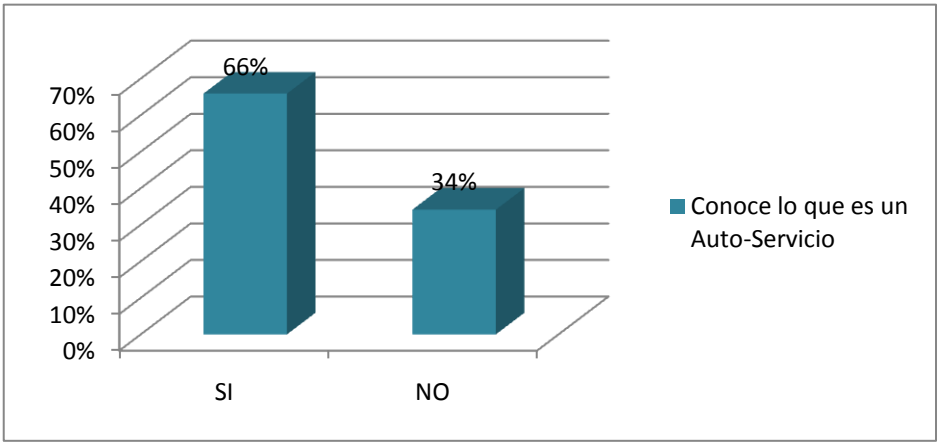
3.1.2 Procesamiento de la información.

Tabulación de encuestas

PREGUNTAS Nº 1

FRECUENCIA	SI	NO
Conoce lo que es un Auto-Servicio	253	131

PORCENTAJE	SI	NO
Conoce lo que es un Auto-Servicio	66%	34%

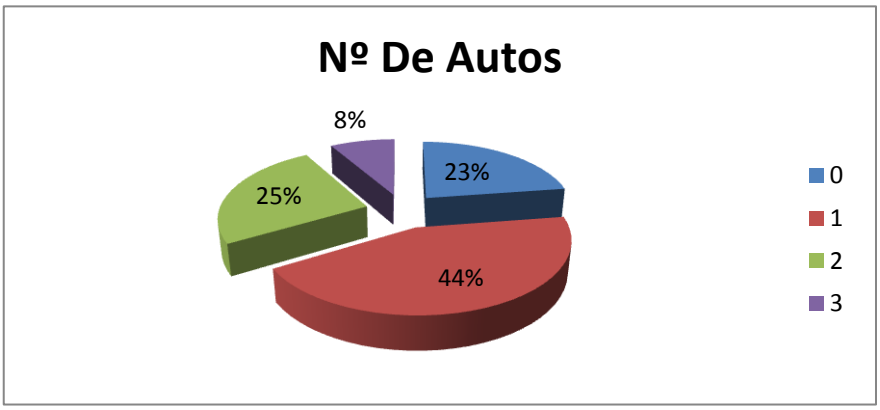


INTERPRETACIÓN: Las personas si conocen lo que es un auto servicio, dándonos una visión más optimista de emprender este auto servicio en la ciudad.

PREGUNTA Nº 2

FRECUENCIA	Nº De Autos
0	87
1	168
2	97
3	32

PORCENTAJE	Nº De Autos
0	23%
1	44%
2	25%
3	8%



INTERPRETACIÓN: Es importante para un auto servicio saber si los habitantes de la cuidad cuenta con vehículos, pudiendo observar que el 44% si cuenta con 1 auto y hasta 2 en su mayoría. Con esta información podemos estimar un promedio de autos que ingresarían al local, permitiéndonos distribuir el espacio adecuadamente, para el ingreso de los clientes.

PREGUNTA Nº 3

FRECUENCIA	SI	NO
OFRECER DESAYUNOS	294	90

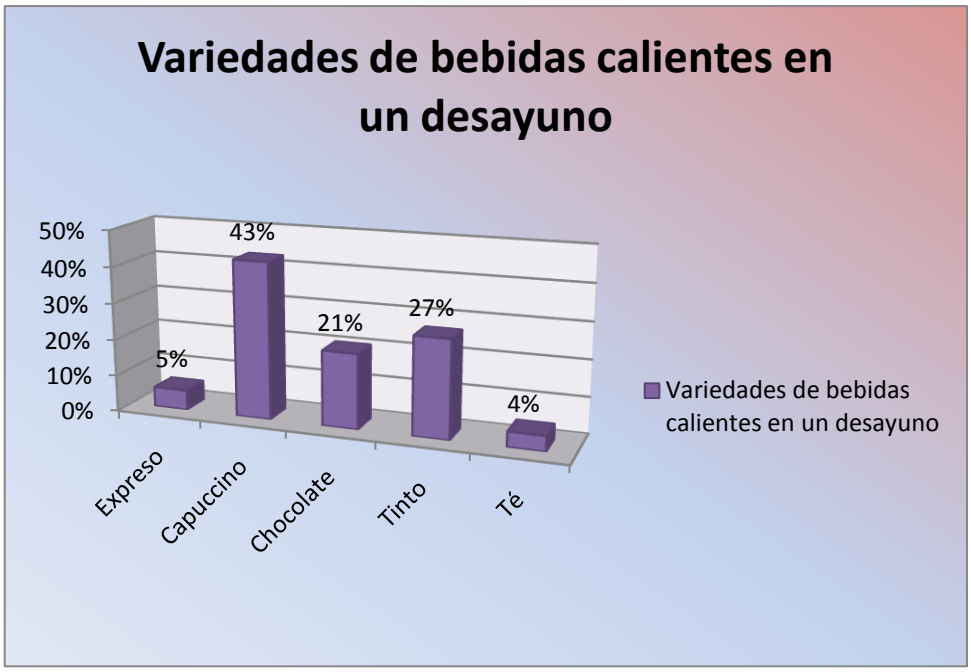
PORCENTAJE	SI	NO
Ofrecer Desayunos	77%	23%

INTERPRETACIÓN: El 77% de las personas si les gustaría que se ofrezca desayunos en nuestro establecimiento proporcionándonos la pauta para ofrecer desayunos ya que la gente si acudiría por el factor tiempo que les limita preparar o tomar un desayuno.

PREGUNTA Nº 4

	Variedades de bebidas calientes en un desayuno
Expreso	21
Capuccino	165
Chocolate	79
Tinto	103
Té	16

	Variedades de bebidas calientes en un desayuno
Expreso	5%
Capuccino	43%
Chocolate	21%
Tinto	27%
Té	4%

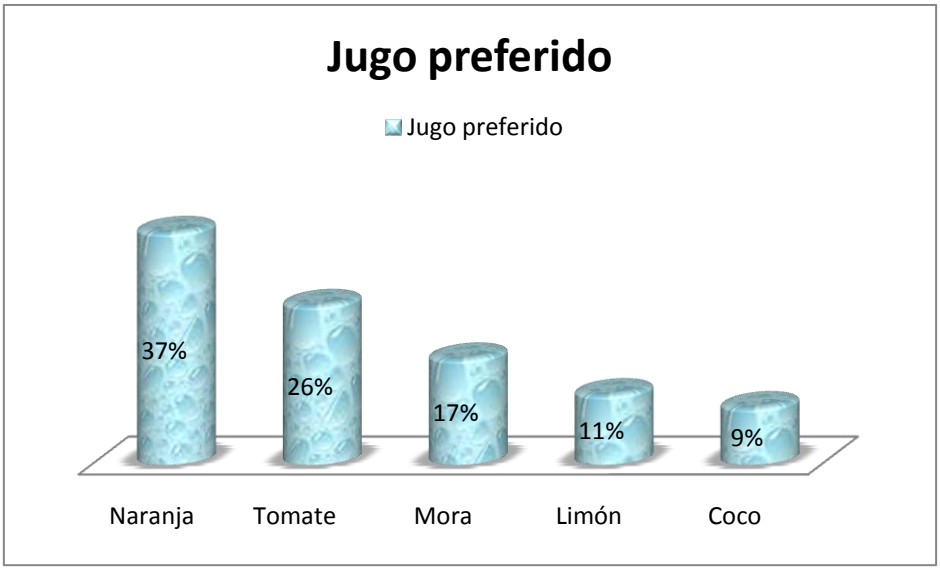


INTERPRETACIÓN: La preferencia de la gente entre las diferentes variedades de bebidas calientes prefieren un capuccino con el 43% y luego con un 27% prefieren un tinto. De acuerdo a este resultado determinaremos las bebidas más aceptadas para incluirlas en el menú de combos que se ofrecerán en nuestro local.

PREGUNTA Nº 5

	Jugo preferido
Naranja	143
Tomate	98
Mora	65
Limón	43
Coco	35

	Jugo preferido
Naranja	37%
Tomate	26%
Mora	17%
Limón	11%
Coco	9%



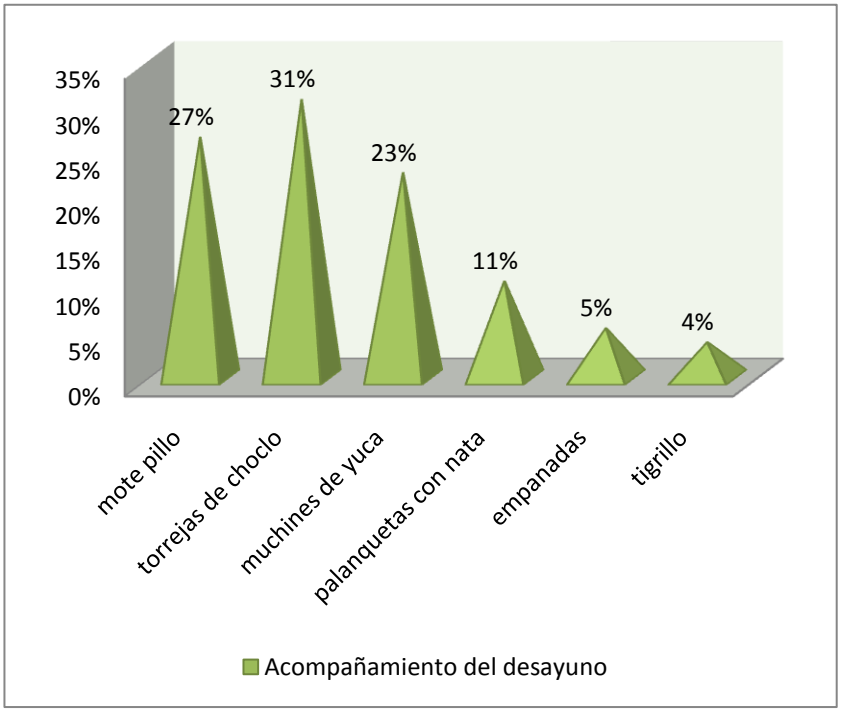
INTERPRETACIÓN: Las personas prefieren para su desayuno un jugo de naranja con un 37%, luego con un 26% un jugo de tomate, permitiéndonos saber que estas dos opciones debemos tener constantemente en nuestro establecimiento.

PREGUNTA Nº 6

	Acompañamiento del desayuno
mote pillo	102
torrejas de choclo	118
muchines de yuca	87
palanquetas con nata	41
empanadas	21
tigrillo	15

384

	Acompañamiento del desayuno
mote pillo	27%
torrejas de choclo	31%
muchines de yuca	23%
palanquetas con nata	11%
Empanadas	5%
Tigrillo	4%



INTERPRETACIÓN: De las diferentes opciones para acompañar un desayuno fueron aceptadas favorablemente siendo la mejor las torrejas de choclo con un 31% luego el mote pillo con un 27%. Con estos resultados implementaremos en nuestro menú platos típicos, así como de otras partes de nuestro país.

PREGUNTA Nº 7

FRECUENCIA	Oferta de aperitivos
Pie manzana	34
Pie mora	112
Sanduches	53
Humitas	46
Ensalada de frutas	139

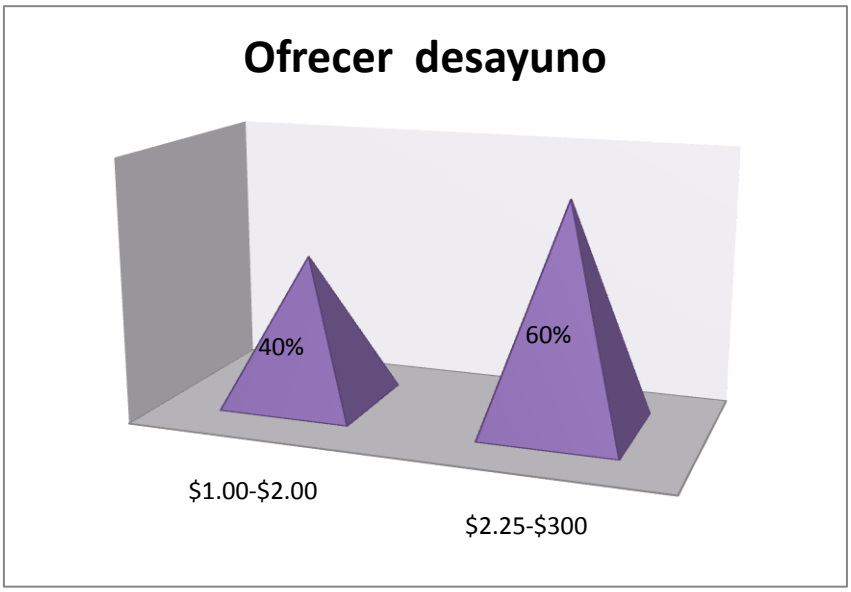
PORCENTAJE	Oferta de aperitivos
Pie manzana	9%
Pie mora	29%
Sanduches	14%
humitas	12%
Ensalada de frutas	36%

INTERPRETACIÓN: Uno de los aperitivos que la gente prefieren para acompañar su desayuno o servirse solo es una ensalada de frutas con el 36%, luego con un 29% prefiere un pie de mora; la mayor parte de estos aperitivos tienen un grado de aceptación, permitiéndonos mantener una constante innovación en lo que se refiere a repostería.

PREGUNTA Nº 8

FRECUENCIA	Ofrecer desayuno
$1.00-$2.00	153
$2.25-$300	231

PORCENTAJE	Ofrecer desayuno
$1.00-$2.00	40%
$2.25-$300	60%

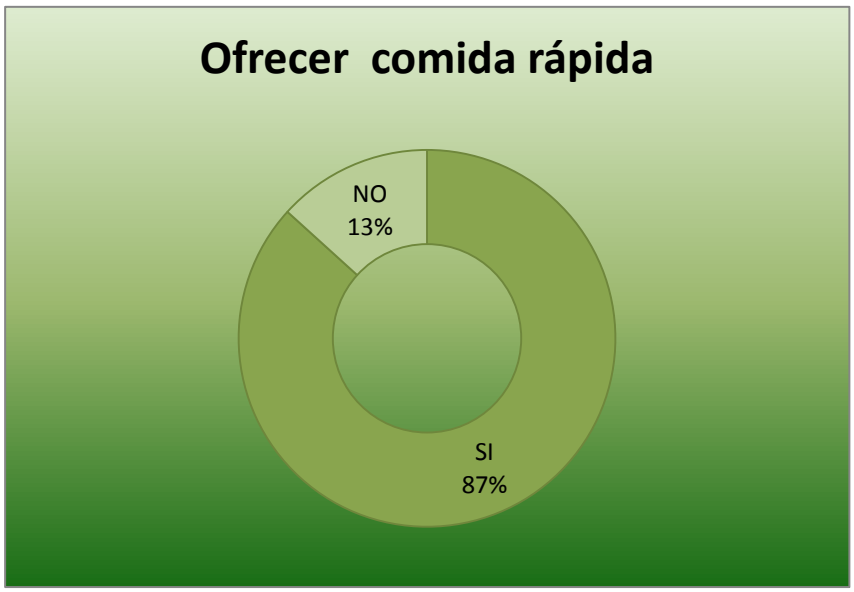


INTERPRETACIÓN: Con un 60% las personas están dispuestas a pagar entre $2.25-$3.00 dándonos una idea del precio que se va imponer en nuestro menú.

PREGUNTA Nº 9

FRECUENCIA	Ofrecer comida rápida
SI	333
NO	51

PORCENTAJE	Ofrecer comida rápida
SI	87%
NO	13%



INTERPRETACIÓN: Con un 87% de aceptación en las encuestas realizadas las personas si están de acuerdo que se ofrezca aparte de los desayunos otro tipo de comida como en este caso la comida rápida u otros.

3.1.3 Análisis e interpretación de las encuestas realizadas.

Dadas las características del producto-servicio que se ofrece y la novedad de presentar en el mercado una alternativa diferente, combinado el auto servicio y una cafetería. Constituye un atractivo debido a la tendencia de la población, ratificada en el estudio de mercado de buscar comodidad e innovación por parte de los consumidores garantizando así la demanda de este servicio en la ciudad de Cuenca.

Otro de los resultados importantes que tuvimos es que las personas están dispuestas a consumir desayunos y comida rápida.

3.2 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Portafolio de Productos. A continuación se examinará las características del producto que se pretende ofrecer y los procesos que involucra en su elaboración.
El menú se determino después de haber concluido en el análisis de encuestas, cuales fueron los productos preferidos por el mercado. Estos productos se caracterizarán por sus ingredientes tradicionales que hará diferente a los ya existentes, lo que permitirá generar atracción a nuestros posibles consumidores.

Desayunos para el auto-servicio:

- **Desayuno Cuencano:** Jugo de tomate, tinto y mote pillo.
- **Desayuno Tradicional:** Jugo de mora, chocolate, tostada mixta.
- **Desayuno Coffee Express:** Capuccino, torrejas de choclo y ensalada de frutas.
- **Desayuno Much:** Jugo de naranja, capuccino, muchines de yuca y pie mora.
- **Desayuno Strong:** Jugo de tomate, expresso, humita.

Almuerzos para consumir en el local.
Comida Rápida (opcional)

- **Combo Hamburguesa:** Hamburguesa, papas, gaseosa
- **Combo Hot-dog:** Hot-dog, gaseosa.

Jugos Naturales

- Naranja.
- Tomate.
- Limón.
- Mora.

Ensalada de Frutas

- Piña, papaya, melón, sandia, guineo, fresa y o/ uvas con jugo de naranja.
- Piña, papaya, melón, sandia, guineo, fresa con yogurt.

Tostadas

- Queso y jamón.

Cafés

- Expreso.
- Capuccino.
- Chocolate.
- Tinto.
- Té.

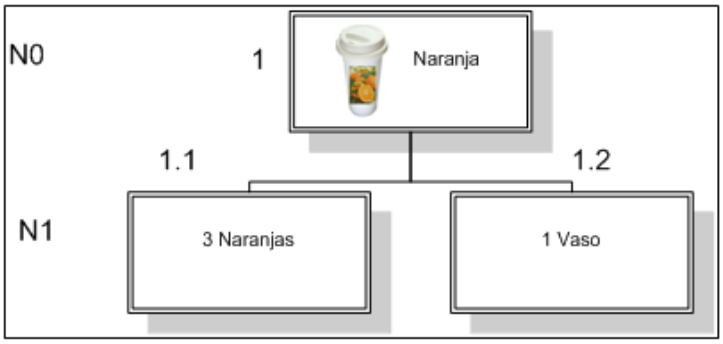
Aperitivos

- Pie manzana.
- Pie mora.
- Humitas.
- Sanduche Especial y Mixto.

3.2.1 Descripción del Proceso Productivo

JUGOS NATURALES

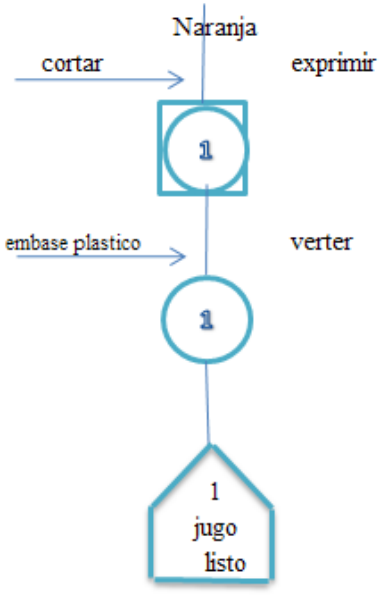
Jugo de Naranja



Lista de Materiales

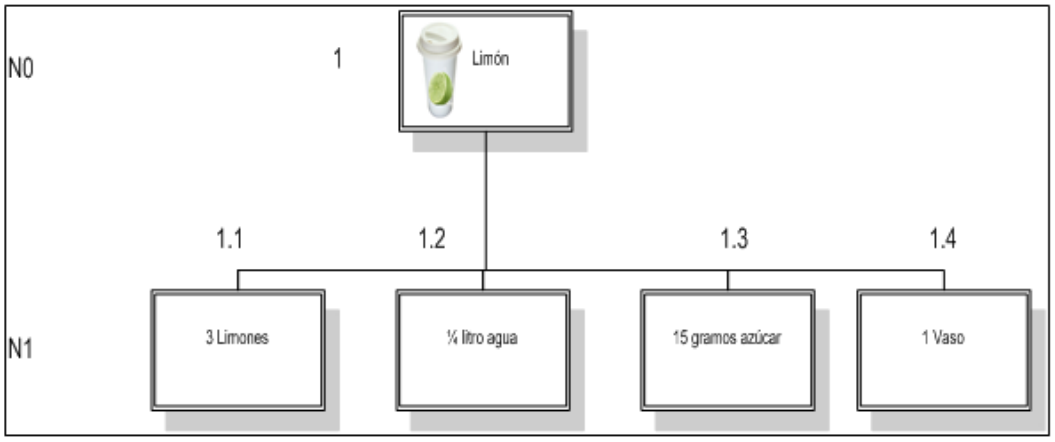
	Código	Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	jugo	------	N0
N1	1.1	naranja	3	N1
N1	1,2	Vaso	1	N1

Diagrama de Procesos Operativos (DPO)



	CT	te	MO	ai
	1	10 segundos	1	1
	1	5 segundos	1	1
Total		**15 segundos**		

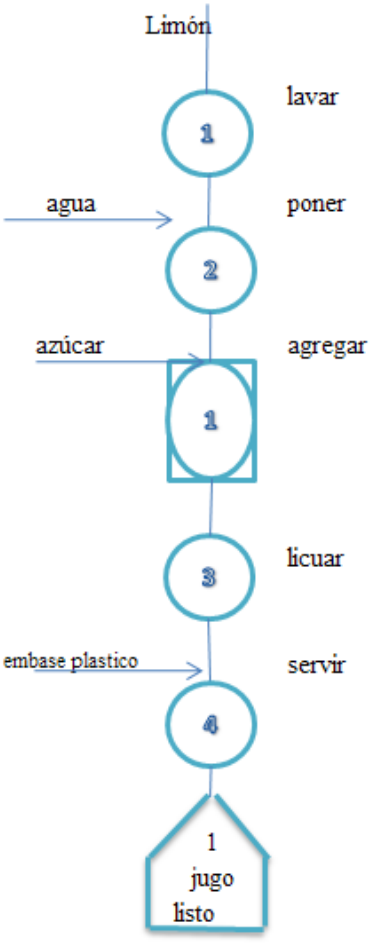
Jugo de Limón



Lista de Materiales

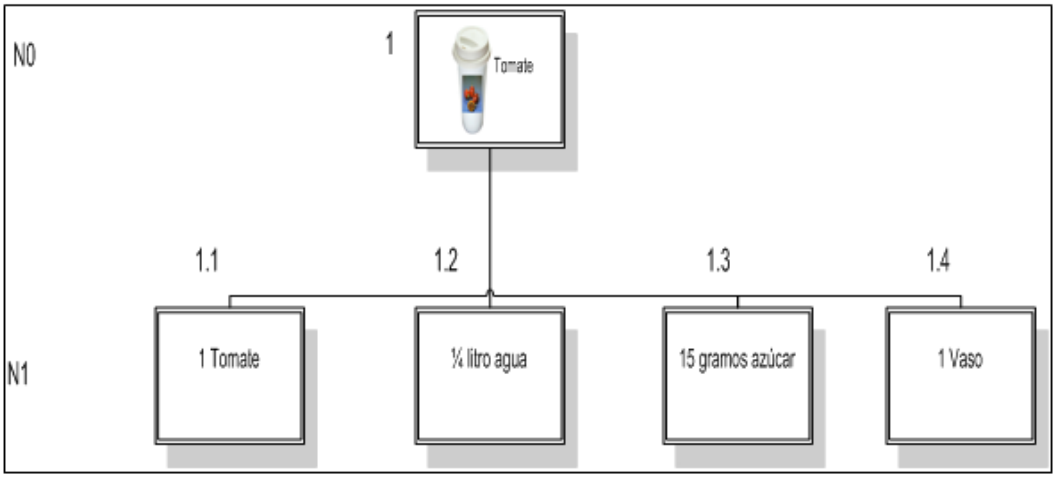
		Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	jugo	--------	N0
N1	1.1	limón	3	N1
N1	1.2	agua	1/4	N1
N1	1.3	azúcar	15grm	N1
N1	1,4	vaso	1	N1

Diagrama de Procesos Operativos (DPO)



	CT	te	MO	ai
	1	2 segundos	1	1
	1	5 segundos	1	1
	1	3segundos	1	1
	1	15 segundos	1	1
	1	5 segundos	1	1
Total		**30 segundos**		

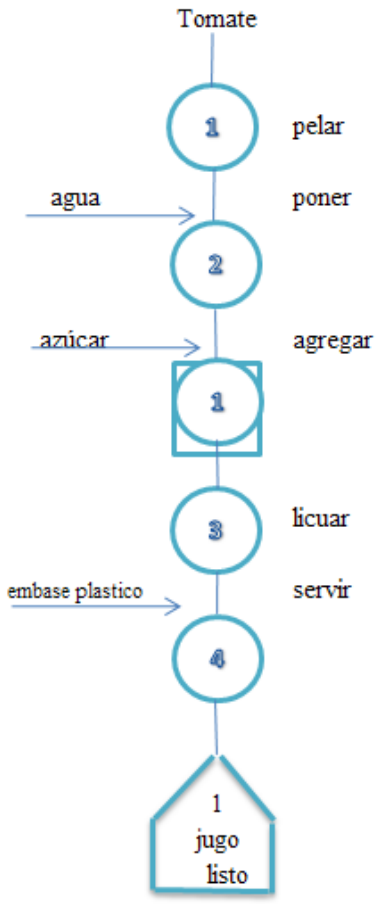
Jugo Tomate



Lista de Materiales

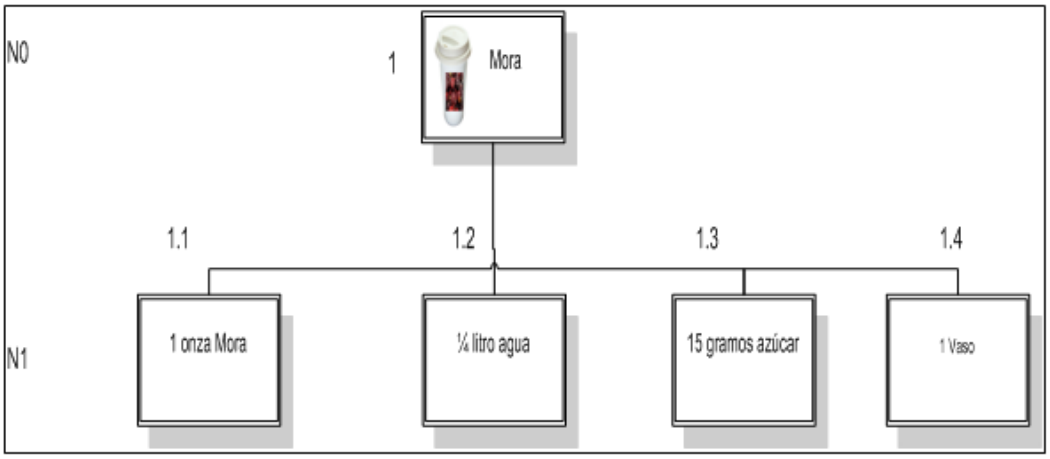
		Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	jugo	--------	N0
N1	1.1	tomate	1	N1
N1	1.2	agua	1/4	N1
N1	1.3	azúcar	15grm	N1
N1	1,4	vaso	1	N1

Diagrama de Procesos Operativos (DPO)



	CT	te	MO	ai
	1	2 segundos	1	1
	1	5 segundos	1	1
	1	3segundos	1	1
	1	20 segundos	1	1
	1	5 segundos	1	1
Total		**35 segundos**		

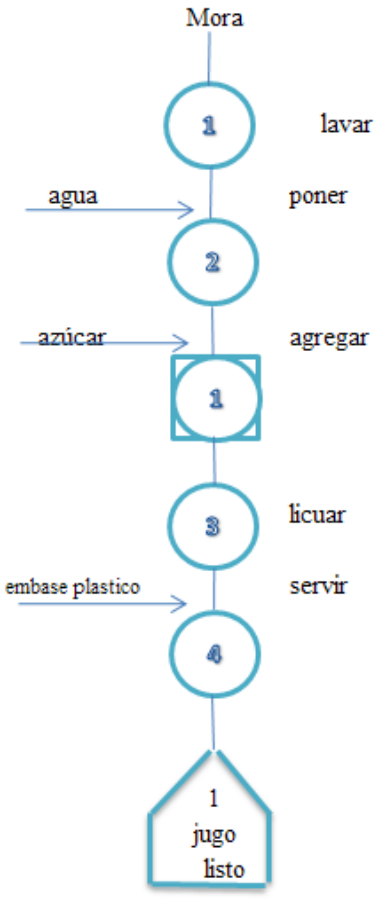
Jugo Mora



Lista de Materiales

		Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	jugo	--------	N0
N1	1.1	mora	1 onza	N1
N1	1.2	agua	1/4	N1
N1	1.3	azúcar	15grm	N1
N1	1,4	vaso	1	N1

Diagrama de Procesos Operativos (DPO)



	CT	te	MO	ai
	1	2 segundos	1	1
	1	5 segundos	1	1
	1	3segundos	1	1
	1	20 segundos	1	1
	1	5 segundos	1	1
Total		**35 segundos**		

Costo de Jugos Naturales

Jugo Naranja

Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Naranja	1,00	15	3	0,07	0,20
envase plastico	0,80	25	1	0,032	0,032
				COSTO UNITARIO	**0,23**
				UTILIDAD	**160%**
				P.V.P	**0,60**

Jugo Limón

Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Limón	1,00	15	3	0,07	0,20
Agua	0,05	1 litro	2%	0,001	0,001
Azúcar	1,00	1 libra	3%	0,03	0,03
envase plastico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,239**
				UTILIDAD	**110%**
				P.V.P	**0,50**

Jugo Tomate

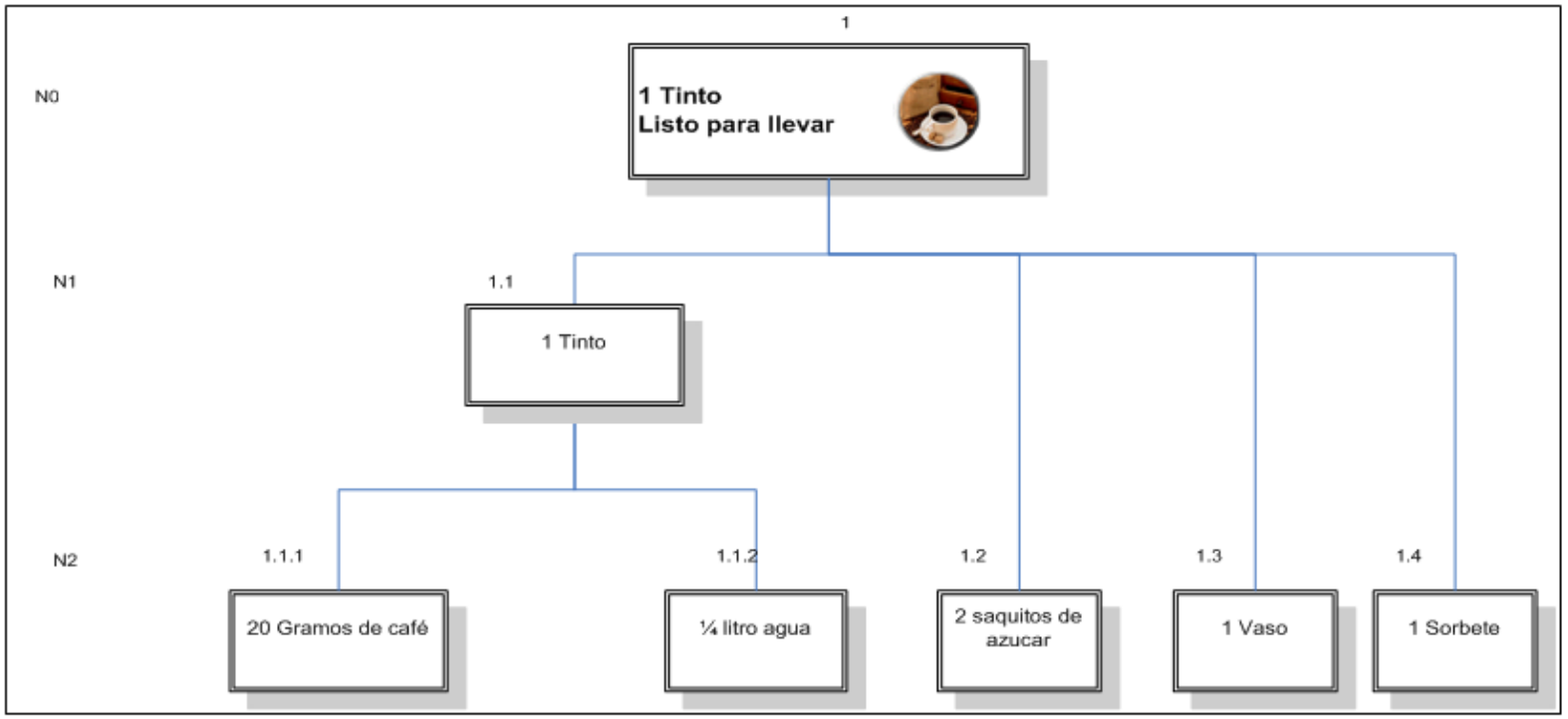
Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Tomate	1,00	15	3	0,07	0,20
Agua	0,05	1 litro	2%	0,001	0,001
Azúcar	1,00	1 libra	5%	0,05	0,05
envase plastico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,259**
				UTILIDAD	**132%**
				P.V.P	**0,60**

Jugo Mora

Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Mora	1,50	1 libra	8%	0,12	0,12
Agua	0,05	1 litro	2%	0,001	0,001
Azúcar	1,00	1 libra	5%	0,05	0,05
envase plastico	0,80	100	1	0,01	0,01
				COSTO UNITARIO	**0,181**
				UTILIDAD	**234%**
				P.V.P	**0,60**

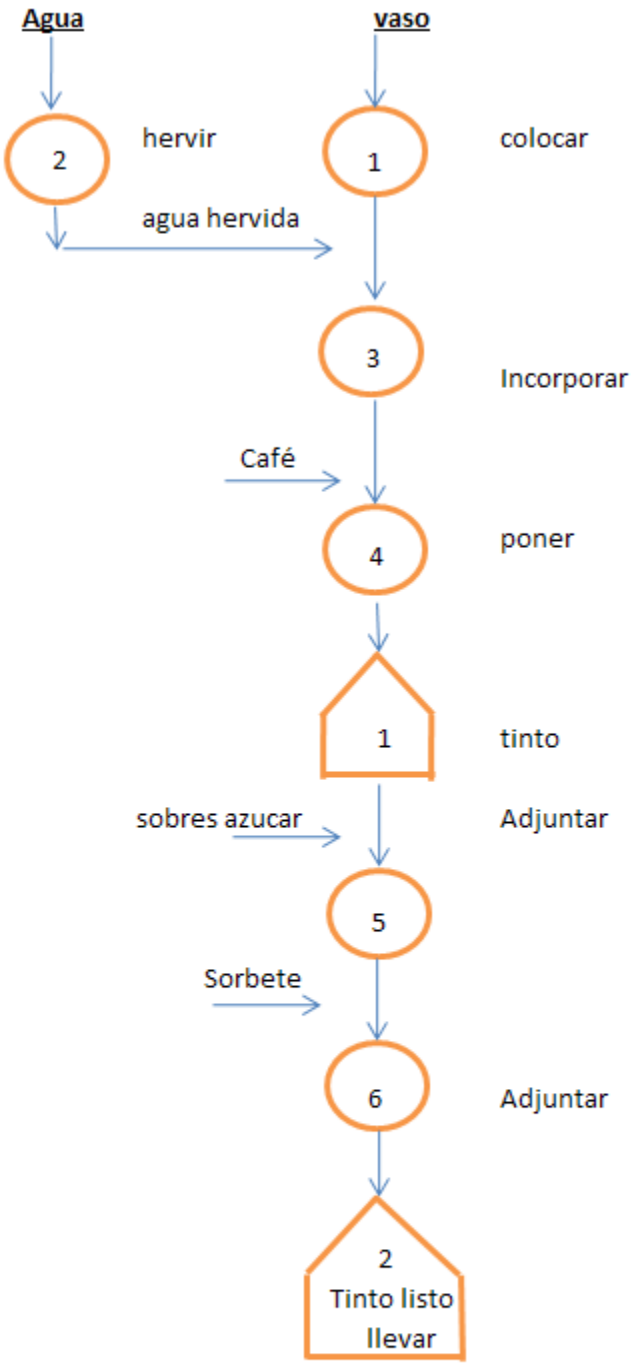
BEBIDAS CALIENTES

Tinto



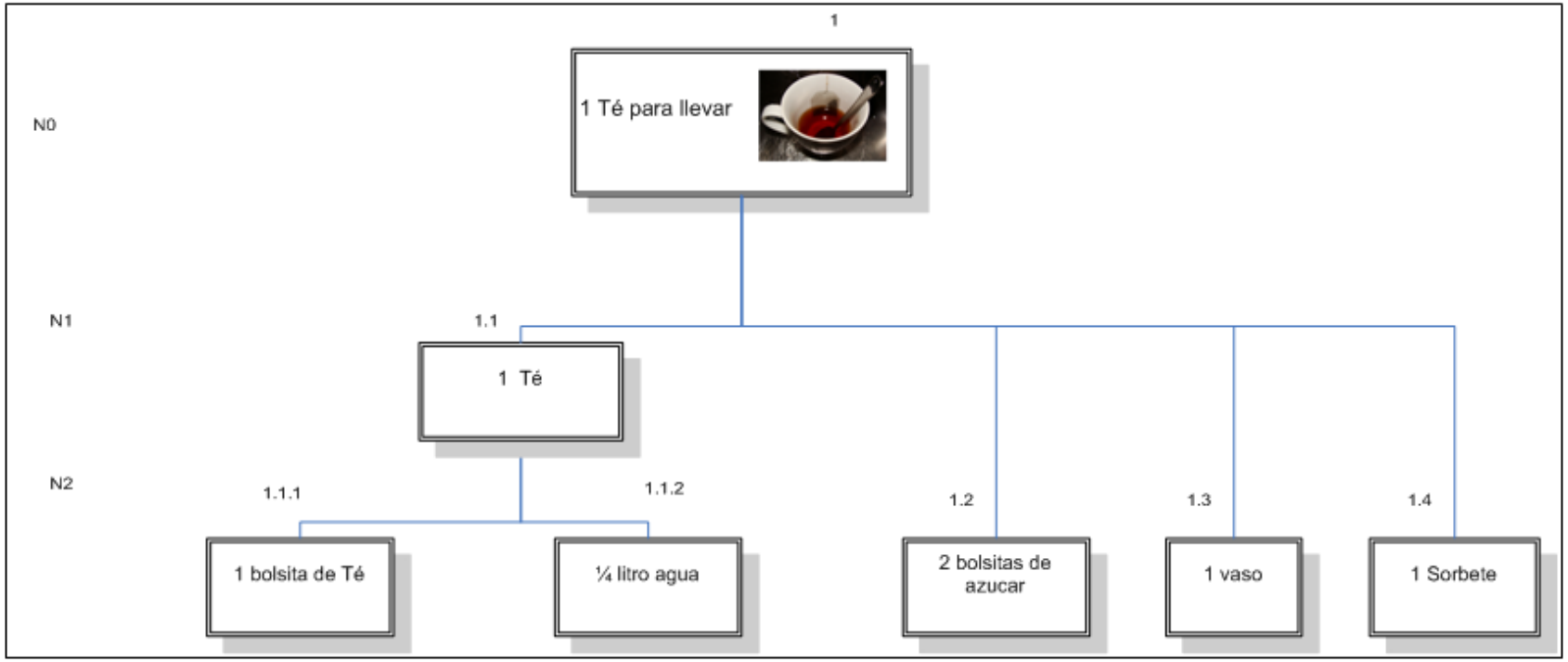
Lista de Materiales				
	Codigo	**Descripción**	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Tinto listo para llevar	--------	0
N1	1.1	tinto	1	1
N2	1.1.1	café soluuble	20gr	2
	1.1.2	Agua	1/4lt	2
	1.2	Azucar	2	2
	1.3	Vaso	1	2
	1.4	Sorbete	1	2

Tinto



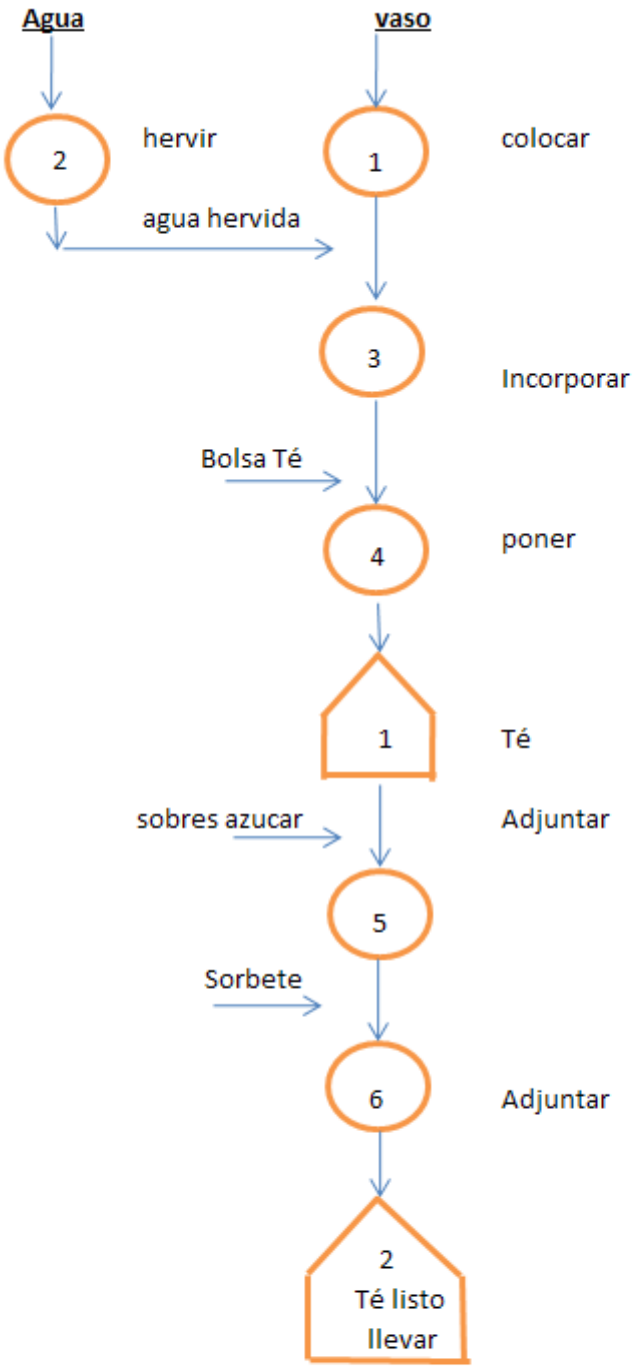
CT	te	MO	ai
2	5	1	1
2	10	1	1
2	5	1	1
2	5	1	1
2	5	1	1
TOTAL	**30**	segundos	

Té



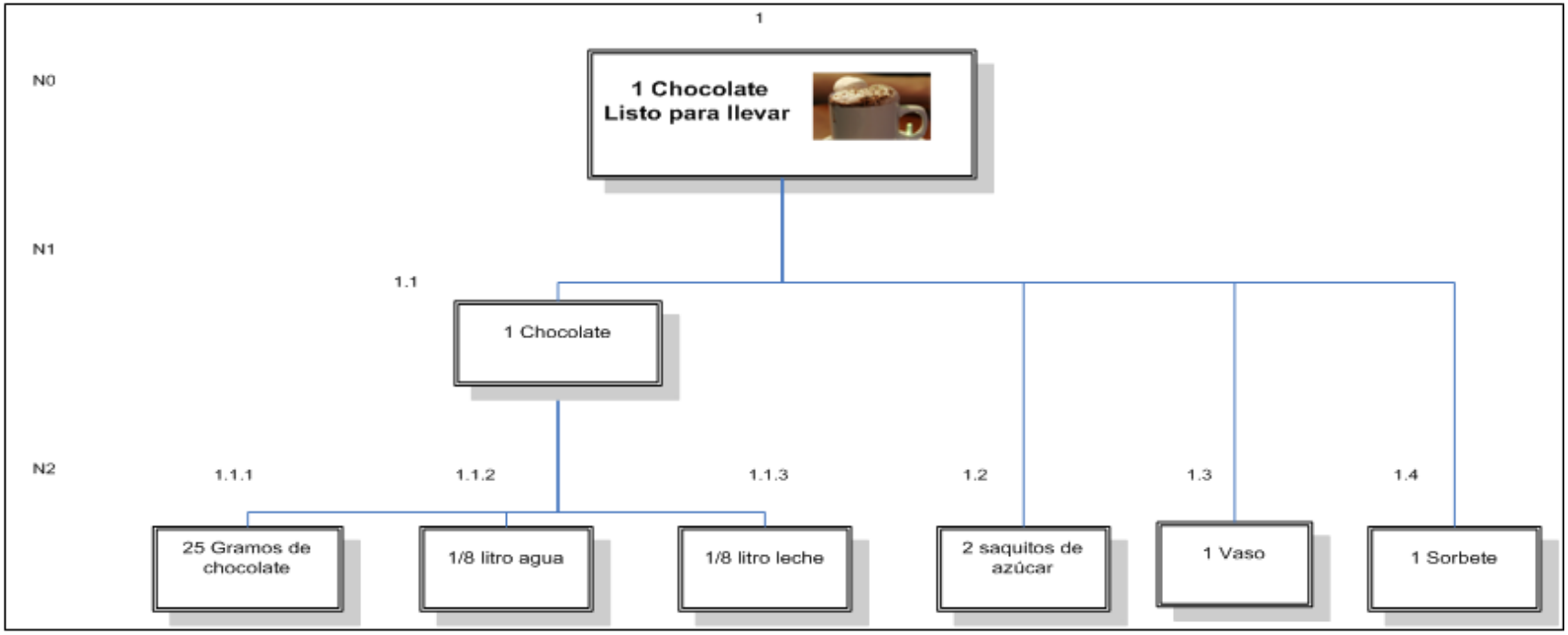
Lista de Materiales				
		Descripción	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Té para llevar	--------	0
N1	1.1	Té	1	1
N2	1.1.1.	bolsa de te	1	2
	1.1.2.	agua	1/4	2
	1.2	Azucar	2	2
	1.3	Vaso	1	2
	1.4	Sorbete	1	2

Té

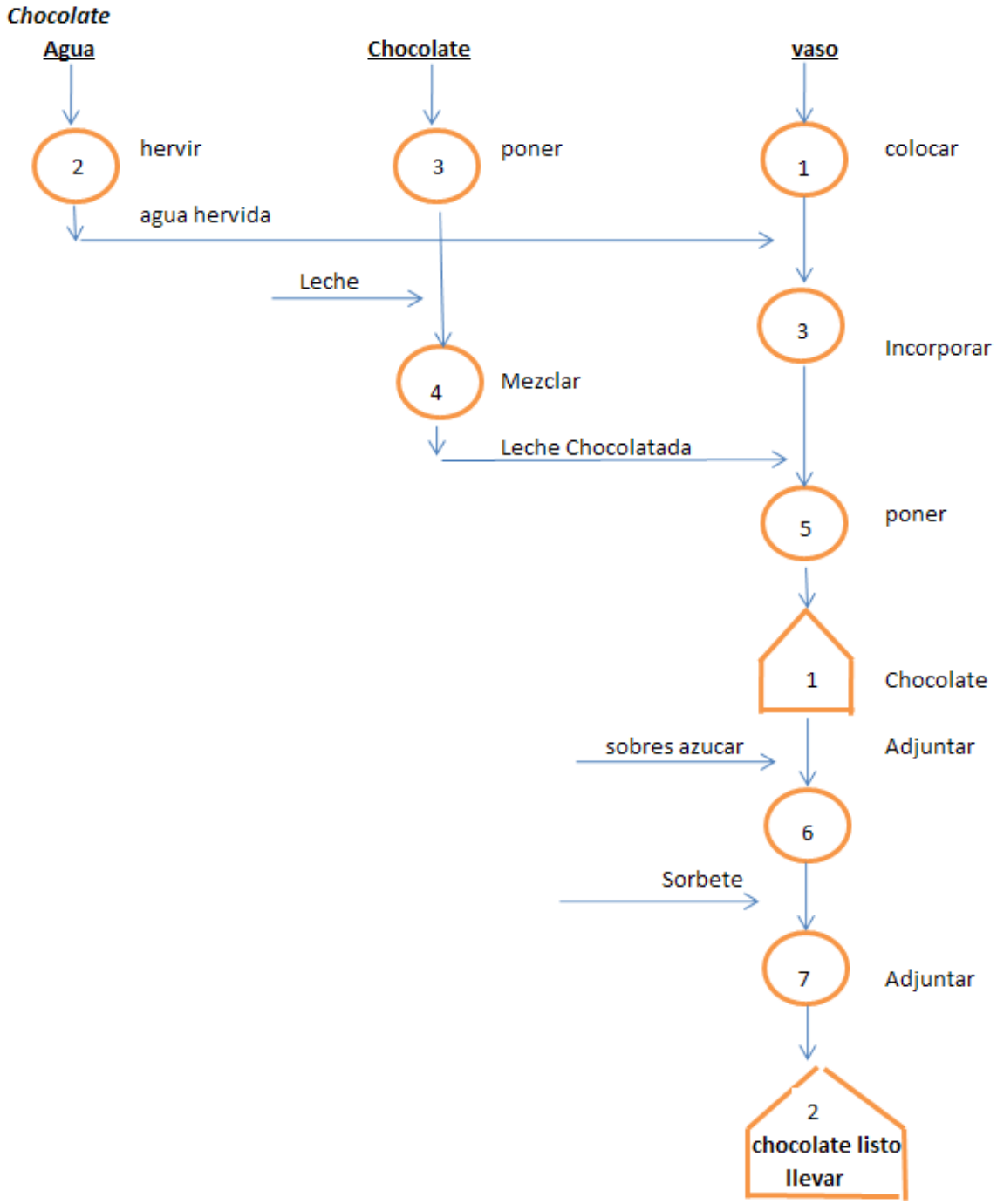


CT	te	MO	ai
2	5	1	1
2	10	1	1
2	5	1	1
2	5	1	1
2	5	1	1
TOTAL	**30**	segundos	

Chocolate

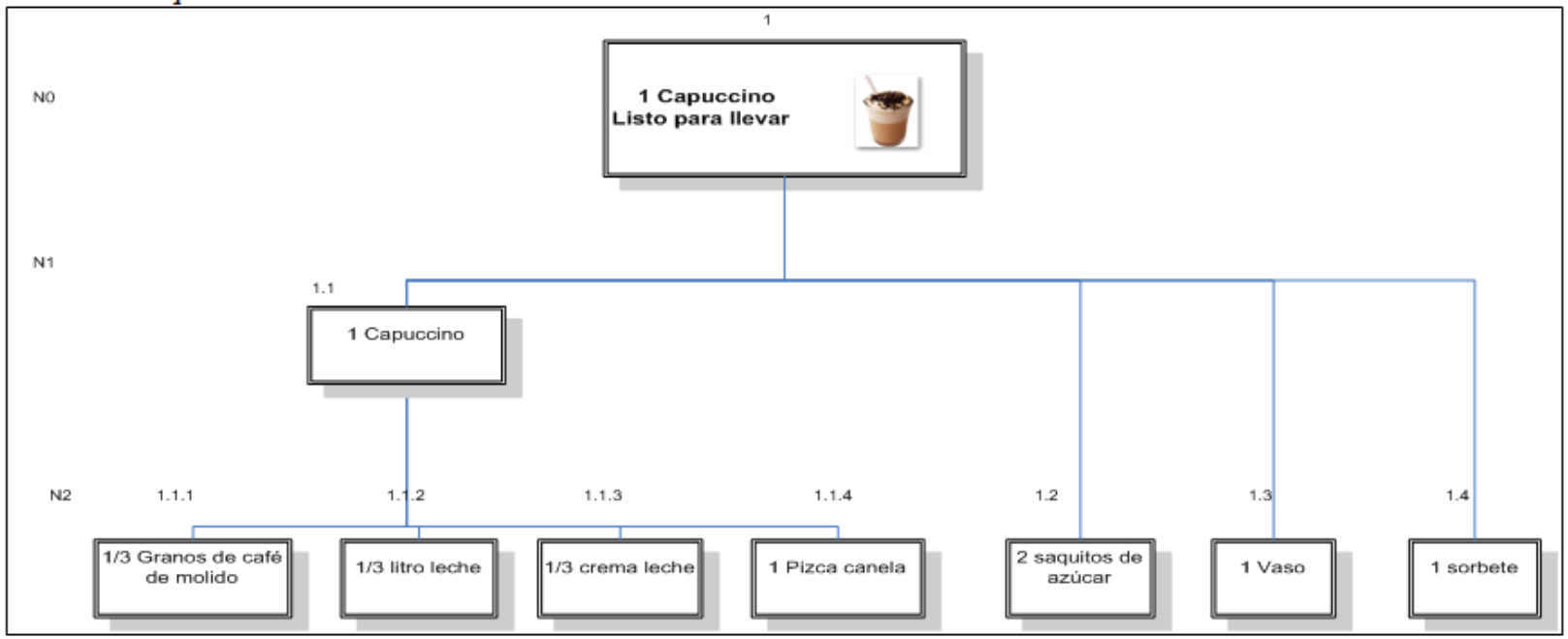


Lista de Materiales				
		Descripción	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Chocolate listo para llevar	--------	0
N1		chocolate	1	1
N2	1.1.1	pastilla de chocolate	25gr	2
	1.1.2	agua	1/8lt	2
	1.1.3	leche	1/8lt	2
	1.2	Azucar	2	2
	1.3	Vaso	1	2
	1.4	Sorbete	1	2



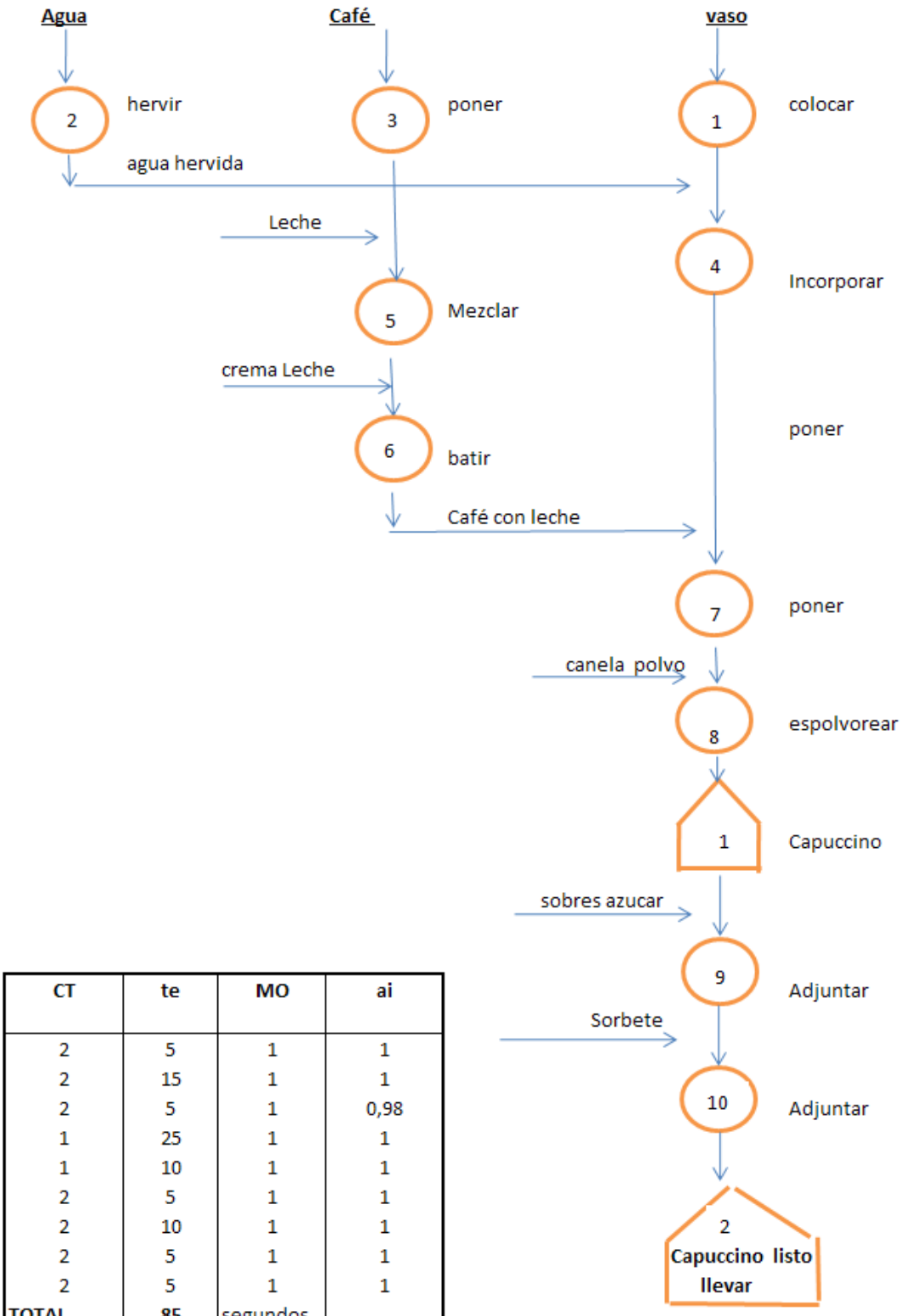
CT	te	MO	ai
2	5	1	1
2	15	1	1
2	5	1	0,98
1	25	1	1
2	10	1	1
2	5	1	1
2	5	1	1
TOTAL	**70**	segundos	
	1,17	Minutos	

Capuccino



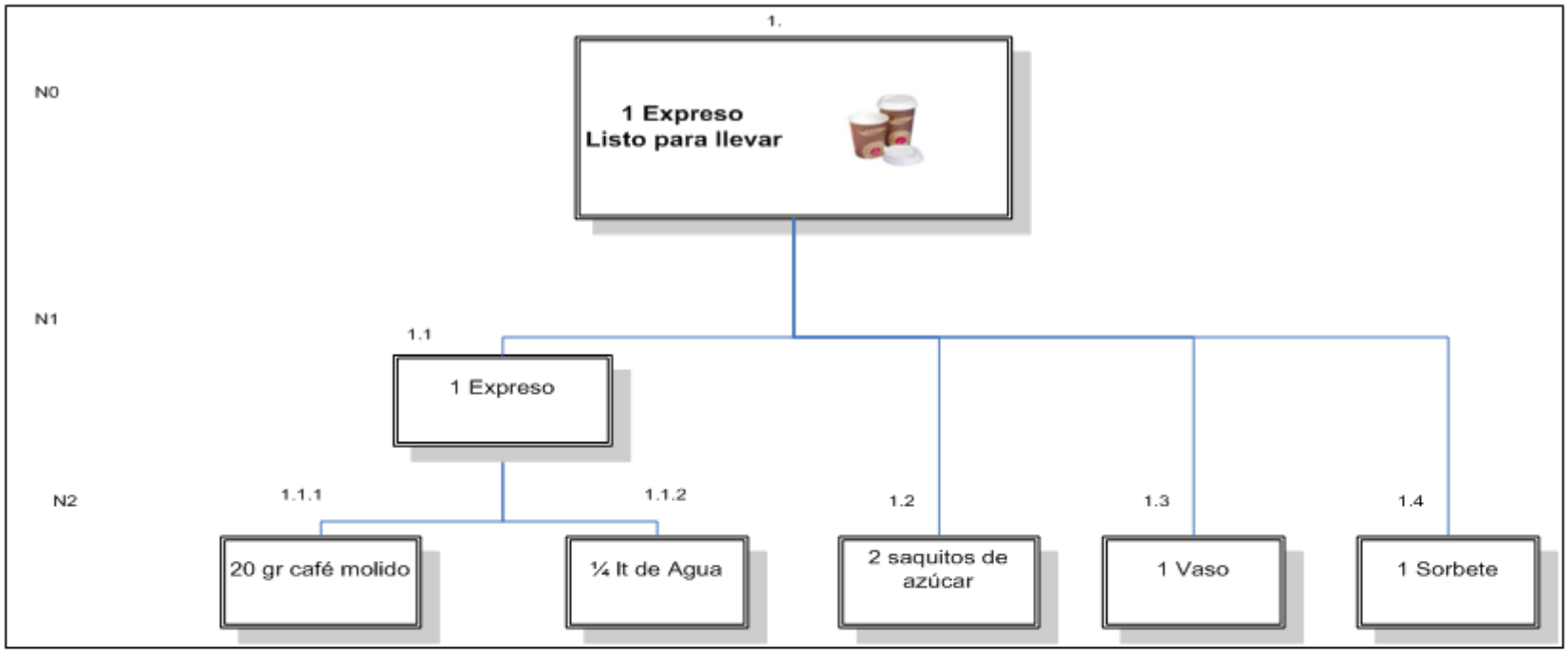
Lista de Materiales				
		Descripción	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Capuccino listo para llevar	--------	0
N1	1	Capuccino	1	1
	1.1.1	café molido	1/3	2
	1.1.2	leche	1/3	2
	1.1.3	crema leche	1/3	2
	1.1.4	canela	1	2
	1.2	Azucar	2	2
	1.3	Vaso	1	2
	1.4	Sorbete	1	2

Capuccino



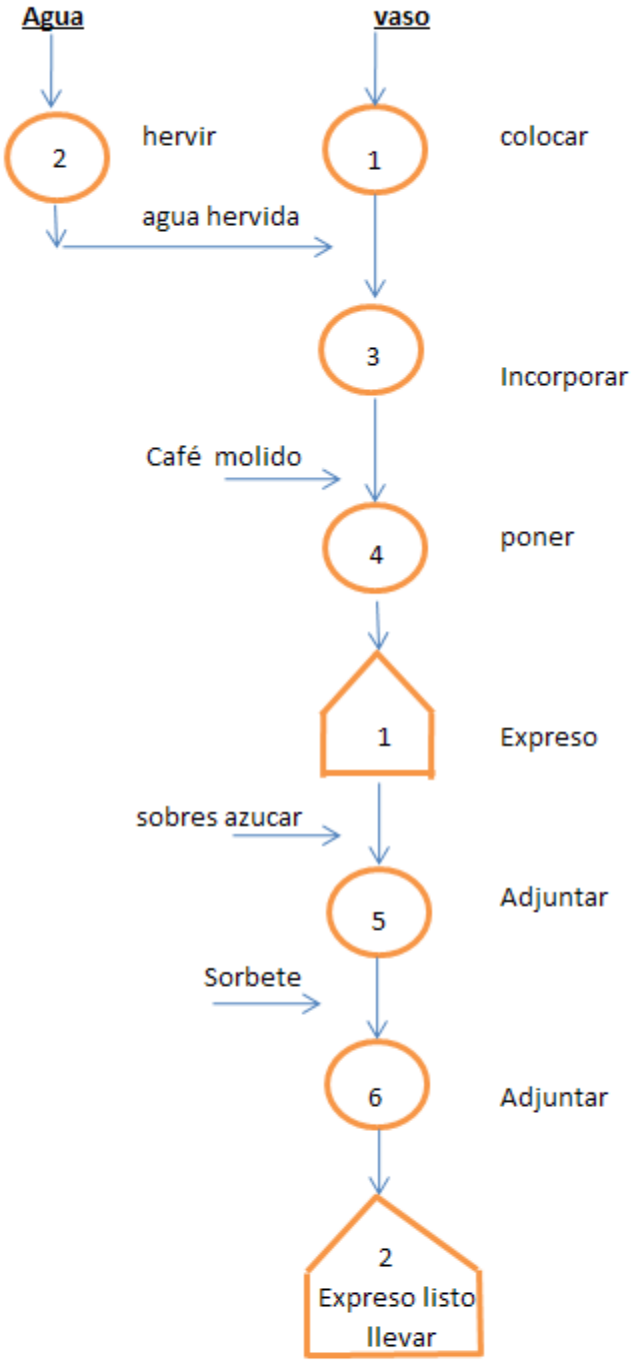
CT	te	MO	ai
2	5	1	1
2	15	1	1
2	5	1	0,98
1	25	1	1
1	10	1	1
2	5	1	1
2	10	1	1
2	5	1	1
2	5	1	1
TOTAL	**85**	segundos	
	1,42	Minutos	

Expreso



Lista de Materiales				
	Codigo	**Descripción**	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Expreso Listo para llevar	--------	0
N1	1	Expreso	1	1
N2	1.1.1	café molido	20gr	2
	1.1.2	Agua	1/4lt	2
	1.2	Azucar	2	2
	1.3	Vaso	1	2
	1.4	Sorbete	1	2

Expreso



CT	te	MO	ai
2	5	1	1
2	15	1	1
2	10	1	1
2	5	1	1
2	5	1	1
TOTAL	**40**	segundos	

Costo de Bebidas Calientes

Tinto

Ingredientes	Precio	cantidad	costo unitario	costo final
Granos de café	6,8	50 servidas	0,14	0,14
Agua				0,10
Azucar	0,05	2	0,1	0,10
Embase	0,81	50	0,02	0,02
			COSTO UNITARIO	**0,36**
			UTILIDAD	**100%**
			PVP.	**0,72**

Té

Ingredientes	Precio	cantidad	costo unitario	costo final
Bolsa de té	3,5	100	0,04	0,04
Agua				0,10
Azucar	0,05	2	0,1	0,10
Embase	0,81	50	0,02	0,02
			COSTO UNITARIO	**0,26**
			UTILIDAD	**100%**
			PVP.	**0,52**

Chocolate

Ingredientes	Precio	cantidad	costo unitario	costo final
Pastilla chocolate	3	20	0,15	0,15
Leche	0,82	10 servidas	0,08	0,08
Agua				0,10
Azucar	0,05	2	0,1	0,10
Embase	0,81	50	0,02	0,02
			COSTO UNITARIO	**0,45**
			UTILIDAD	**80%**
			PVP.	**0,81**

Capuccino

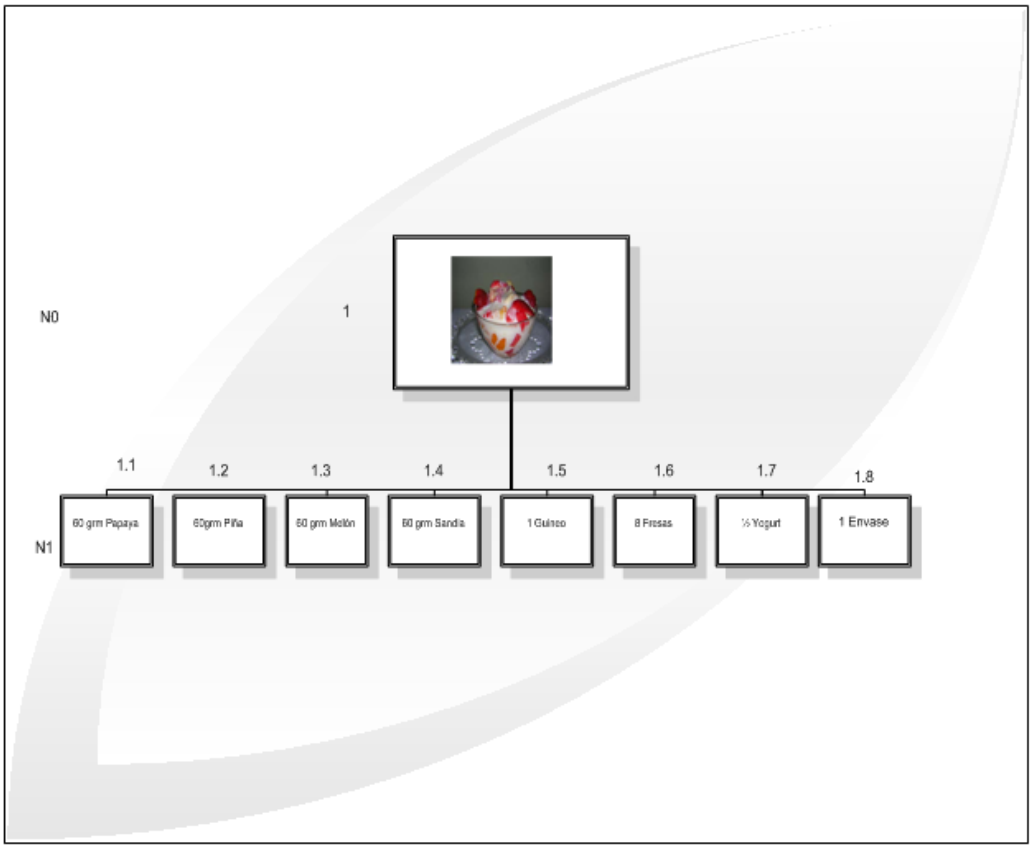
Ingredientes	Precio	cantidad	costo unitario	costo final
granos de café	6,80	50	0,14	0,14
Leche	0,82	10 servidas	0,08	0,08
crema leche	1,00	8	0,13	0,13
Azucar	0,05	2	0,1	0,10
canela	1,00	30 servidas	0,03	0,03
Embase	0,81	50	0,02	0,02
			COSTO UNITARIO	**0,50**
			UTILIDAD	**80%**
			PVP.	**0,89**

Expreso

Ingredientes	Precio	cantidad	costo unitario	costo final
Granos de café	6,8	50 servidas	0,14	0,14
Agua				0,10
Azucar	0,05	2	0,1	0,10
Embase	0,81	50	0,02	0,02
			COSTO UNITARIO	**0,36**
			UTILIDAD	**100%**
			PVP.	**0,72**

ENSALADA DE FRUTAS

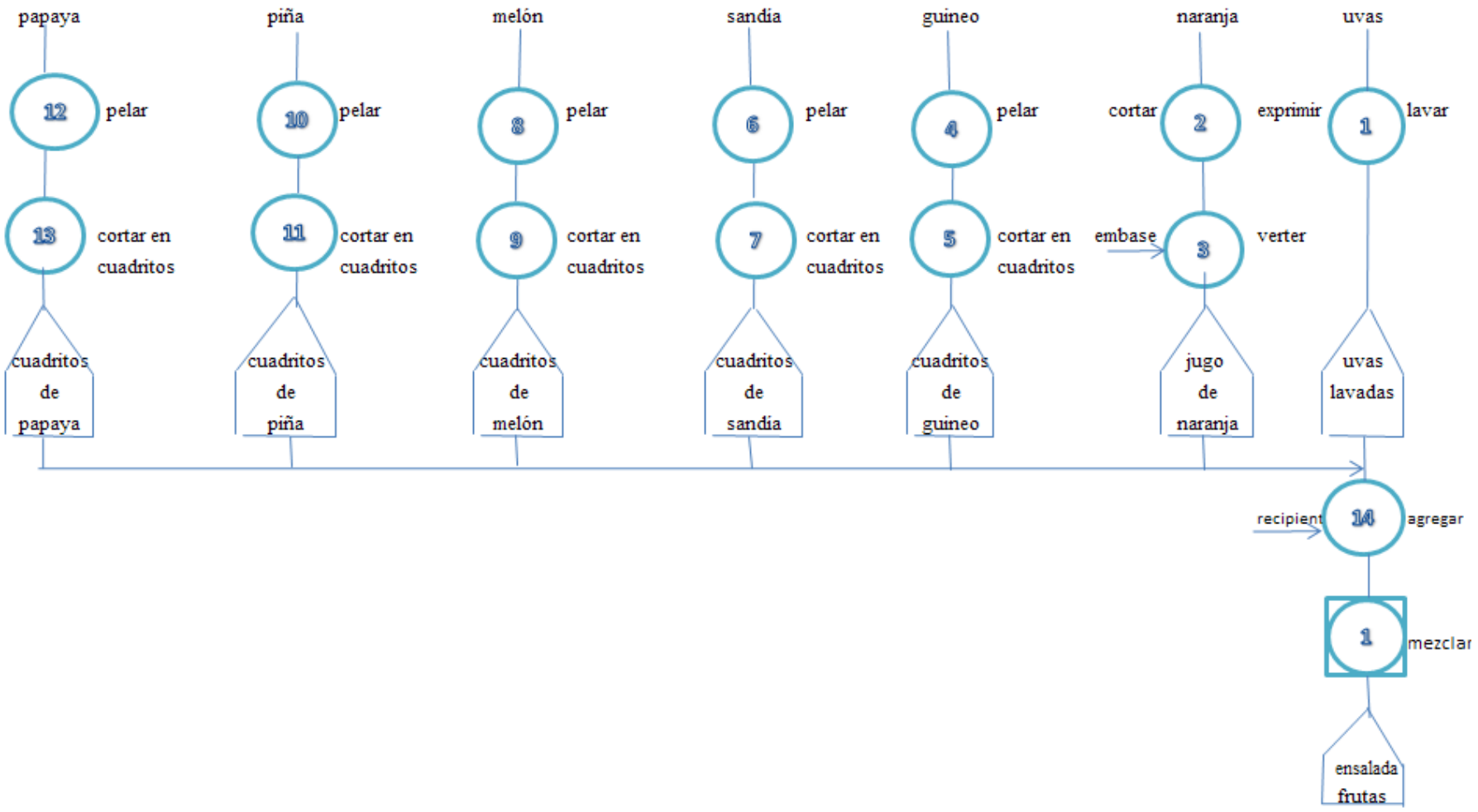
Ensalada de frutas con yogurt



Lista de Materiales

		Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	Ensalada frutas	--------	N0
N1	1.1	papaya	60 grm	N1
N1	1.2	piña	60 grm	N1
N1	1.3	melón	60 grm	N1
N1	1.4	sandia	60 grm	N1
N1	1.5	guineo	1	N1
N1	1.6	fresas	8	N1
N1	1.7	yogurt	1/2	N1
N1	1,8	envase	1	N1

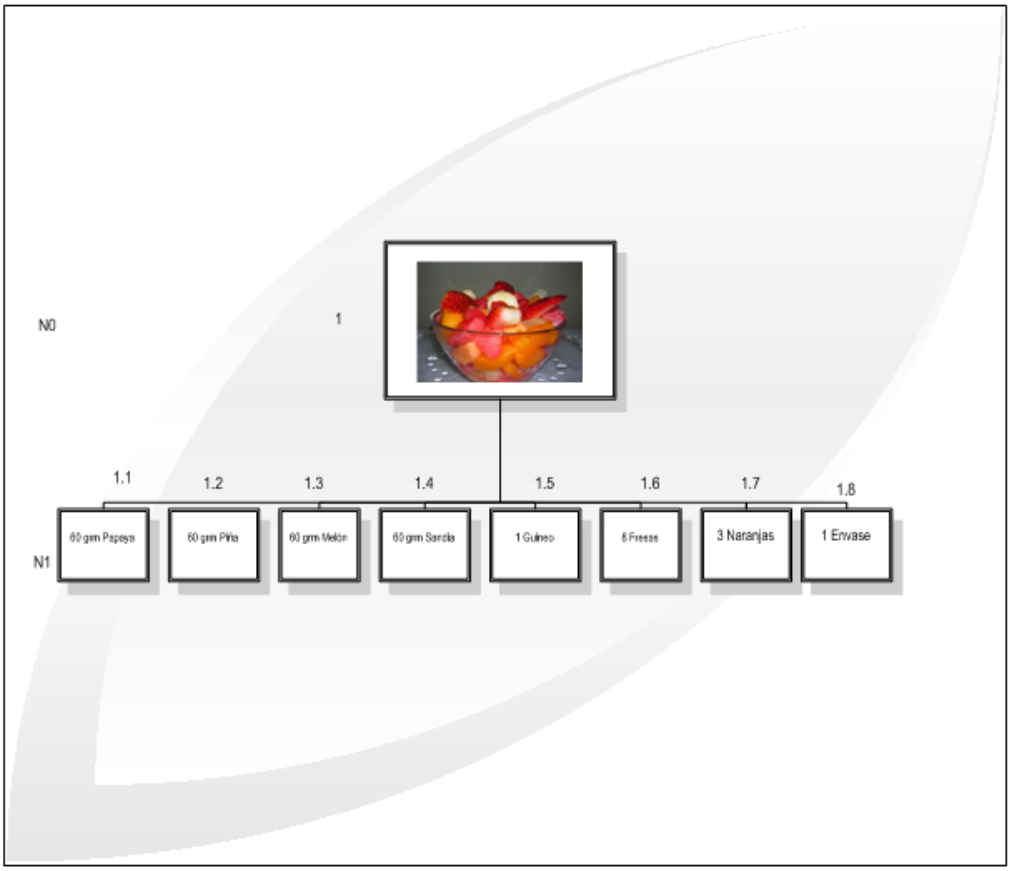
Diagrama de Procesos Operativos (DPO)



	CT	te	MO	ai
	1	30 segundos	1	0,99
	1	15segundos	1	1
	1	10 segundos	1	1
	1	15 segundos	2	0,99
	1	10 segundos	2	1
	1	15 segundos	2	1
	1	10 segundos	1	0,99
	1	15 segundos	1	1
	1	10 segundos	1	1
	1	15 segundos	2	0,99
	1	10 segundos	2	1
	2	5 segundos	1	1
	2	20 segundos	1	1
Total		**3 minutos**		

ENSALADA DE FRUTAS

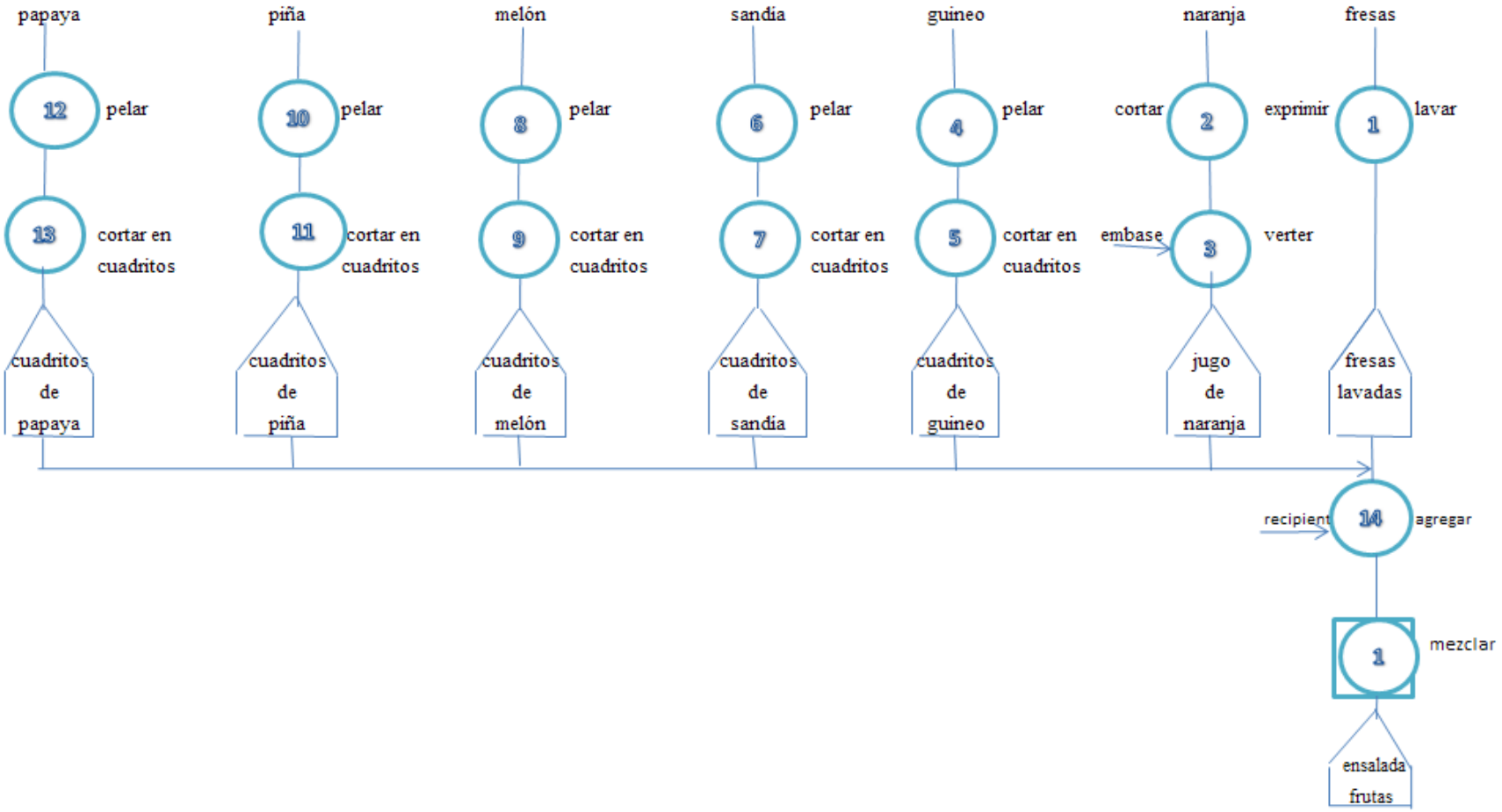
Ensalada de frutas con jugo de naranja con fresas



Lista de Materiales

		Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	Ensalada frutas	--------	N0
N1	1.1	papaya	60 grm	N1
N1	1.2	piña	60 grm	N1
N1	1.3	melón	60 grm	N1
N1	1.4	sandia	60 grm	N1
N1	1.5	guineo	1	N1
N1	1.6	fresas	8	N1
N1	1.7	naranja	3	N1
N1	1,8	envase	1	N1

Diagrama de Procesos Operativos (DPO)



	CT	te	MO	ai
	1	30 segundos	1	0,99
	1	15segundos	1	1
	1	10 segundos	1	1
	1	15 segundos	2	0,99
	1	10 segundos	2	1
	1	15 segundos	2	1
	1	10 segundos	1	0,99
	1	15 segundos	1	1
	1	10 segundos	1	1
	1	15 segundos	2	0,99
	1	10 segundos	2	1
	2	5 segundos	1	1
	2	15 segundos	1	1
	1	20 segundos	1	1
Total		**3 minutos 15 segundos**		

Costo de las Ensaladas de Frutas

Ensalada de frutas con yogurt

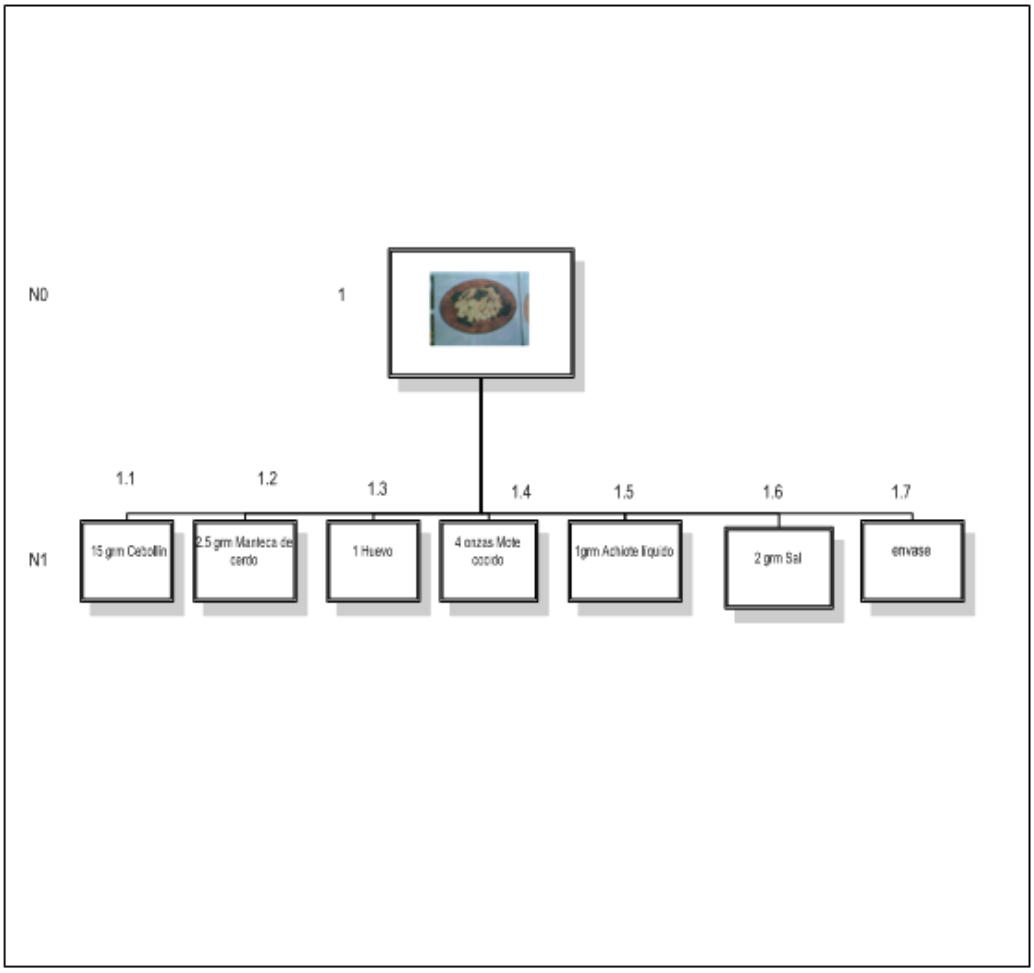
Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Papaya	1,00	100%	5%	0,05	0,05
Piña	1,00	100%	5%	0,05	0,05
Melón	1,00	100%	5%	0,05	0,05
Sandía	2,50	100%	5%	0,13	0,13
Guineo	0,05	1	5%	0,003	0,00
Fresas	1,00	1 libra	10%	0,10	0,10
Yogurt	1,10	1 litro	11%	0,12	0,12
envase plástico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,51**
				UTILIDAD	**147%**
				P.V.P	**1,25**

Ensalada de frutas con jugo de naranja con fresas

Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Papaya	1,00	100%	5%	0,05	0,05
Piña	1,00	100%	5%	0,05	0,05
Melón	1,00	100%	5%	0,05	0,05
Sandía	2,50	100%	5%	0,13	0,13
Guineo	0,05	1	5%	0,003	0,00
Fresas	1,00	1 libra	10%	0,10	0,10
Naranja	1,00	15	3	0,07	0,20
envase plástico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,59**
				UTILIDAD	**114%**
				P.V.P	**1,25**

COMPLEMENTOS DEL DESAYUNO

Mote Pillo

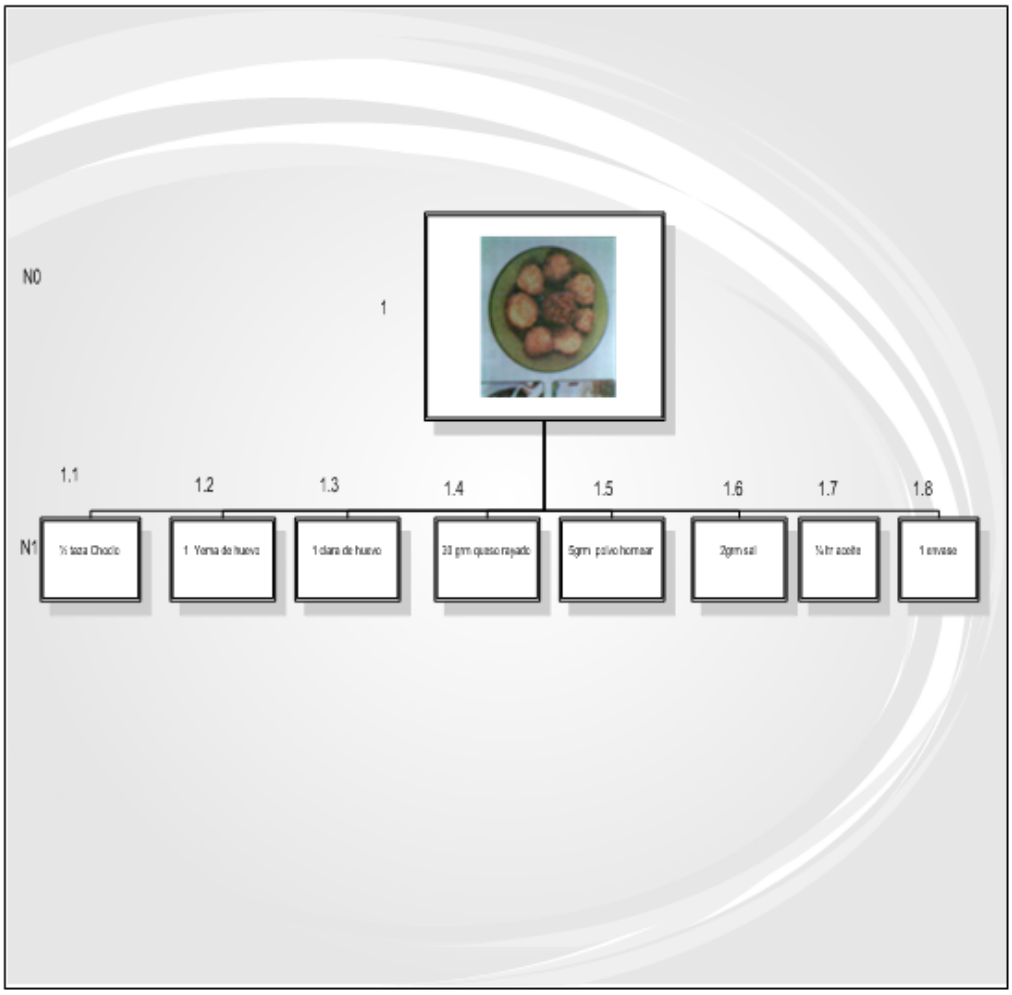


Lista de Materiales

		Descripción	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Mote Pillo	--------	N0
N1	1.1	Cebollin	15 grm	N1
N1	1.2	Manteca cerdo	2.5 grm	N1
N1	1.3	Huevo	1	N1
N1	1.4	Mote cocido	4 onzas	N1
N1	1.5	Achiote liquido	1 grm	N1
N1	1.6	Sal	2 grm	N1
N1	1,7	Envase	1	N1

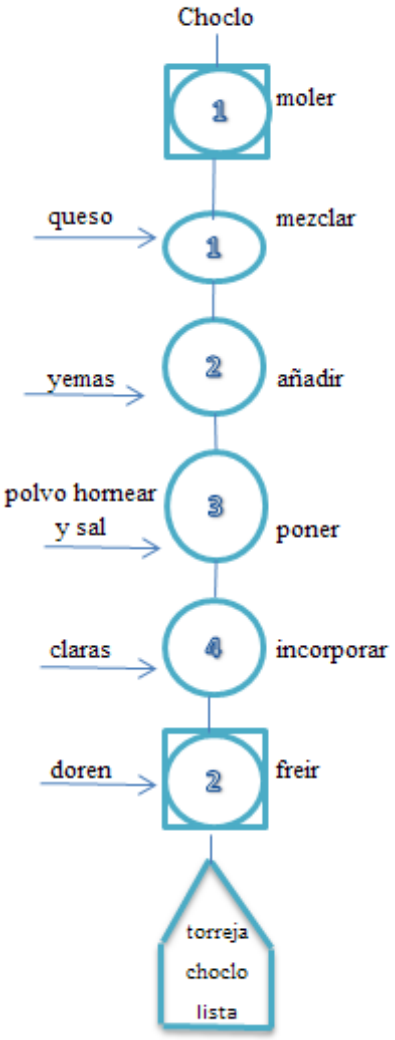
	CT	te	MO	ai
	2	20 segundos	1	0,99
	3	30 segundos	1	1
	3	5 segundos	1	1
	3	5 segundos	1	1
	3	1 minutos	1	1
Total		**2 minutos**		

Torrejas de Choclo



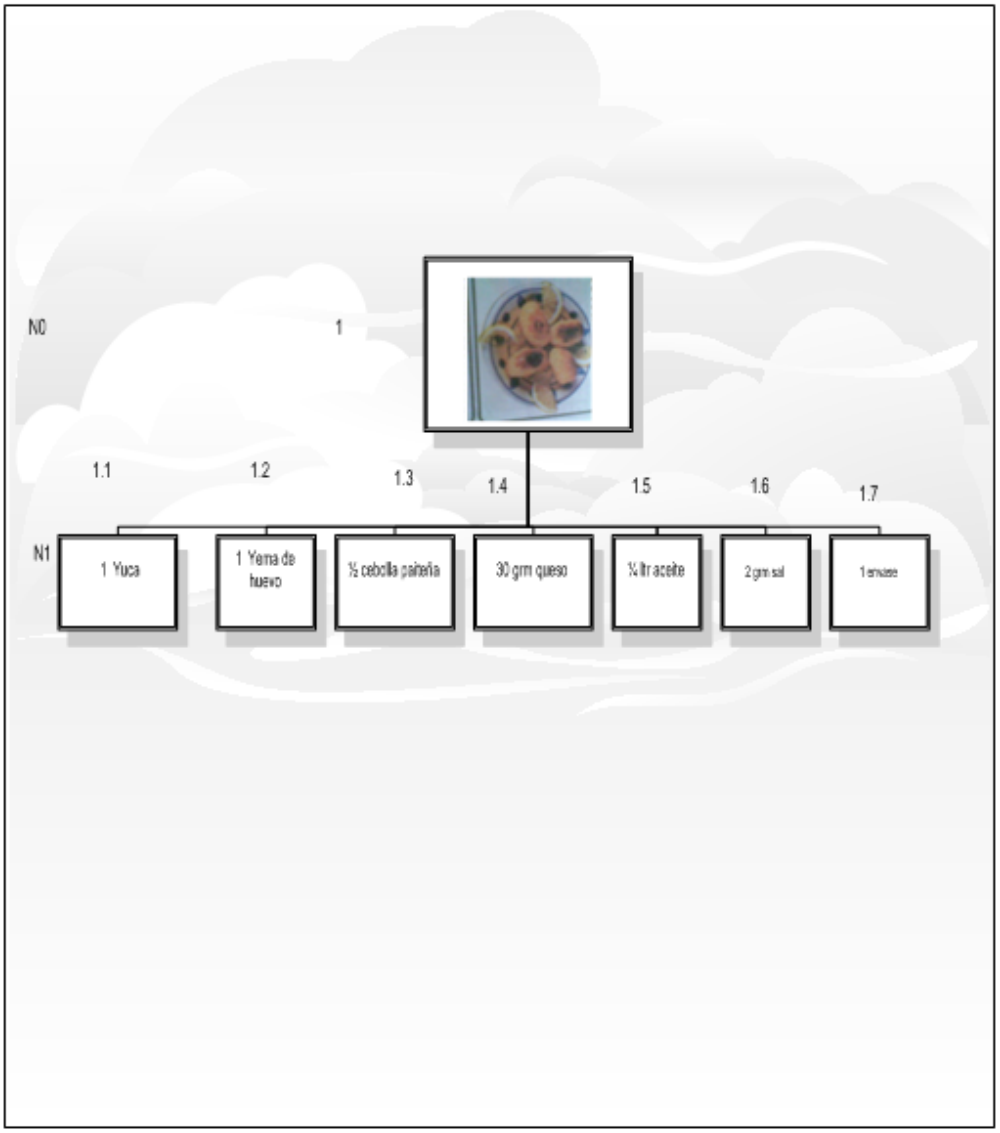
Lista de Materiales

		Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	Torrejas Choclo	--------	N0
N1	1.1	Choclo desganado	30 grm	N1
N1	1.2	Yema huevo	1	N1
N1	1.3	Clara huevo	1	N1
N1	1.4	Queso rayado	15 grm	N1
N1	1.5	Polvo hornear	5grm	N1
N1	1.6	Sal	2 grm	N1
N1	1.7	Aceite	1/4ltr	N1
N1	1,8	envase	1	N1



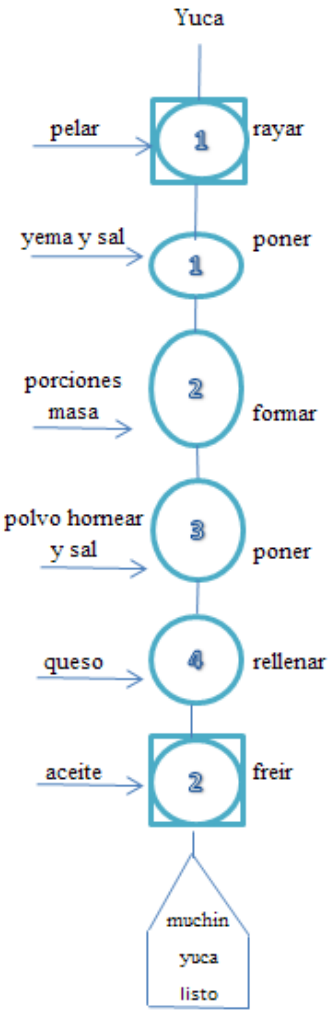
	CT	te	MO	ai
	4	30segundos	2	0,99
	2	10 segundos	1	1
	2	10 segundos	1	1
	2	5 segundos	1	1
	2	5 segundos	1	1
	3	1 minuto	2	1
Total		**2 minutos**		

Muchines de yuca



Lista de Materiales

		Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	Muchines	--------	N0
N1	1.1	Yuca	1	N1
N1	1.2	Yema huevo	1	N1
N1	1.3	Cebollin	15 grm	N1
N1	1.4	Queso	15 grm	N1
N1	1.5	Aceite	1/4ltr	N1
N1	1.6	Sal	2grm	N1
N1	1,7	Envase	1	N1



	CT	te	MO	ai
	4	30segundos	2	0,99
	2	5segundos	1	1
	2	10 segundos	1	1
	2	5 segundos	1	1
	2	10 segundos	1	1
	3	1 minuto	2	1
Total		**2 minutos**		

Costo de los Complementos del Desayuno

Mote Pillo

Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Cebollin	0,25	100%	5%	0,01	0,01
Manteca cerdo	1,00	1 libra	10%	0,10	0,10
Huevo	0,10	1	1	0,1	0,1
Mote cocido	0,50	1 libra	15%	0,08	0,08
Achiote liquido	1,50	1 litro	4%	0,060	0,06
Sal	0,65	1 libra	0,10%	0,0007	0,0007
envase plastico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,36**
				UTILIDAD	**125%**
				P.V.P	**0,80**

Huevo

Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Huevo	2,50	30	1	0,08	0,08
Agua	0,05	1 litro	2%	0,001	0,001
Sal	0,65	1 libra	0,10%	0,0007	0,0007
envase plastico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,09**
				UTILIDAD	**110%**
				P.V.P	**0,20**

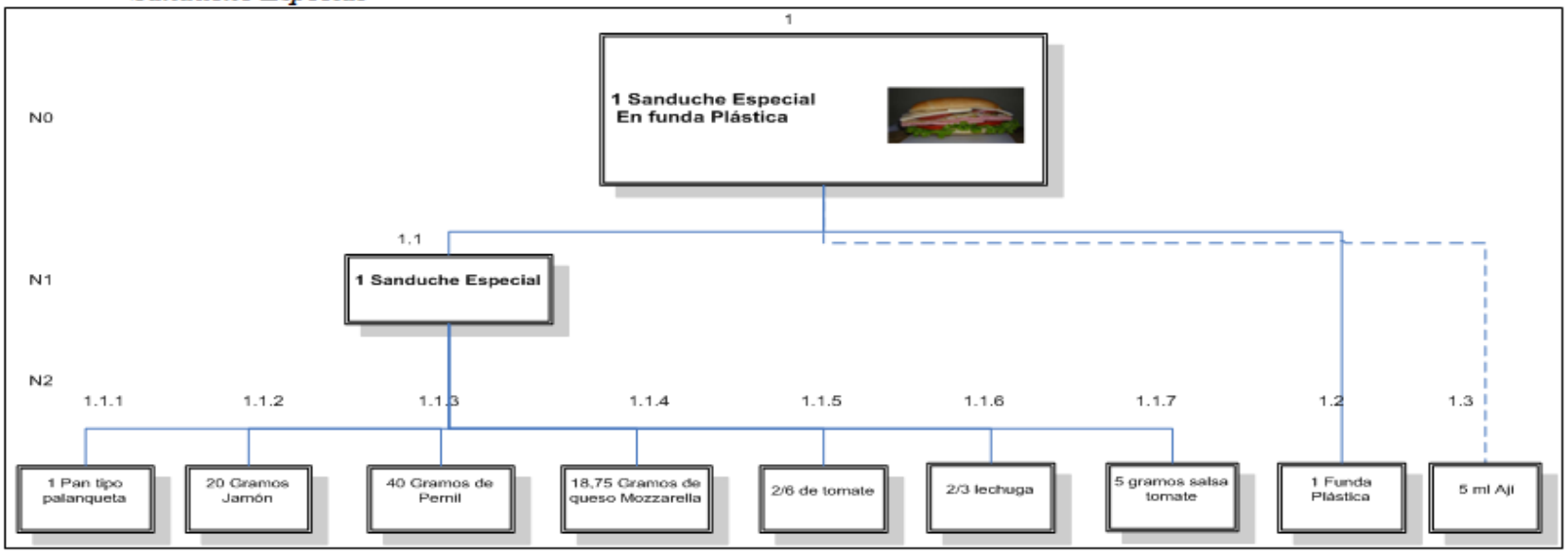
Torrejas de Choclo

Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Choclo desganado	2,00	5 libra	2%	0,04	0,04
Huevo	2,50	30	1	0,08	0,08
Queso	1,90	1 libra	3%	0,06	0,06
Polvo hornear	0,25	100%	1%	0,003	0,003
Sal	0,65	1 libra	0,10%	0,0007	0,0007
Aceite	1,90	1 litro	0,25%	0,0048	0,0048
envase plastico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,20**
				UTILIDAD	**155%**
				P.V.P	**0,50**

Muchines de yuca

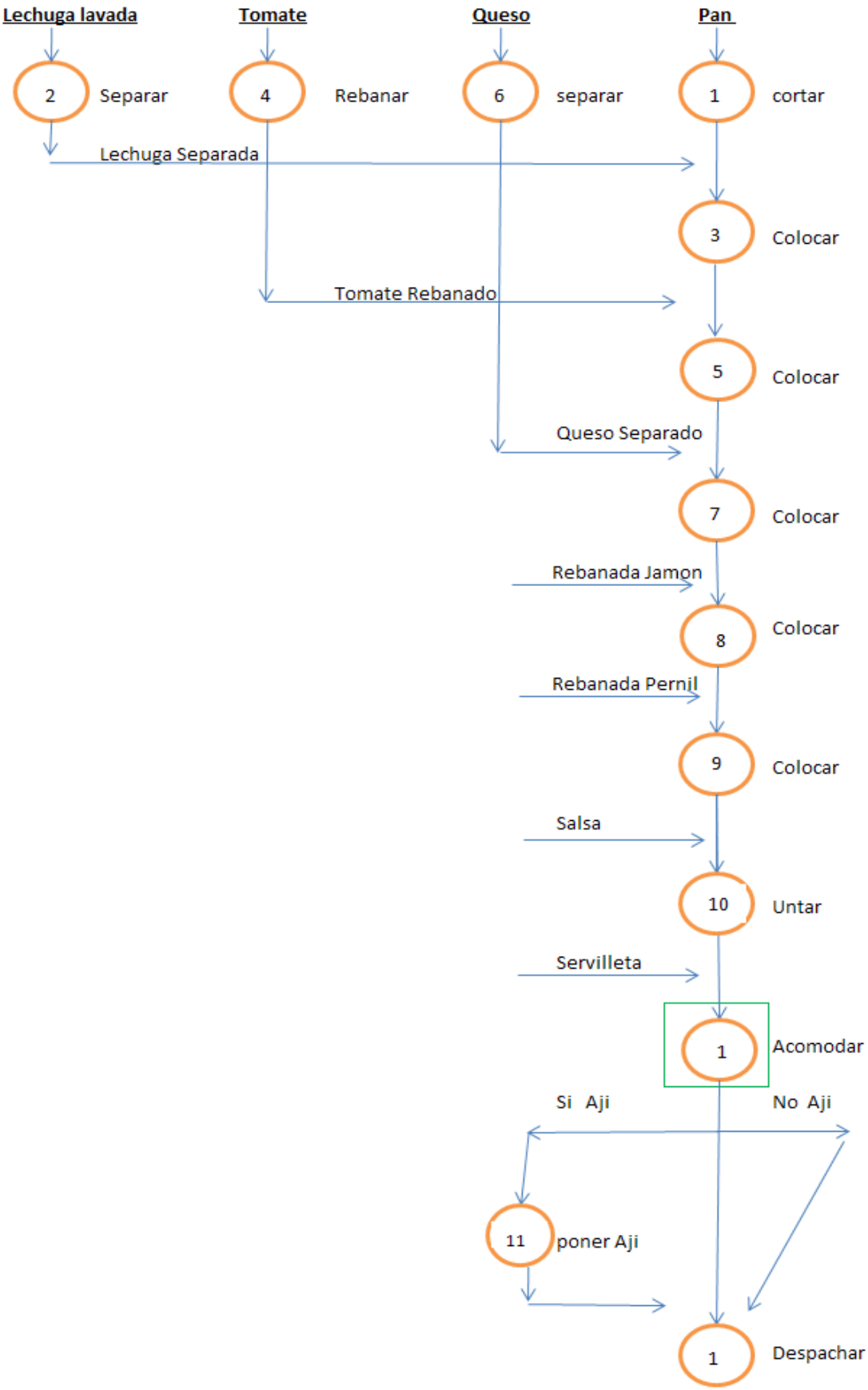
Ingredientes	Precio	Cantidad	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Costo Final
Yuca	0,50	2 libra	1%	0,01	0,01
Huevo	2,50	30	1	0,08	0,08
Cebollin	0,25	100%	5%	0,01	0,01
Queso	1,90	1 libra	3%	0,06	0,06
Aceite	1,90	1 litro	0,25%	0,0048	0,0048
Sal	0,65	1 libra	0,10%	0,0007	0,0007
envase plastico	0,80	100	1	0,008	0,008
				COSTO UNITARIO	**0,17**
				UTILIDAD	**136%**
				P.V.P	**0,40**

Sanduche Especial



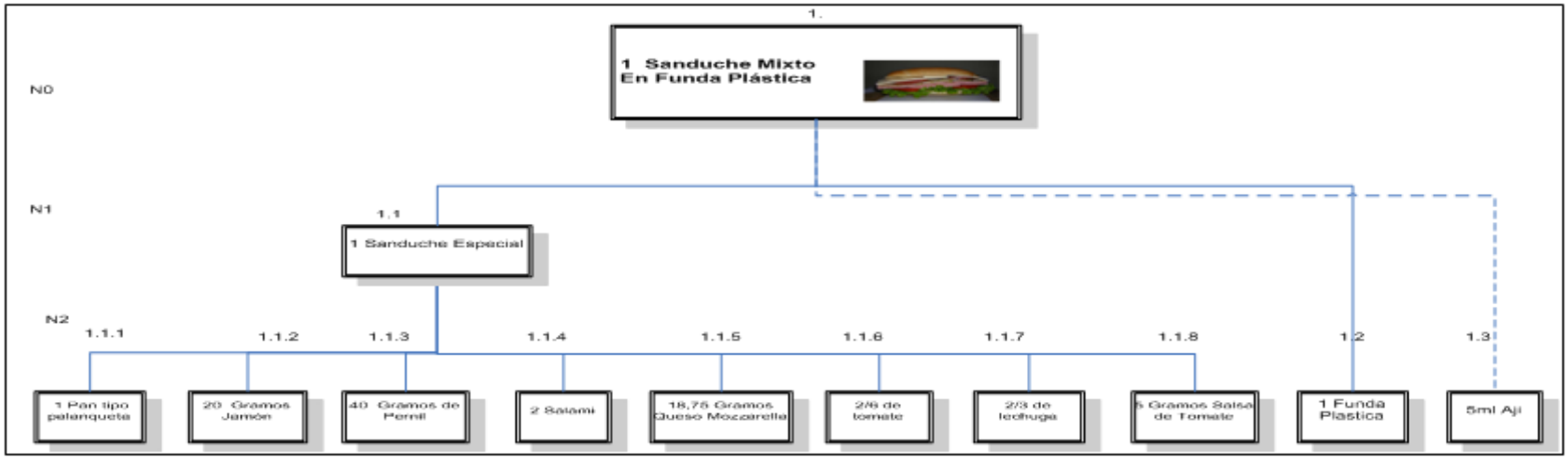
Lista de Materiales				
	Código	**Descripción**	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Sanduche especial en funda plastica	------	0
N1	1	Sanduche Especial	1	1
N2	1.1.1	pan Palanqueta	1	2
	1.1.2	jamon	1	2
	1.1.3	pernil rebanadas	40gr	2
	1.1.4	queso mozzarella	18,75gr	2
	1.1.5	tomate	1/3	2
	1.1.6	lechuga	2/3	2
	1.1.7	salsa de tomate	5 gr	2
	1.2	Funda Plastica	1	2
	1.3	Aji	5ml	2

Sanduche Especial



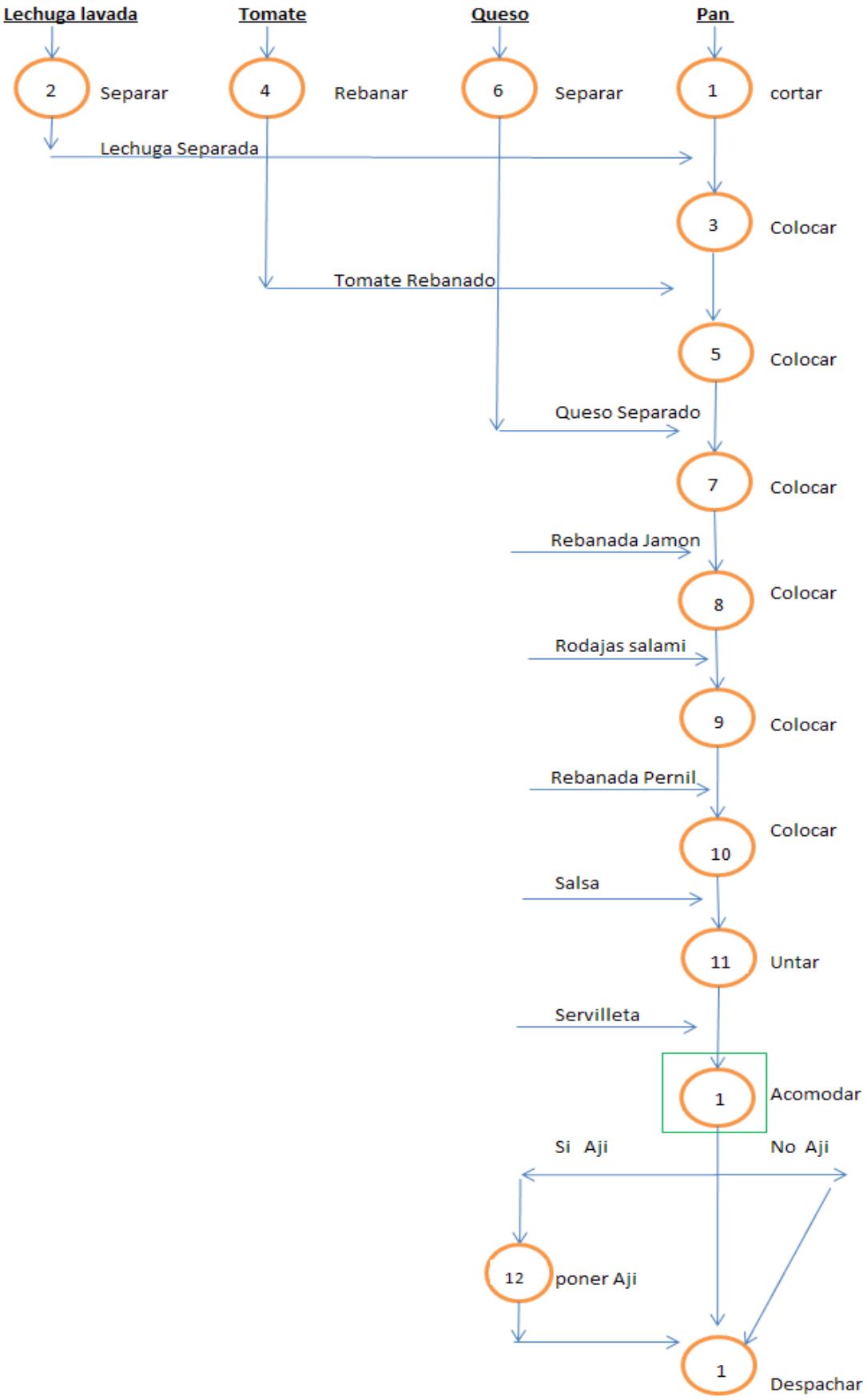
CT	te	MO	ai
1	0,1	2 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,15	2 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,15	1 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,1	2per	1
1	0,05	1per	1
1	0,5	1 per	1
1	0,1	1 per	1
Total	1,4min		

Sanduche Mixto



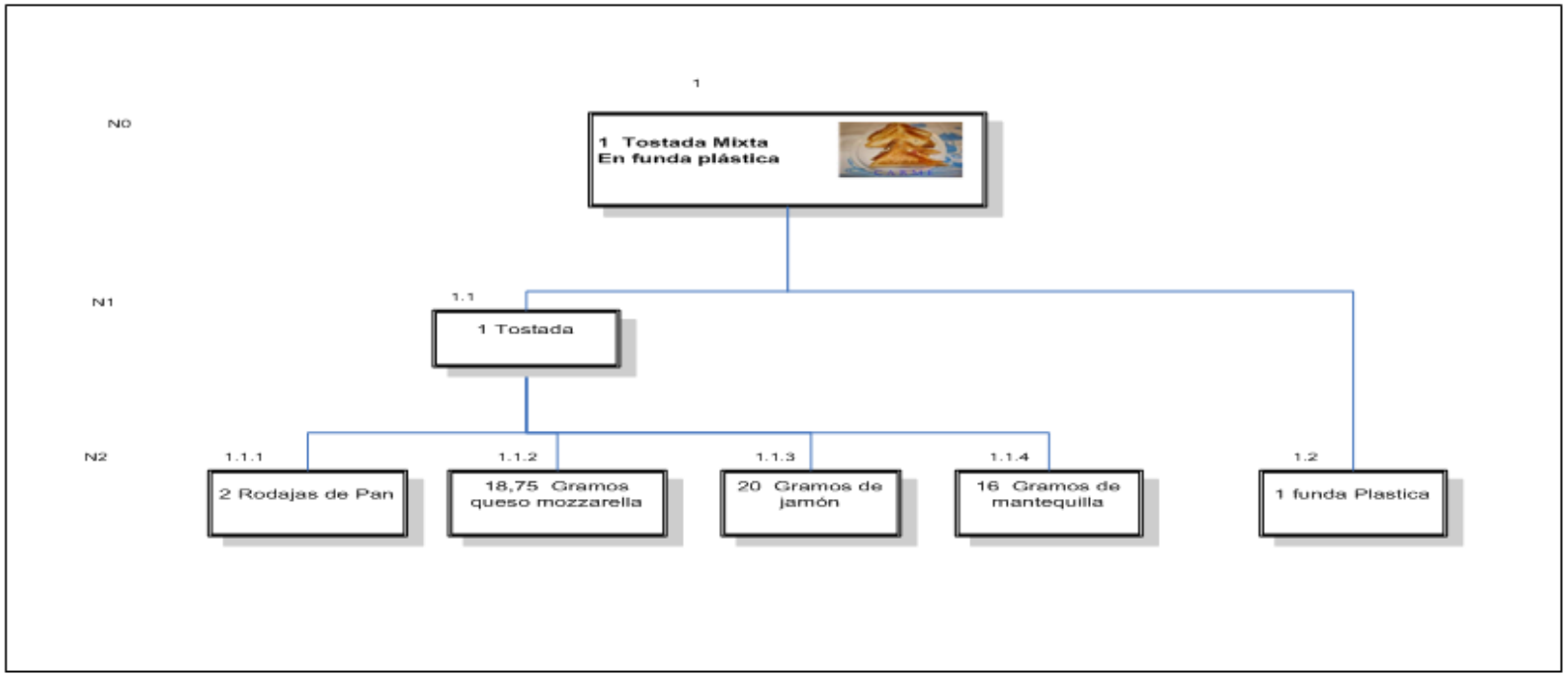
Lista de Materiales				
	Código	**Descripción**	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Sanduche Mixto en funda plastica	------	0
N1	1	Sanduche Mixto	1	1
N2	1.1.1	pan Palanqueta	1	2
	1.1.2	jamon	20 gr	2
	1.1.3	Pernil	40gr	2
	1.1.4	salami	2	2
	1.1.5	queso mozzarella	18,75 gr	2
	1.1.6	tomate	1/3	2
	1.1.7	lechuga	2/3	2
	1.1.8	salsa de tomate	5 gr	2
	1.2	Funda Plastica	1	2
	1.3	Aji	5ml	2

Sanduche Mixto



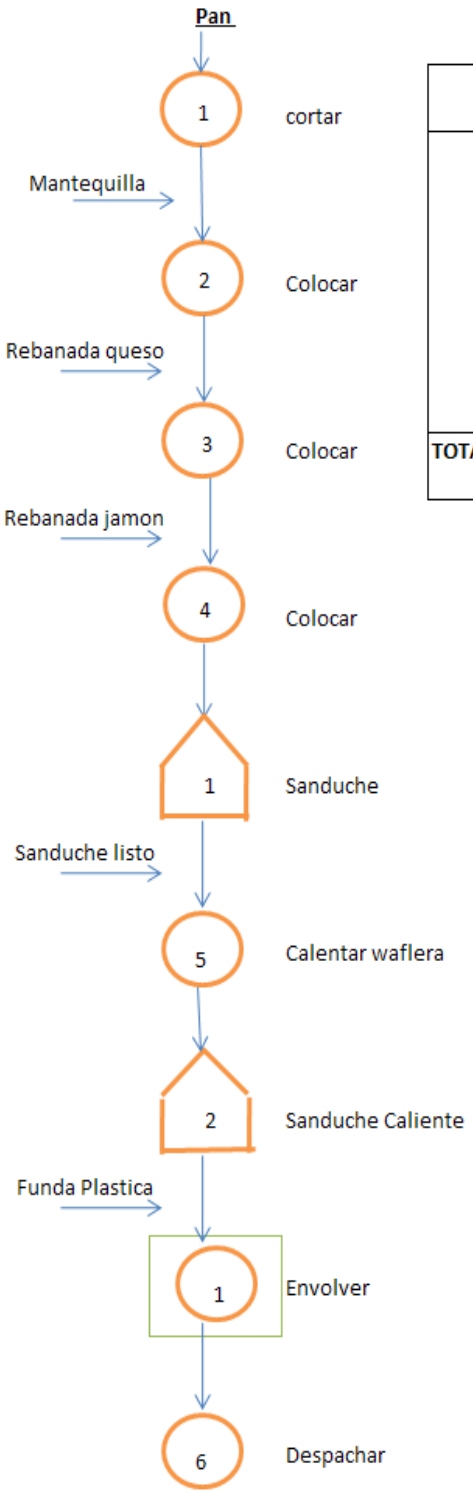
CT	te	MO	ai
1	0,1	2 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,15	2 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,15	1 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,05	1per	1
1	0,05	1 per	1
1	0,1	2per	1
1	0,05	1per	1
1	0,5	1 per	1
1	0,1	1 per	1
Total	1,5 min		

Tostada Mixta



		Lista de Materiales		
	Código	**Descripción**	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	Tostada Mixta en funda Plastica	------	0
N1	1.1	Tostada Mixta	1	1
N2	1.1.1	rodajas de pan	2	2
	1.1.2	Gramos queso mozzarella	18,75 gr	2
	1.1.3	Gramos jamon	20 gr	2
	1.1.4	Mantequilla	16gr	2
	1.2	Funda plastica	1	2

Tostada Mixta



CT	te	MO	ai
1	10	1	1
1	15	1	1
1	5	1	1
1	5	1	1
1	30	1	1
1	10	1	1
1	5	1	1
TOTAL	**80**	segundos	
	1,33	minutos	

Sanduche Especial

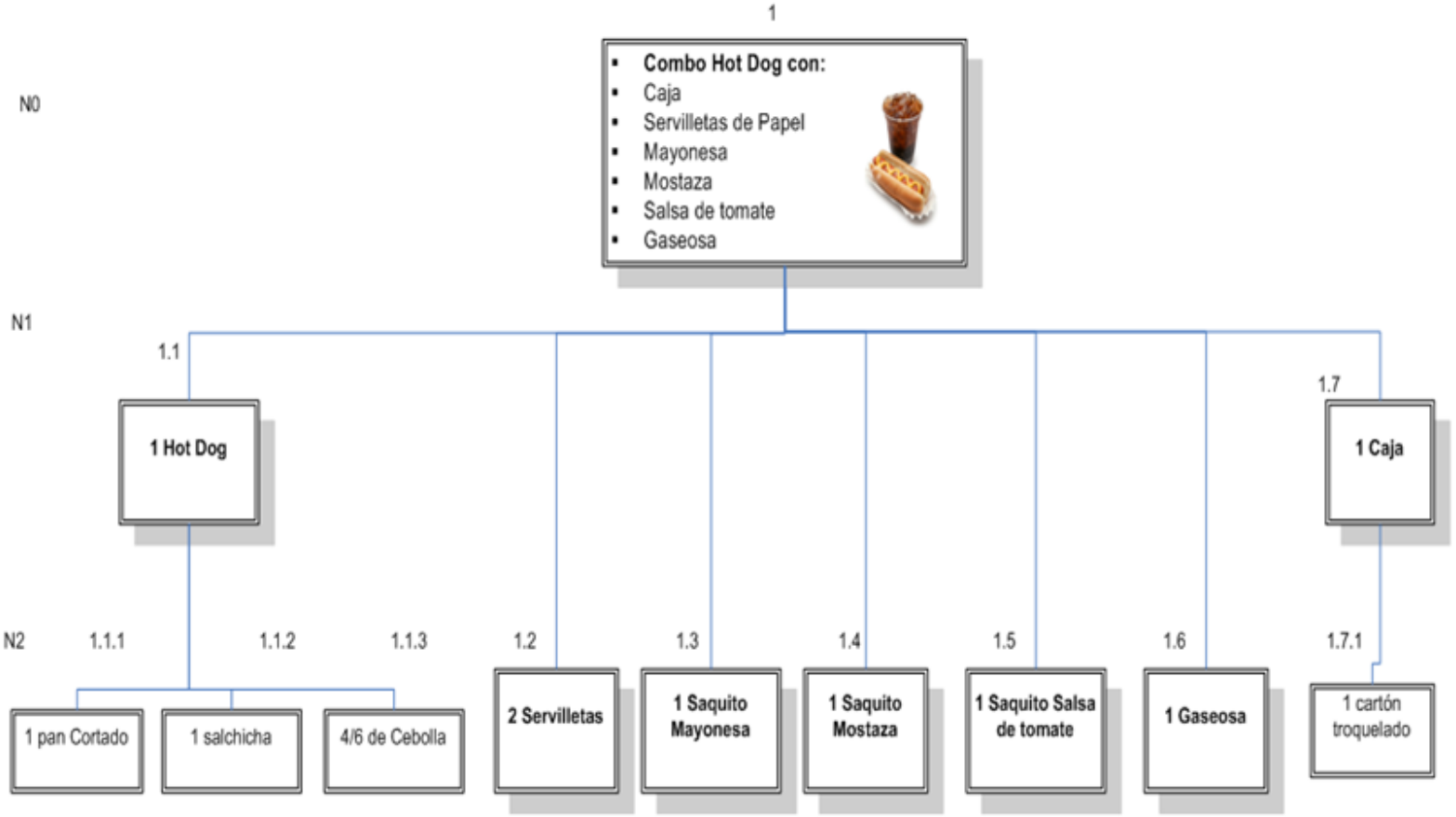
Ingredientes	Precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Pan	0,1	1	1	0,10	1	0,10
Jamon	2,8	300 gr	16 rodajas	0,17	2 rodajas	0,35
Pernil	3,00	200gr	12 rodajas	0,25	2 rodajas	0,5
Queso	1,95	200 gr	10 rodajas	0,19	2 rodajas	0,39
Tomate	1,5	3lb	24 rodajas	0,06	2 rodajas	0,12
Lechuga	0,85	100%	100%	0,09	10%	0,09
Salsa	3,25	100%	100%	0,16	5%	0,16
Papel envoltura	5	1 hoja	100 hojas	0,05	1 hoja	0,05
					COSTO UNITARIO	**S 1,76**
					UTILIDAD	35%
					PVP.	**S 2,38**

Sanduche Mixto

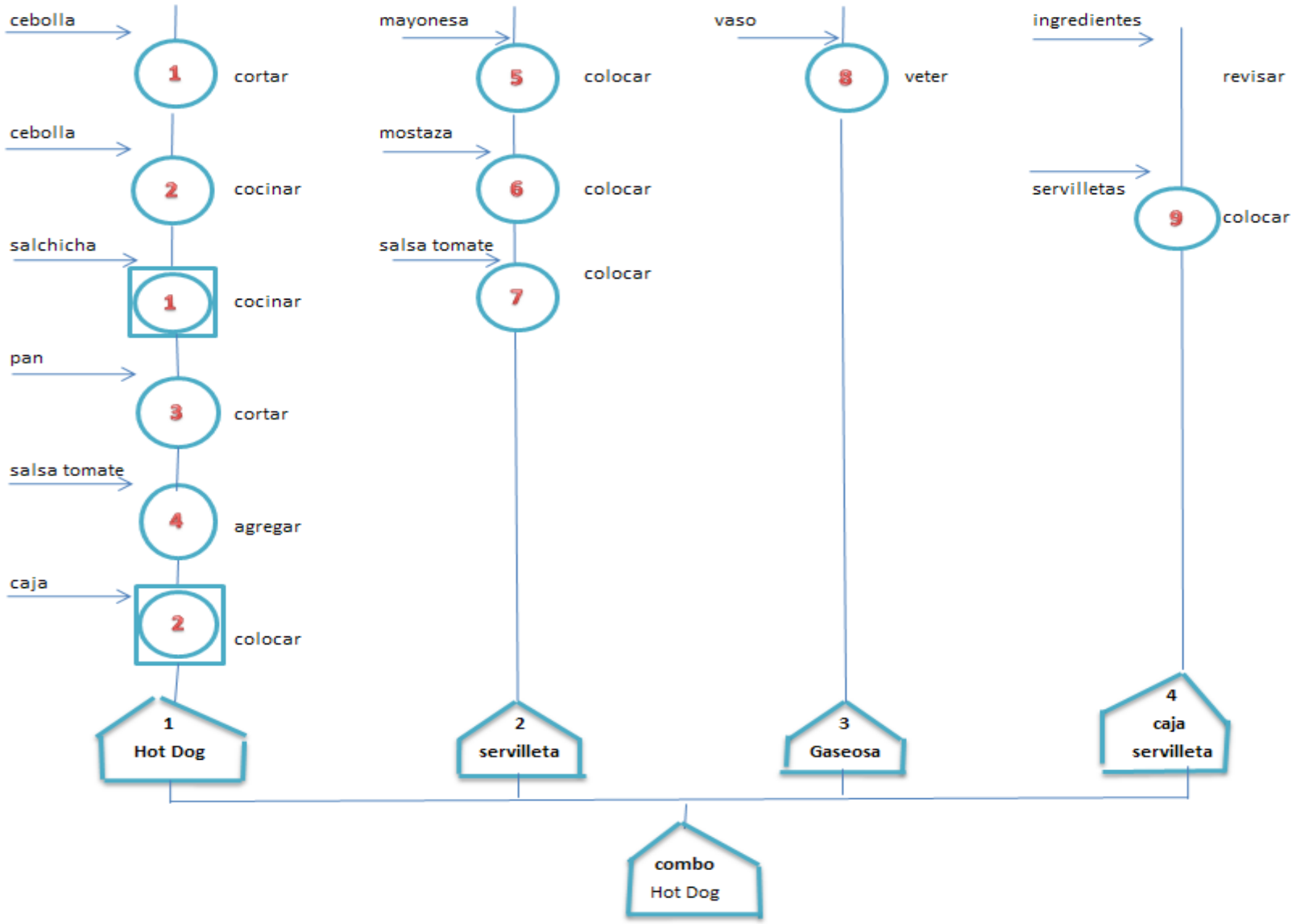
Ingredientes	Precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Pan	0,1	1	1	0,10	1	0,10
Salami	2,5	200 gr	20 rodajas	0,13	2 rodajas	0,26
Jamon	2,8	300 gr	16 rodajas	0,17	2 rodajas	0,35
Pernil	3,00	200gr	12 rodajas	0,25	2 rodajas	0,5
Queso	1,95	200 gr	10 rodajas	0,19	2 rodajas	0,39
Tomate	1,5	3lb	24 rodajas	0,06	2 rodajas	0,12
Lechuga	0,85	1	1	0,09	0,1	0,09
Salsa	3,25	1	1	0,16	0,05	0,16
Papel envoltura	5	1 hoja	100 hojas	0,05	1 hoja	0,05
					COSTO UNITARIO	**S 2,02**
					UTILIDAD	35%
					PVP.	**S 2,73**

TOSTADAS

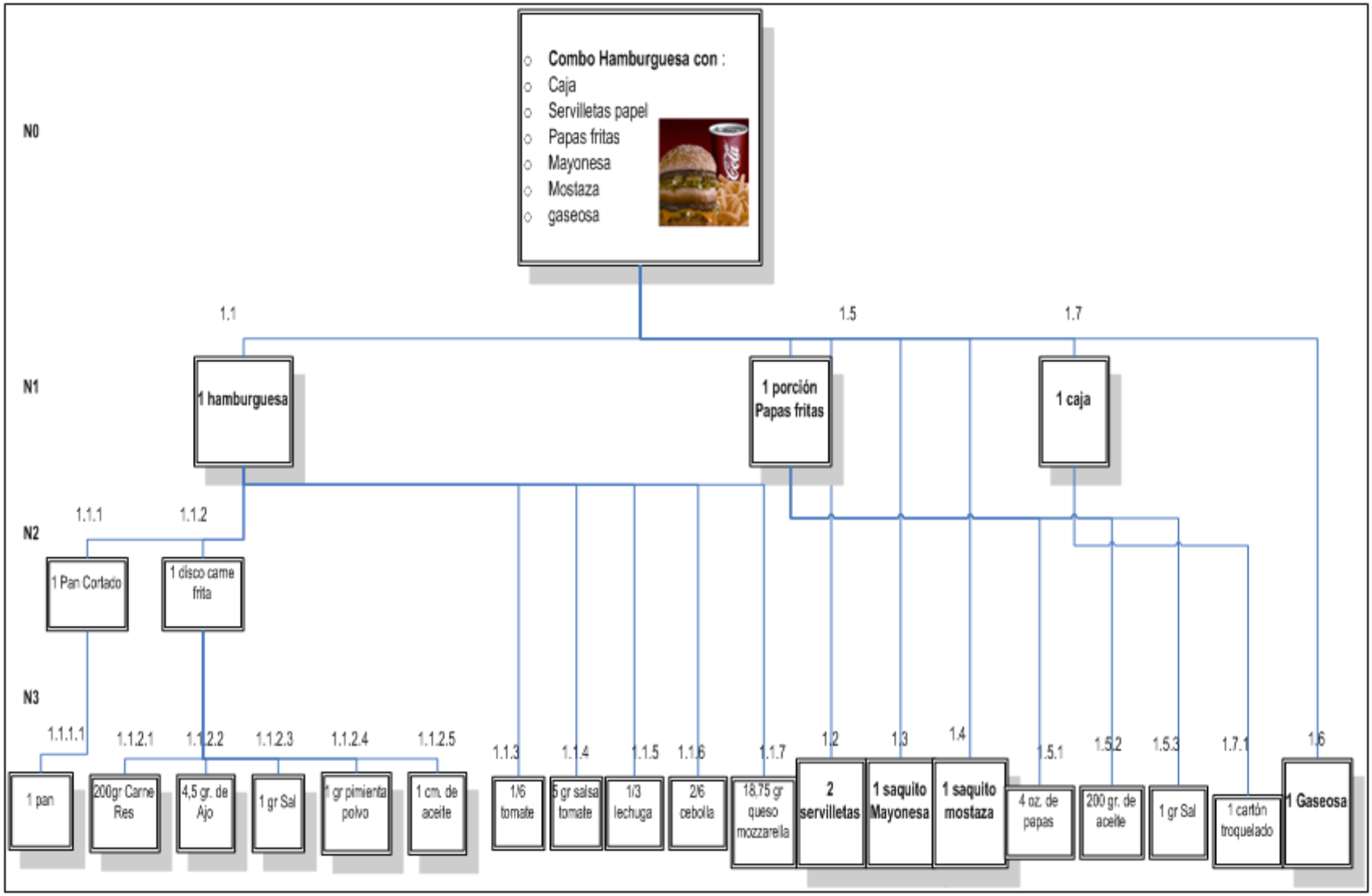
Ingredientes	Precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Su pan	1,25	20 rodajas	20 rodajas	0,06	2 rodajas	0,13
Queso	2,8	300 gr	16 rodajas	0,17	1 rodaja	0,17
Jamon	1,95	200 gr	10 rodajas	0,20	1 rodaja	0,20
Mantequilla	1,34	500 gr	500gr	0,07	5%	0,07
					COSTO UNITARIO	**S 0,57**
					UTILIDAD	38%
					PVP.	**S 0,78**


1
N0
Combo Hot Dog con:
Caja
Servilletas de Papel
Mayonesa
Mostaza
Salsa de tomate
Gaseosa
N1
1.1
1 Hot Dog
1.7
1 Caja
N2
1.1.1
1.1.2
1.1.3
1.2
1.3
1.4
1.5
1.6
1.7.1
1 pan Cortado
1 salchicha
4/6 de Cebolla
2 Servilletas
1 Saquito Mayonesa
1 Saquito Mostaza
1 Saquito Salsa de tomate
1 Gaseosa
1 cartón troquelado

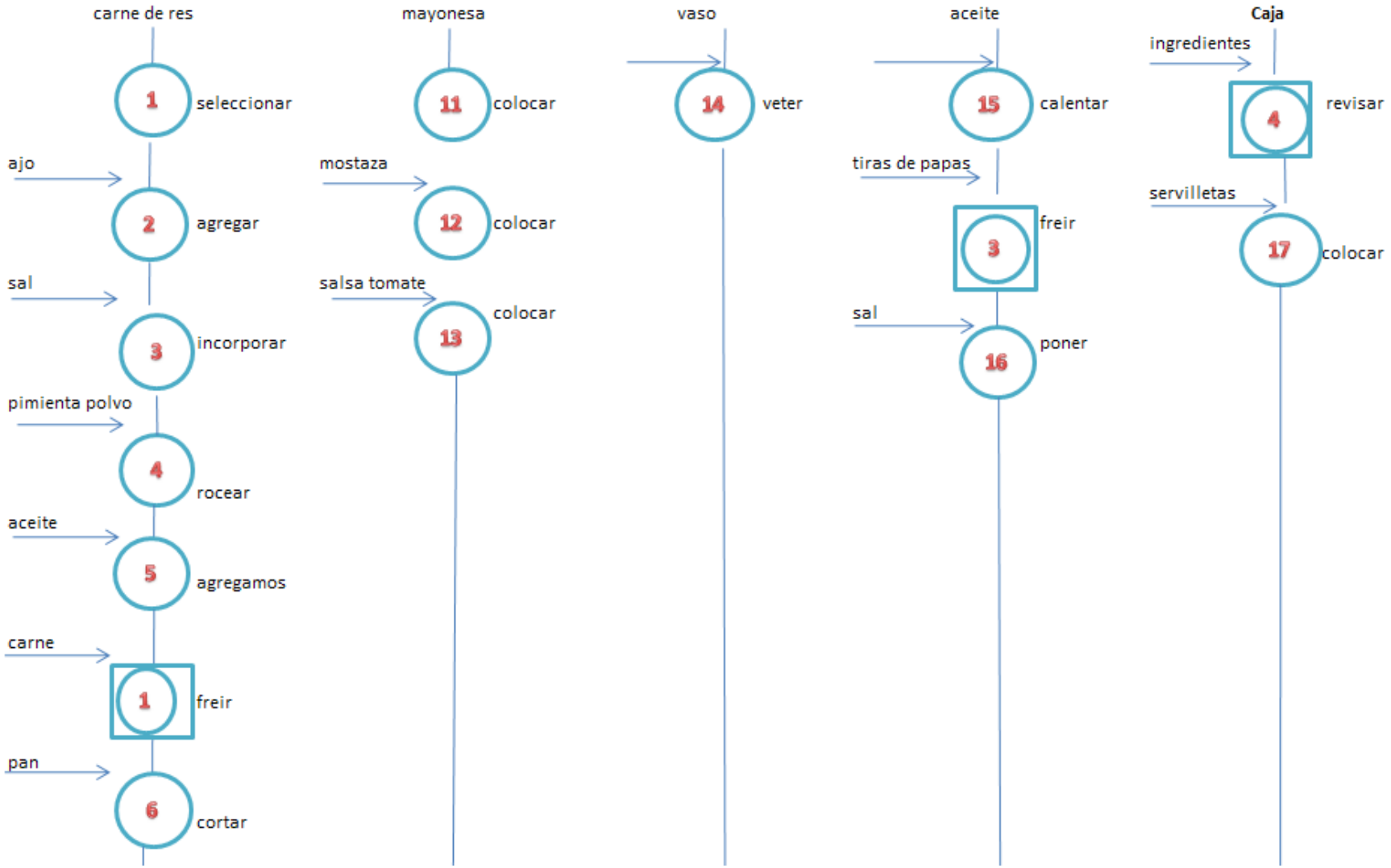
	Lista de Materiales			
	Código	**Descripción**	**c.h.u.n.e**	**NJ**
N0	1	hot dog	------	N0
		caja		
		servilletas		
		mayonesa		
		mostaza		
		salsa de tomate		
		gaseosa		
N1	1.1	hot dog		N1
N2	1.1.1	pan cortado	1	N2
N2	1.1.2	salchicha	1	N2
N2	1.1.3	cebolla	2/3	N2
N1	1.2	caja	1	N1
N1	1.3	servilletas	2	N1
N1	1.4	mayonesa	1	N1
N 1	1.5	mostaza	1	N1
N1	1.6	salsa de tomate	1	N1
N1	1.7	gaseosa	1	N1
N2	1.7.1	carton troquelado	1	N2

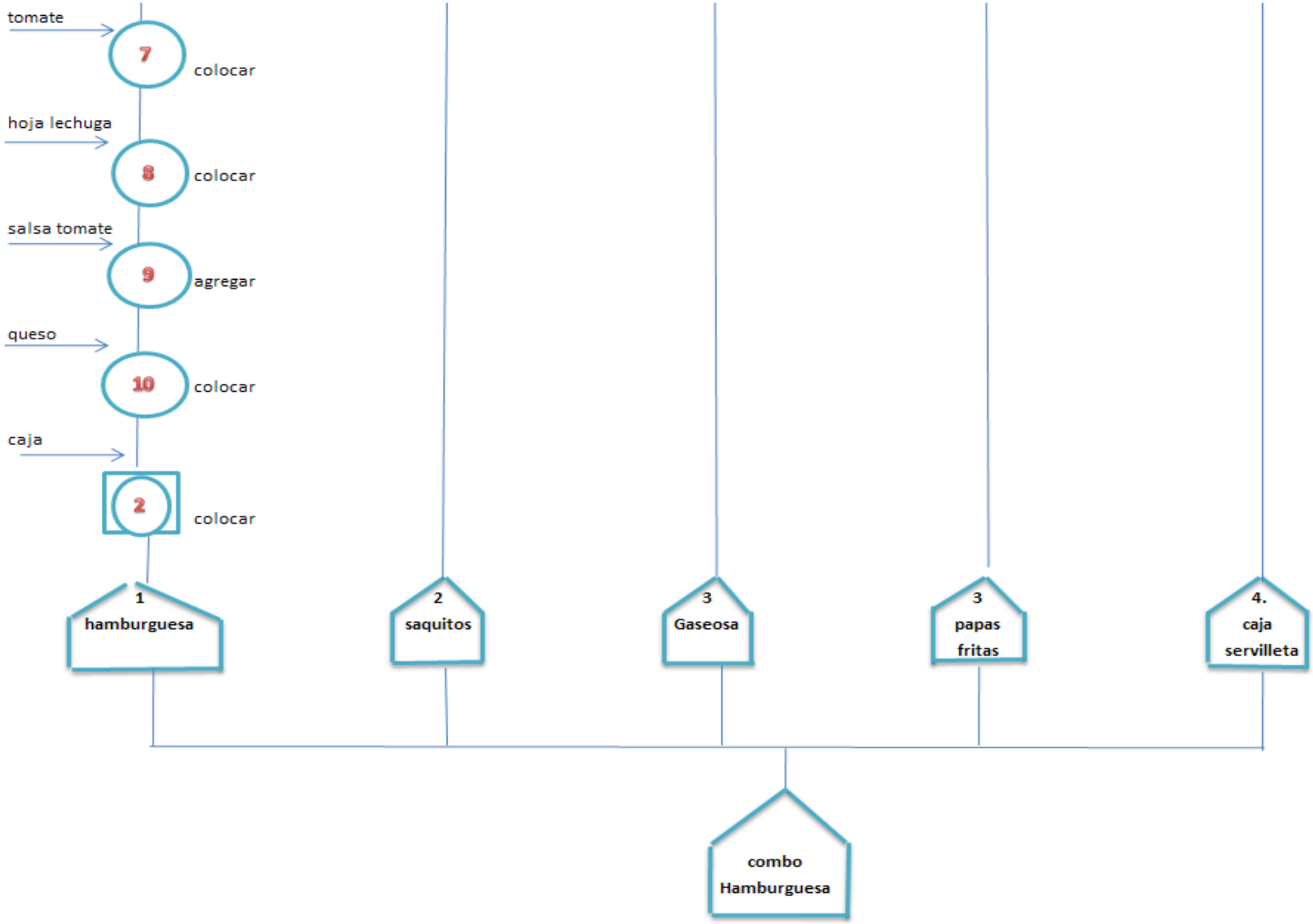

cebolla
1
cortar
cebolla
2
cocinar
salchicha
1
cocinar
pan
3
cortar
salsa tomate
4
agregar
caja
2
colocar
1
Hot Dog
mayonesa
5
colocar
mostaza
6
colocar
salsa tomate
7
colocar
2
servilleta
vaso
8
veter
3
Gaseosa
ingredientes
revisar
servilletas
9
colocar
4
caja
servilleta
combo
Hot Dog

CT	te	MO	ai
5	0,30 minuto	1	1
5	0,30 minuto	1	1
5	1,50 minutos	1	1
1	0,10minutos	1	1
1	0,20 minutos	1	1
1	0,05 minutos	1	1
1	0,05 minutos	1	1
1	0,05 minutos	1	1
1	0,05 minutos	1	1
1	0,05 minutos	1	1
1	0,05 minutos	1	1
2	0,15 minutos	1	1
TOTAL	**2,58minutos**		


N0
Combo Hamburguesa con :
Caja
Servilletas papel
Papas fritas
Mayonesa
Mostaza
gaseosa
N1
1.1
1.5
1.7
1 hamburguesa
1 porción Papas fritas
1 caja
N2
1.1.1
1.1.2
1 Pan Cortado
1 disco carne frita
N3
1.1.1.1
1.1.2.1
1.1.2.2
1.1.2.3
1.1.2.4
1.1.2.5
1.1.3
1.1.4
1.1.5
1.1.6
1.1.7
1.2
1.3
1.4
1.5.1
1.5.2
1.5.3
1.7.1
1.6
1 pan
200gr Carne Res
4,5 gr. de Ajo
1 gr Sal
1 gr pimienta polvo
1 cm. de aceite
1/6 tomate
5 gr salsa tomate
1/3 lechuga
2/6 cebolla
18,75 gr queso mozzarella
2 servilletas
1 saquito Mayonesa
1 saquito mostaza
4 oz. de papas
200 gr. de aceite
1 gr Sal
1 cartón troquelado
1 Gaseosa

	Código	Descripción	c.h.u.n.e	NJ
N0	1	hamburguesa	------	N0
		caja		
		servilletas		
		papas fritas		
		mayonesa		
		mostaza		
		salsa de tomate		
		gaseosa		
N1	1.1	hamburguesa	1	1
	1.5	porcion papas	1	1
	1.7	caja	1	1
N2	1.1.1	pan cortado	2	2
	1.1.2	disco de carne	2	2
N3	1.1.1.1	pan	1	3
	1.1.2.1	carne res	200gr	3
	1.1.2.2	ajo	4.5 grm	3
	1.1.2.3	sal	1 grm	3
	1.1.2.4	pimienta polvo	1gr	3
	1.1.2.5	aceite	1cm	3
	1.1.3	tomate	1/6	3
	1.1.4	salsa de tomate	5grm	3
	1.1.5	lechuga	1/3	3
	1.1.6	cebolla	1/3	3
	1.1.7	queso mozzarella	18,75 grm	3
	1.3	servilletas	2	3
	1.4	papas fritas	1	3
	1.5	mayonesa	1	3
	1.5.1	papas	4 oz	3
	1.5.2	aceite	200 grm	3
	1.5.3	sal	1grm	3
	1.6	mostaza	1	3
	1.7	gaseosa	1	3
	1.7.1	carton troquelado	1	3


carne de res
1
seleccionar
ajo
2
agregar
sal
3
incorporar
pimienta polvo
4
rocear
aceite
5
agregamos
carne
1
freir
pan
6
cortar
mayonesa
11
colocar
mostaza
12
colocar
salsa tomate
13
colocar
vaso
14
veter
aceite
15
calentar
tiras de papas
3
freir
sal
16
poner
Caja
ingredientes
4
revisar
servilletas
17
colocar


tomate
7
colocar
hoja lechuga
8
colocar
salsa tomate
9
agregar
queso
10
colocar
caja
2
colocar
1
hamburguesa
2
saquitos
3
Gaseosa
3
papas
fritas
4.
caja
servilleta
combo
Hamburguesa

CT	te	MO	ai
2	0,10min	1	1
1	0,05min	1	1
1	0,1min	1	1
1	0,1min	1	1
3	0,02min	1	0,95
2	1min	1	1
2	0,10min	1	1
2	0,05min	1	0,99
2	0,05min	1	1
	0,05min		
2	0,05min	1	1
	0,05min		
2	0,05min	1	1
	0,05min		
2	0,05min	1	1
5	0,10min	1	1
5	0,50 min	1	1
5	0,60 min	1	1
2	0,5min	1	1
Total	3 minutos 24 segundos		

Costos Combos Comida Rápida

Combo Hot dog

Ingredientes	Precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Pan	0,1	1	1	0,10	1	0,10
Salchicha	2,5	200 gr	20 rodajas	0,13	2 rodajas	0,26
cebolla	1,5	3lb	24 rodajas	0,06	2 rodajas	0,12
Salsa tomate	3,25	1	1	0,16	0,05	0,16
caja	0,18	1		0,18	1	0,18
servilletas	0,7	100	100	0,01	2	0,02
saquitos salsa	0,06	1	1	0,06	3	0,18
gaseosa	1,2	3 lt	20 vasos	0,06	1	0,06
					COSTO UNITARIO	**S 1,08**
					UTILIDAD	71%
					PVP.	**S 1,85**

Combo Hamburguesa

Ingredientes	Precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Pan	0,1	1	1	0,10	1	0,10
Disco carne	1,5	1 lb	1 rodaja	0,25	1	0,25
Adobar - freir						0,07
Salchicha	2,5	200 gr	20 rodajas	0,13	2 rodajas	0,26
tomate	1,5	3lb	24 rodajas	0,06	2 rodajas	0,12
Queso	2,8	300 gr	16 rodajas	0,17	1 rodaja	0,17
papas	0,3	1 lb	1 lb	0,3	0,5	0,15
Aceite	2	1lt	1lt	0,8	5%	0,1
caja	0,18	1		0,18	1	0,18
servilletas	0,7	100	100	0,01	2	0,02
saquitos salsa	0,06	1	1	0,06	3	0,18
gaseosa	1,2	3 lt	20 vasos	0,06	1	0,06
					COSTO UNITARIO	**S 1,66**
					UTILIDAD	51%
					PVP.	**S 2,51**

Costo de los Aperitivos

Producto	Precio	Cantidad	Costo Unitario	Costo Final
Pie Manzana	6.00	8 porciones	0,75	0,75
			COSTO UNITARIO	**0,75**
			UTILIDAD	**33%**
			P.V.P	**1,00**

Producto	Precio	Cantidad	Costo Unitario	Costo Final
Pie Mora	6.00	8 porciones	0,75	0,75
			COSTO UNITARIO	**0,75**
			UTILIDAD	**33%**
			P.V.P	**1,00**

Producto	Precio	Cantidad	Costo Unitario	Costo Final
Humitas	1,00	6	0,17	0,17
			COSTO UNITARIO	**0,17**
			UTILIDAD	**197%**
			P.V.P	**0,50**

3.3 MERCADO OBJETIVO

3.3.1 COMPETENCIA DIRECTA

Nosotros tenemos que identificar los competidores directos puesto que de esta manera vamos a poder enfrentarnos por esto lo vamos a dividir en las siguientes categorías:

1. **Líder:** Nosotros hemos identificado como líder a la cadena de heladerías TUTTO FREDDO ya que cuenta con 15 locales de la marca Tutto Freddo y Nice Cream en la capital azuaya con esas cifras el propietario de la cadena (José Ochoa) estima que su participación en el mercado cuencano es del 30% .[17]

2. **Retador:** Consideramos como retadoras a las empresas Frutilados, Café Austria, Cacao y Canela, ya que cuentan con una gran afluencia de gente extranjera por estar ubicados en el centro de la ciudad siendo su principal atracción sus espacios rústicos y antiguos. Además cuentan con una larga trayectoria en el manejo de este tipo de servicio.[18]

3. **Seguidor:** Los delicentros como Panesa, el Punto o Bocatti son empresas que no se centran en el servicio de cafetería pero se convierten en competencia pacífica.

3.3.1.1 FODA de la Competencia

Tenemos que realizar un análisis más profundo de la competencia que nosotros consideramos como directa, es decir los que se pueden llevar a nuestros clientes. Para esto aplicaremos una matriz FODA de las instituciones competidoras.

[17] http://www.revistalideres.ec/2010-09-13/Mercados/Noticia-Principal/LD100913P18MERCADOS.aspx
[18] http://www.revistalideres.ec/2010-09-13/Mercados/Noticia-Principal/LD100913P18MERCADOS.aspx

Fortalezas

- ✓ Imagen establecida en el mercado.
- ✓ Clientela ya creada y leal.
- ✓ Buena localización.
- ✓ Inversión inicial recuperada.
- ✓ Amplio conocimiento del mercado.

Oportunidades

- ❖ Incremento en el tamaño del mercado.
- ❖ Nuevas áreas de desarrollo.
- ❖ Creciente consumo en este tipo de lugares.

Debilidades

- ✓ Demora en el servicio.
- ✓ Alto número de personas involucradas en la operación.
- ✓ Operación compleja en el control del manejo del lugar.

Amenazas

- ❖ Proliferación de nuevos establecimientos en el mercado.
- ❖ Incursión de nuevas cadenas y franquicias reconocidas en el mercado.

Factores claves de éxito a analizar:

Servicio al cliente personalizado	0.20
Capacitación constante del personal	0.25
Competitividad en precios	0.20
Apertura de nuevos negocios	0.10
Innovación en el servicio	0.25
Total	1.00

3.3.1.2 Matriz del Perfil Externo[19]

El análisis del entorno concluye con la estructuración de una matriz de evaluación de factores externos.

La ponderación de cada factor oscila entre:

Sin importancia 0.01

Muy importante 1

La ponderación de cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de la empresa. Siendo la suma de todos ellos 1.

La calificación va de 1 a 4 esto indica el impacto que cada variable presenta:

Amenaza importante	1
Amenaza menor	2
Oportunidad mayor	3
Oportunidad importante	4

FACTORES CLAVES	**PESO**	**MI EMPRESA**		**TUTTO FREDO**		**RETADOR**		**SEGUIDOR**	
		CALIF	**POND.**	**CALIF**	**POND.**	**CALIF**	**POND.**	**CALIF**	**POND.**
Servicio al cliente	0,20	3	0,60	3	0,60	3	0,60	3	0,60
Capacitación al personal	0,25	3	0,75	3	0,75	3	0,75	2	0,50
Competitividad en Precios	0,20	2	0,40	3	0,60	3	0,60	2	0,40
Apertura de nuevos negocios	0,10	2	0,20	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Innovación en el servicio	0,25	4	1,00	3	0,75	2	0,50	3	0,75
TOTAL			2,95		3,10		2,75		2,55

[19] Texto guía realizado por el Ing. Pablo Rosales pag.7

Coffee Auto-Servicio obtuvo un total de 2.95 como resultado de la ponderación que se realizo en la matriz de perfil competitivo, como se puede observar el resultado más alto le corresponde a Tutto Freddo demostrando ser una empresa que por estar en el mercado desde hace algunos años a ganado prestigio e imagen frente a sus clientes; por ello la apertura de diferentes sucursales dentro de la ciudad le permite tener un oportunidad importante frente a su competencia.

Nuestra empresa se destaca en la innovación del servicio, ya que al ser primeros en ofrecer un auto-servicio nos permite diferenciarnos de la competencia, de esta manera es como nuestra empresa va ser frente a las empresas que conforman la competencia.

Factores claves de éxito a analizar:

✓ Imagen establecida en el mercado.	0.20
✓ Buena localización.	0.20
✓ Inversión inicial recuperada.	0.10
✓ Demora en el servicio.	0.25
✓ Alto número de personas involucradas en la operación.	0.15
✓ Amplio conocimiento del mercado.	0.10
Total	1.00

3.3.1.3 Matriz de Factores Internos[20]

El análisis organizacional permite identificar las fortalezas para impulsarlas y las debilidades para eliminarlas o corregirlas, mediante la matriz de factores internos se podrán analizar las relaciones internas entre las áreas funcionales de la empresa.

La ponderación de cada factor indica la importancia relativa de cada factor, en cuanto a su éxito sin importar si los factores claves dan fortalezas o debilidades internas. Estableciendo los factores de mayor impacto ponderaciones altas, el total de dichas ponderaciones debe ser 1.

La clasificación va de 1 a 4 esto indica el impacto que cada variable presenta:

Debilidad importante 1

[20] Texto realizado por el Ing. Pablo Rosales pág. 10

Debilidad menor 2

Fortaleza mayor 3

Fortaleza importante 4

FACTORES	PESO	MI EMPRESA		TUTTO FREDO		RETADOR		SEGUIDOR	
		CALI.	POND.	CALI.	PONDE.	CALI.	PONDE.	CALI.	PONDE.
Imagen establecida.	0,20	2	0,40	3	0,60	3	0,60	3	0,60
Localización.	0,20	3	0,60	3	0,60	3	0,60	3	0,60
Inversión inicial recuperada	0,10	2	0,20	4	0,40	3	0,30	3	0,30
Demora en el servicio.	0,25	4	1,00	2	0,50	2	0,50	2	0,50
Personas involucradas en la operación	0,15	3	0,45	2	0,30	2	0,30	2	0,30
Conocimiento del mercado.	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30	2	0,20
TOTAL	1,00		2,85		2,70		2,60		2,55

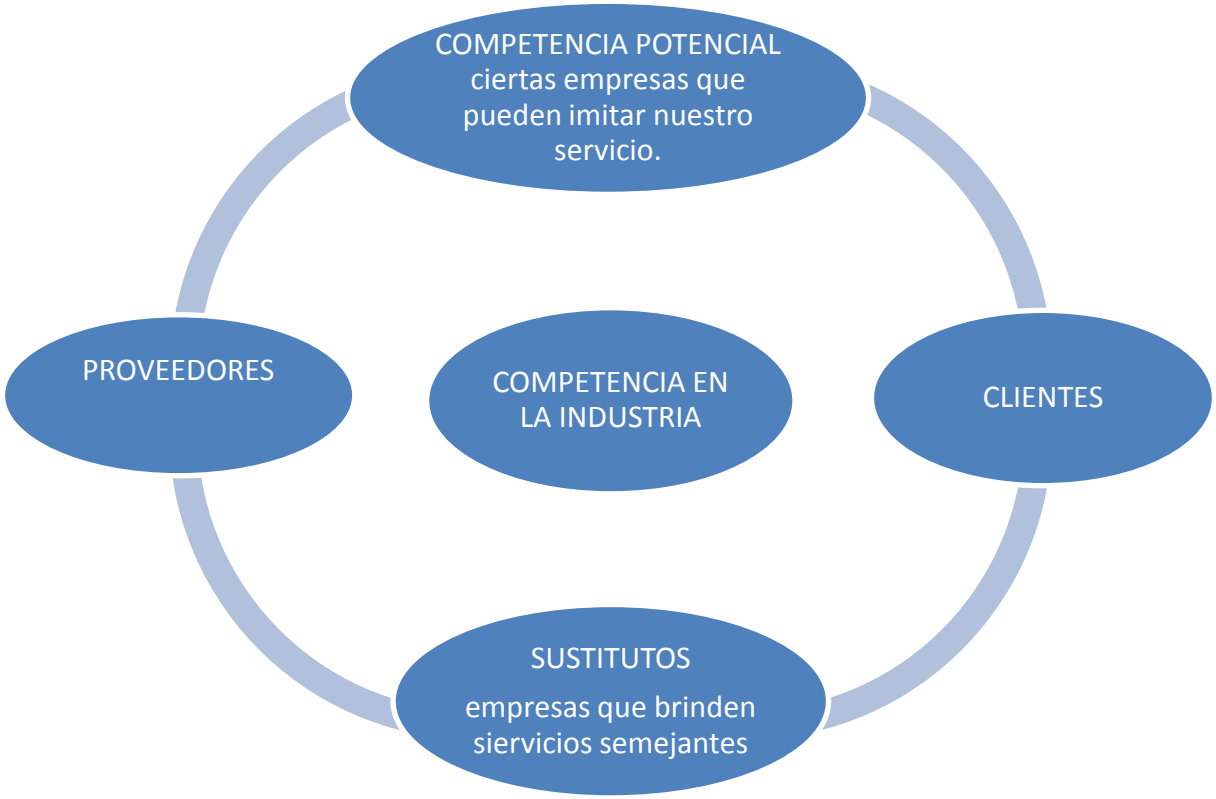
Auto-Servicio cafetería obtuvo un total de 2.85 como resultado de la ponderación que se realizo en la matriz de perfil competitivo interno. Como se puede observar es el resultado más alto en la comparación con las empresas competidoras. Nuestra empresa se destaca en la optimización del tiempo en la entrega del pedido ya que al ser un auto servicio la orden solicitada no podrá ser más de cinco minutos.

El punto más débil de nuestra empresa, es el conocimiento del mercado ya que este se adquiere a partir de los años de trayectoria que tiene un establecimiento.

3.3.2 Las 5 Fuerzas de Porter (O / A).

"Un análisis de competitividad tiene por objetivo, identificar el tipo de ventaja competitiva, que una empresa o una marca, pueden prevalecerse y evaluar la medida en la que esta

ventaja es defendible, teniendo en cuenta la situación competitiva, las relaciones de fuerzas existente y las posiciones ocupadas por los competidores".[21]



ELABORADO POR: LAS AUTORAS

COMPETIDORES POTENCIALES

Los competidores potenciales, son empresas o compañías que en el momento no participan en una industria pero tienen la capacidad de hacerlo, si se deciden.

"Los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesaria para competir." [22]

[21] ERAZO SORIA, José, Mercadotecnia, un análisis global de Gestión, texto de consulta ubicado en la página Web de la Universidad del Azuay.
[22] Michael E. Porter, Ser competitivo/Deusto. Barcelona 2008. pág. 37

Amenazas

- Una de las principales amenazas de competidores potenciales es que nuevos emprendedores quieran ubicar una empresa como la nuestra en el mercado cuencano.
- Las economías de escala permiten que el competidor obtenga precios bajos; ya que ellos pueden repartir los costos fijos entre más unidades, incurriendo una desventaja a nivel de costos para la empresa.

Oportunidades

- La imagen que establezcamos en el medio como emprendedores de esta idea, incluyen un elevado nivel de fidelidad entre los compradores poco sensibles, a los argumentos de un recién llegado.

RIVALIDAD CON LOS COMPETIDORES EXISTENTES

"La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio. La fuerza de la rivalidad refleja no solo la intensidad de la competencia sino también la base sobre la que se asienta."[23]

Como competencia directa, en la Ciudad de Cuenca, no hemos podido constatar la presencia de establecimientos que brinden un AUTO-SERVICIO de CAFETERIA pero, consideramos como tales a las cafeterías existentes en la ciudad porque ofrecen productos similares a los nuestros.

Creemos que las siguientes cafeterías son nuestros competidores:

- **Angelus:** Benigno Malo y Bolívar (Esquina)
- **Café Austria:** Benigno Malo Y Juan Jaramillo (Esquina)
- **Café Cacao Y Canela:** Borrero 5-97 Y Juan Jaramillo
- **Cinema Café:** Luis Cordero No.- 7-42 Y Presidente Córdova
- **Fuente de Soda Delicentro Panesa:** Remigio Crespo 4-66

[23] Michael E. Porter, Ser competitivo/Deusto. Barcelona 2008. pág. 48-49

- **Express:** Av. 12 De Abril Y Entrada A La Universidad
- **Frutilados:** Remigio Crespo 4-53 Y Ricardo Muñoz
- **Tutto Fredo No 1:** Benigno Malo 9-40 Y Bolívar
- **Tutto Fredo No 2:** Av. Remigio Crespo S/N Y Miguel Díaz

Coffee Auto-Servicio	**La Competencia**		
	Tutto Freddo	**Frutilados**	**Cacao y Canela**
Productos que ofreceremos			
Jugos Naturales	$1.30	$1.20	-----
Capuccino	$1.20	$1.85	$1.15
Té	$1.00	$1.00	------
Tinto	$0.90	--------	$0.75
Expresso	-------	$1.60	-----
Chocolate	$1.25	$1.35	$1.15
Ensalada de frutas	------	$1.00	------
Sanduches	$3.60	-------	$1.70
Postres	$1.20	$1.50	$1.25
Tostada	$1.20	$1.20	$1.35

El nivel de saturación que cubre el mercado es de 23 establecimientos que ofrecen el servicio de cafetería; el competidor más fuerte es del 30% (Tutto Freddo) dentro del mercado local según datos de la revista Líderes.

La estrategia del Tutto se enfoca a los negocios franquiciados en donde puede lograr la expansión de su negocio y dominar por completo el mercado.[24]

La clave de nuestro éxito no consiste en tratar de ser los mejores batiendo a los demás, sino en ser distintos, en nuestro caso el auto-servicio.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Son productos sustitutos aquellos con los cuales puede reemplazarse un determinado producto. Nuestra empresa considera como sustitutos a los siguientes productos: Pizza, empanadas, yogurt, panes de yuca, tacos, sánduches de pernil, cubanos, helados, donas, agua mineral, morochos, chuzos, tamales, quimbolitos etc.

[24] www.newsweek.com.ec/newsweekarticulos.htm

Amenazas

La principal amenaza es la posición de las empresas que ofrecen productos sustitutos y la variedad de los mismos como:

- Las cafeterías.

- Cafetería Capuccino.
- Morochos y golosinas de Antaño.
- Fuente de soda Coppelia.
- Fuente de soda Cinema Café.
- Piacere.
- Café la Tasca.

- Los locales de comida rápida.

Coffee Auto-Servicio	La Competencia		
	KFC	Burger King	Tropi Burger
Productos que ofreceremos			
Hamburguesa+cola	$3.99	$4.49	$2.99
Papas Fritas+cola	$1.50	$1.00	$3.15
Hot-dog+cola	-------	------	$1.99
Postres	$1.59	$1.79	------

De acuerdo al análisis de precios, las empresas que podrían reemplazar nuestros productos; como KFC son competitivas en el mercado por establecer su marca en las diferentes localidades de la ciudad y el manejo de precios de una empresa franquisiante. Las demás empresas ofrecen un menú similar pero cada una con su especialidad en sus productos y sus precios de acuerdo a las políticas de cada empresa.

Al ser una empresa que ofrece comida rápida podemos visualizar que estamos dentro de los estándares que se manejan en el mercado.

- Kioscos ubicados en las aceras.

- Europea.
- Italiana.

Oportunidades

- La principal oportunidad ante los sustitutos será la manera como manejemos nuestra imagen, por ser el primero en el sector, produciendo lealtad entre los clientes.
- Ofrecer diferentes promociones, a un precio razonable para generar ventaja ante los distintos sustitutos.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Amenazas

- Los consumidores pueden adquirir el insumo con varios proveedores, como ya se explicó en “los productos sustitutos”.

Oportunidades

- Nuestra principal oportunidad con los compradores es ofrecerles un servicio de calidad y variedad de combos, con precios que llamen su atención, pero siempre conservando la calidad.
- Los consumidores pueden tomar la decisión de preferir nuestra empresa y visitarla, pues buscan un lugar en donde adquirir su comida sin salir del automóvil, escogiendo de entre una variedad de combos, con precios accesibles, en el menor tiempo posible o utilizar nuestro comedor para consumir en el sitio.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Amenazas

- Los proveedores son una amenaza debido a que están en capacidad de imponer el precio que una empresa debe pagar por los materiales.
- Son fuentes de información que puede servir a la competencia.

Oportunidades

- El fabricante de alimentos Nestle proyecta instalar en el mercado ecuatoriano unas 500 máquinas que venden café instantáneo y otras 500 de la marca de té Nestea, siendo una oportunidad para adquirirlas a un precio accesible.[25]

- La variedad de proveedores como:

Italiana

Nutrileche

Nestle

Panadería el Horno

Supermaxi

Distribuidora de Frutas

Tendremos convenios de compra obteniendo así, un precio razonable para nuestros consumidores.

3.4 POLÍTICAS DE MARKETING

La estrategia que define los caminos a través de los cuales la empresa alcanzara los objetivos propuestos es la de Marketing Operativo la cual "consiste en el desarrollo de todas las variables del marketing Mix"[26]

[25] http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/nestle-listo-para-vender-mas-cafe-en-el-ecuador-208545-208545.html
[26] www.infomipyme.com/Docs/GT/Offine/marketinf/marketing.htm#_Toc55619286

PRODUCTO

Para poder dirigir correctamente nuestro producto al mercado potencial es necesario ejecutar una serie de consideraciones de marketing sobre el producto, de tal forma que éste cumpla con los requerimientos de los consumidores.

Niveles De Producto

BENEFICIO CENTRAL: Ofrecer a los clientes un servicio rápido de un conjunto de productos nutritivos para su desayuno.

PRODUCTO AUMENTADO: Comparado con los productos que existen en el mercado podemos decir que nuestro producto tiene como valor adicional el auto servicio.

PRODUCTO POTENCIAL: Brindar variedad en el menú, enfocado preferentemente a comida vegetariana.

PRECIO

El precio es el dinero u otras consideraciones que se intercambian por el uso de un bien o servicio, el cual debe ser justo tanto para el cliente como para la empresa, de manera que cubra las necesidades del consumidor y a la empresa le reporte beneficio económico.

Objetivo de la asignación del precio.

Los principales objetivos que tiene nuestra empresa, con respecto a la asignación del precio del producto, son los siguientes:

• Lograr una mayor participación en el mercado, considerando la competencia.

• Maximizar las utilidades

• Establecer un precio que esté acorde con los requerimientos y expectativas de los consumidores con respecto a nuestro producto.

Con estos objetivos hemos desarrollado la fijación de precios que consiste en calcular el costo total del producto, añadir un margen de contribución o utilidad y obtener el precio de ventas buscando maximizar la rentabilidad de la empresa tanto a corto como a largo plazo. El cliente acepta el precio del producto ya sea por el prestigio, la imagen de la empresa, la marca del producto o cualquier circunstancia que sienta el consumidor frente al producto ofrecido.

Para determinar la lista de precios que se muestra a continuación hemos ejecutado los cálculos que se presentan a continuación.

LISTA DE PRECIOS

Desayunos

Desayuno Cuencano $ 2,00

Jugo Tomate, Tinto, Mote pillo

Desayuno Tradicional$ 2,50

Jugo mora, Chocolate, Tostada

Desayuno Cofee Express $ 3,00

Cappuccino, Torrejas Choclo, ensalada frutas

Desayuno Much $ 3,00

Jugo Naranja, cappuccino, Muchines yuca, Pie Mora

Desayuno Strong $ 2,00

Jugo Tomate, Té, Humita

Almuerzos

Almuerzo Ejecutivo $ 2,50

Ensaladas de frutas

ensalada con yogurt $ 1,25

ensalada con jugo naranja $ 1,25

Sanduches

Especial	$ 2,30
Mixto	$ 2,80
Tostadas	$ 0,80

Aperitivos

Pie de Manzana	$ 1,00
Pie de Mora	$ 1,00
Humitas	$ 0,50

Comida Rápida

Pizza + Cola	$ 2,00
Yogourt + Pan yuca	$ 2,00
Combo Hot- Dog	$ 2,00

Hot-Dog y Gaseosa

Combo Hamburguesa$ 2,50

Hamburguesa, Papas Fritas, y Gaseosa

PUBLICIDAD

Se utilizará medios masivos de publicidad como la radio y el periódico debido a que tienen preferencia entre los consumidores.

Volantes. Se elaborarán volantes que contengan información detallada acerca del servicio y productos que ofreceremos; dándonos a conocer a nuestros consumidores potenciales, para si poco a poca ir introduciendo nuestra marca en la mente de los consumidores. Esta estrategia iniciara una semana antes de la apertura del negocio y se mantendrá por lo menos los dos primeros meses de funcionamiento del negocio. Estos volantes serán repartidos a las personas que transiten en los puntos más cercanos al sector en donde vamos a estar ubicados.

PROMOCIÓN

Combos. Esta será una promoción constante en la cual nuestros clientes podrán adquirir nuestros productos en combos previamente establecidos por nosotros, en donde el cliente gastara menos que si los comprará individualmente.

Descuentos. Los días miércoles se tendrá una promoción denominada “coffee 2x1” en donde la segunda orden de cualquiera de nuestras variedades de desayuno estará a mitad de precio

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS A OFRECER EN UN FUTURO

A través de una entrevista que se realizó al Sr. Santiago Quizphe estudiante que está cursando el último año de gastronomía en la Universidad Estatal, planteó una serie de variedades de comida que se puede preparar en menos de 5 minutos y que son diferentes a las que ofrece el mercado común. Por ello proponemos este menú innovador, previo a un análisis de aceptación mediante la realización de una encuesta, determinando si los consumidores estarían dispuestos a consumir estos productos. Si existe acogida en el mercado lo iremos lanzándolos paulatinamente una vez que la empresa se estabilice.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 ANÁLISIS TÉCNICO

Objetivos

El Estudio técnico financiero del proyecto "COFEE AUTO SERVICIO" tiene el siguiente objetivo.

- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos a utilizar, las instalaciones y la organización requeridas para poner en marcha este Auto Servicio.

4.1.1 Determinación del Tamaño óptimo del proyecto.

"El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando se opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica."[27]

El método utilizado para la determinación del tamaño óptimo del proyecto, parte de considerar una serie de factores como:

Organización

Es necesario contar con el personal apropiado para cada uno de los puestos de la empresa.

- El nivel directivo estará conformado por los socios de la organización.
- El nivel intermedio estará integrado por el administrador.
- El nivel operativo estará integrado por los subordinados encargados de la preparación, empaque, entrega y cobro de la comida.

Financiamiento.

El financiamiento de la inversión se hará a través de la aportación de capital de las socias y también a través de un crédito con una Institución Bancaria.

[27] Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, MC Grawn Hill pág. 92.

Tecnología

En cuanto a tecnología, consideramos que es uno de los factores que afectará el tamaño de nuestro proyecto, ya que, al ser una empresa que ofrece un auto servicio, le exige estar en constante variación en su tecnología con el fin de optimizar el tiempo de entrega del producto al consumidor.

4.1.2 Localización óptima

"El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta."[28]

La localización óptima del proyecto, será la que permitirá optimizar los costos de distribución y maximizar los beneficios del proyecto. Se tomará en consideración 2 etapas:

Macro localización

La Macro localización establecida para la empresa "COFFEE AUTO-SERVICIO"

País: Ecuador.

Provincia: Azuay

Ciudad. Cuenca.

Micro localización

Desde el punto de vista de la micro localización, para decidir sobre la ubicación de la empresa como punto central de comercialización, se considerará el Método de Ponderación de Factores.

Variables Relevantes: Son los factores importantes respecto de los cuales se debe calificar a cada una de las alternativas, según las ventajas o desventajas relativas que manifiesten. Hemos creído conveniente elegir las siguientes:

[28] Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, MC Graw Hill pág. 107.

- **Accesibilidad vial de la zona:** Resulta fundamental la accesibilidad o ingreso al establecimiento, ya que les permitirá llegar a través de varias arterias viales.
- **Ubicación de la competencia:** La cercanía o proximidad de la competencia afecta nuestros intereses.
- **Arriendo o Costo de Oportunidad:** La cuantía del canon arrendatario es un elemento importante del costo.
- **Infraestructura y adecuación de locales:** Al ser un auto-servicio se requiere una infraestructura amplia, de tal forma que puedan adquirir sus productos sin ningún inconveniente. Cada alternativa elige un esfuerzo distinto.

Método de Ponderación de Factores por Puntajes que permite decidir la ubicación del establecimiento en Cuenca

		ALTERNATIVAS					
FACTORES RELEVANTES	PONDERACIÓN	AV. 10 AGOSTO		SECTOR COLISEO		REMIGIO CRESPO	
		CALIFICACIÓN	PUNTAJE PONDERADO	CALIFICACIÓN	PUNTAJE PONDERADO	CALIFICACIÓN	PUNTAJE PONDERADO
Accesibilidad vial de la zona.	25	12	300	15	375	19	475
Ubicación de la competencia.	35	18	630	16	560	16	560
Costo de Oportunidad/ Arriendo.	30	19	570	14	420	16	480
Infraestructura y adecuación de los locales.	10	17	170	16	160	18	180
TOTAL	**100**		**1670**		**1515**		**1695**

- La ponderación fue de un rango de 10 a 100 puntos.
- Los intervalos de la calificación de los sitos fue de 1 a 20 puntos.

De las tres alternativas analizadas en el cuadro de ponderación, hay que indicar que la mejor opción para ubicar la empresa es la Alternativa C correspondiente a la

Avenida Remigio Crespo, ya que tiene la calificación mayor. Pero estaremos ubicados en la Avenida 10 de Agosto y Ricardo Muñoz, ya que este local es propio y no se encuentra tan alejado de las demás alternativas.

4.1.3 Distribución del Local

"Una buena distribución del local proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores y clientes."[29]

El local requiere de las siguientes áreas para que tenga lugar las diferentes y variadas funciones del café auto-servicio.

Recepción de pedidos: Es el espacio destinado para que los clientes soliciten y paguen su orden; esta sección se encarga de enviar la orden de preparación requerida a la cocina y emitir facturas a los consumidores.

Área Administrativa: Esta zona es indispensable, ya que se encarga de manejar todos los documentos importantes, dispone con el espacio suficiente para el Contador y Gerente.

Baños: Se dispone con 3 baños, uno para el uso de los clientes y los 2 para el personal. Contarán con todos los servicios requeridos.

Bodega: Esta zona almacena toda la materia prima e insumos utilizados en las diferentes áreas.

Cocina: El área de cocina cuenta con una superficie extensa donde se ubicarán las máquinas y equipos de cocina.

Entrega de Pedidos: Es donde se entregará la orden del pedido.

Cafetería: Espacio, que en un futuro consideramos integrar, para las personas que no poseen autos o que desean servirse algo en el mismo establecimiento. Estará compuesta de 8 mesas con capacidad de 4 personas cada una.

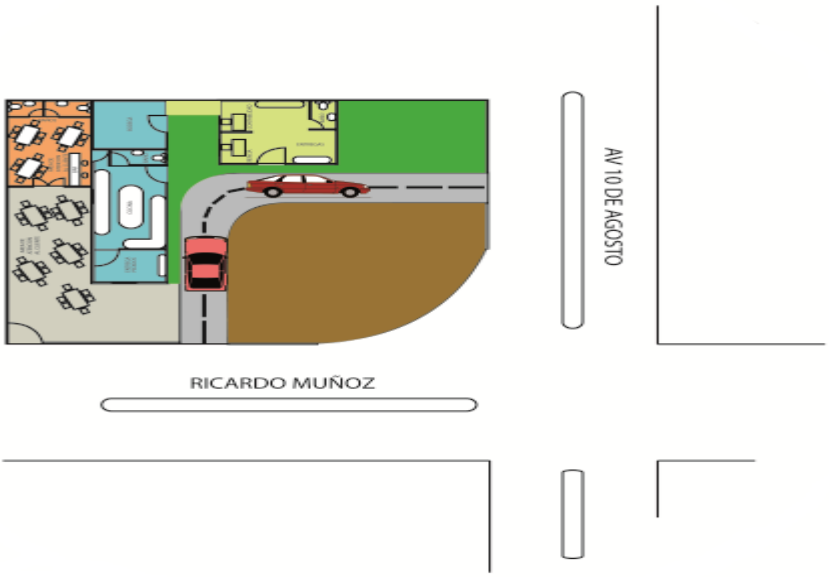
[29] Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, MC Graw Hill pág. 117.

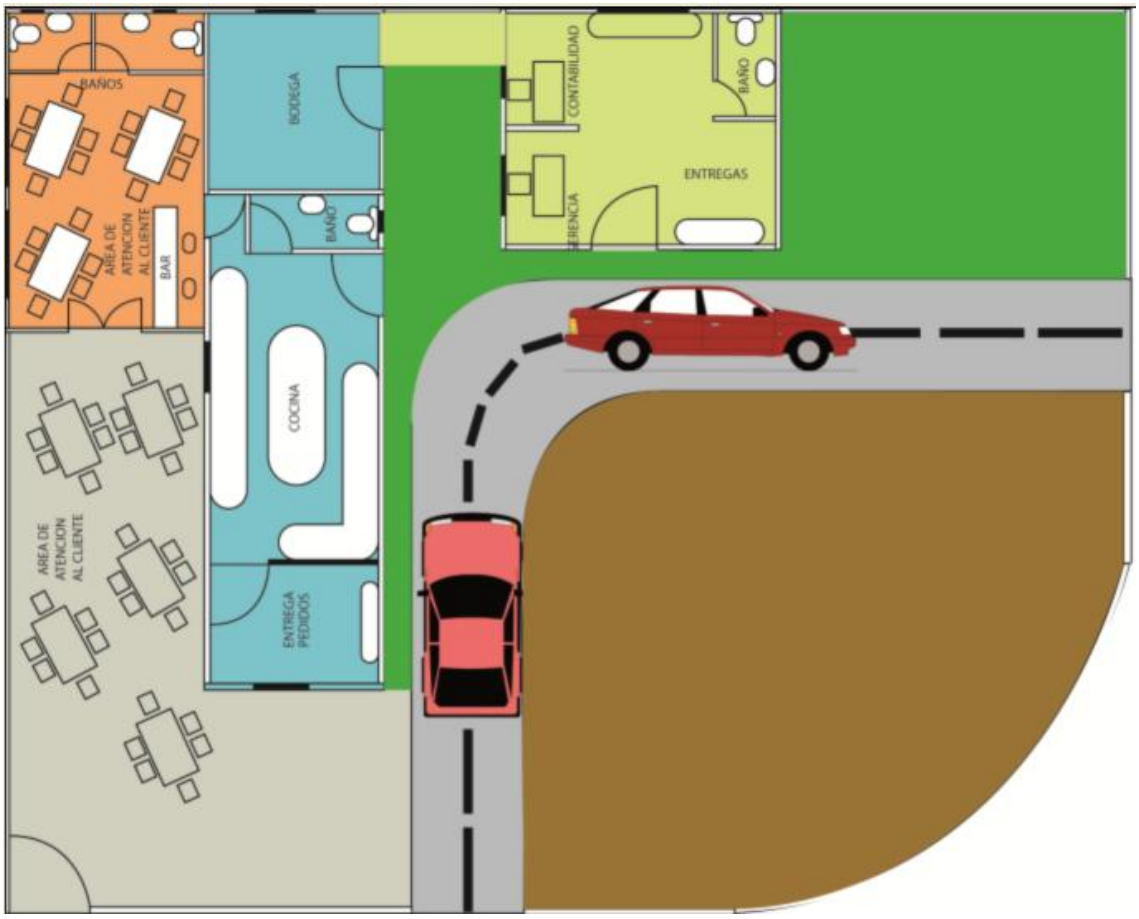
Diagrama de Distribución

Para definir cómo se debe distribuir el local es importante determinar las relaciones que cada una de las zonas debe tener con la otra. Existen algunas áreas que deben estar una cerca de la otra.

	ESPACIO	ÁREA
Recepción del Pedido	Pedidos Contabilidad Gerencia Baño	7.28 m2 5.75 m2 5.75 m2 3.45 m2
Entrega del Pedido	Cocina Baño Bodega Entrega	32.00 m2 4.50 m2 15.64 m2 11.34 m2
Acceso de Vehículos	Entrada-Salida	224.00 m2
Cafetería	Atención al cliente interior Baños Atención al cliente exterior	22.00 m2 10.00 m2 55.25 m2
	Capacidad Ocupada Capacidad Terreno	396,96 m2 500.00 m2

Layout


AV 10 DE AGOSTO
RICARDO MUÑOZ


BAÑOS
BODEGA
CONTABILIDAD
BAÑO
ENTREGAS
GERENCIA
BAÑO
BAR
AREA DE ATENCION AL CLIENTE
COCINA
AREA DE ATENCION AL CLIENTE
ENTREGA PEDIDOS

4.2 INVERSIÓN INICIAL

"La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos e intangibles necesarios para realizar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo" (Baca 2001, pag 173).

De acuerdo a este escenario se estructuró un completo listado de todos los recursos necesarios para poder iniciar con las operaciones diarias y con la máxima capacidad del establecimiento.

La inversión, que se realizará al inicio del negocio incluirá:

Activo Fijo

"Se entiende por activo fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas."[30]

[30] Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, MCGraw.Hill, pág. 173

TANGIBLES

EQUIPO NECESARIO	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Computadoras	2	800.00	1600.00
Teléfono	2	15.00	30.00
Programa contable	1	1000.00	1000.00
Impresora Multi-usos	1	97.00	97.00
Caja registradora	1	600.00	600.00
Escritorios	2	250.00	500.00
Archivadores	2	50.00	100.00
Sillas	38	20.00	760.00
Vitrinas Frigoríficas	1	566.00	566.00
Tabla menú para la pared	1	250.00	250.00
Maquina de café	1	990.00	990.00
Juguera	1	1371.12	1371.12
Cocina Industrial	1	5974.50	5974.50
Licuadora	1	523.11	523.11
Tostadora	1	1270.38	1270.38
Extractor de olores	1	150.00	150.00
Edificio	1		20000.00
Freidora	1	1988.63	1988.63
Mesa para preparar alimentos	1	2623.92	2623.92
Sanduchera	1	2055.30	2055.30
Vaso cartón bistro	1000	0.06	60.00
Tapa plástica	1000	0.04	40.00
Copa plástica clear	1000	0.09	90.00
Bandeja plástica	1000	0.28	280.00
Tapa plástica bandeja	1000	0.12	120.00
			43039.96

INTANGIBLES

AMORTIZABLES			**2660.00**
Gastos de costitución	1	960.00	960.00
Gastos de adecuación local	1	1500.00	1500.00
Gastos estudio proyecto	1	200.00	200.00
TOTAL INVERSION			**45699.96**

TABLA DE DEPRECIACIÓN La siguiente tabla muestra las depreciaciones de los Activos Fijos Tangibles de la empresa de acuerdo a los porcentajes que por ley se asignan a cada rubro.

DEPRECIACION SEGÚN EL METODO LINEAL Fórmula de Depreciación = $\frac{P-VR}{n}$			
Depreciación	Teléfono	$\frac{30{,}00-3.00}{10}$ =	2.70
Depreciación	Impresora Multiusos	$\frac{97{,}00-9.7}{10}$ =	8.73
Depreciación	Programa contable	$\frac{1000-100}{10}$ =	90.00
Depreciación	Computadora	$\frac{1600-533.28}{3}$ =	355.57
Depreciación	Caja registradora	$\frac{600-120}{10}$ =	48.00
Depreciación	Escritorios	$\frac{500-50}{10}$ =	45.00
Depreciación	Archivadores	$\frac{100-10}{10}$ =	9.00
Depreciación	Sillas	$\frac{760-76}{10}$ =	68.40
Depreciación	Tabla de menú para la pared	$\frac{200-20}{10}$ =	22.50
Depreciación	Vitrinas Frigoríficas	$\frac{566-56.6}{10}$ =	50.94
Depreciación	Maquina de café	$\frac{990-99}{10}$ =	89.10
Depreciación	Cocina Industrial	$\frac{5974.50-597.45}{10}$ =	537,71
Depreciación	Juguera	$\frac{1371.12-137.11}{10}$ =	123.40
Depreciación	Licuadora	$\frac{523.11-52.31}{10}$ =	47.08
Depreciación	Tostadora	$\frac{1270.38-127.04}{10}$ =	114.33
Depreciación	Extractor de olores	$\frac{150-15}{10}$ =	13.50
Depreciación	Edificio	$\frac{20000-1000}{20}$ =	950.00
			2575.96

4.3 COSTOS DE OPERACIÓN

A través de estos elementos podremos identificar los costos de producción que se darán dentro de nuestra empresa.

1. **Materiales Directos**: "Comprendidos todos los elementos tangibles que van a ser transformados en un producto nuevos" (Contabilidad Administrativa, pag 5)

MATERIALES DIRECTOS

Producto	Costo	Unid a Vender/día	Total unid. Vendidas	Mensual	Anual
Desayuno Cuencano	0.98	20	19.6	470.4	5644.8
Desayuno Tradicional	1.29	20	25.8	619.2	7430.4
Desayuno Coffee Express	1.52	20	30.4	729.6	8755.2
Desayuno Much	1.35	20	27	648	7776
Desayuno Strong	1.02	20	20.4	489.6	5875.2
Ensalada Frutas Yogurt	0.51	15	7.65	183.6	2203.2
Ensalada Frutas jugo naranja	0.59	15	8.85	212.4	2548.8
Almuezos	1.28	48	61.44	1474.56	17694.72
Combo Hot-dog	1.08	25	27	648	7776
Combo Hamburguesa	1.66	25	41.5	996	11952
Yogurt con pan yuca	0.60	12	7.2	172.8	2073.6
Pizza y cola	0.80	18	14.4	345.6	4147.2
Sanduche Especial	1.76	18	31.68	760.32	9123.84
Sanduche Mixto	2.02	18	36.36	872.64	10471.68
Tostada	0.57	18	10.26	246.24	2954.88
Pie manzana	0.75	15	11.25	270	3240
Pie mora	0.75	15	11.25	270	3240
Humitas	0.17	15	2.55	61.2	734.4
TOTAL		357		9470.16	113641.92

Cantidad unidades vendidas diarias x días trabajados = cantidad de unidades vendidas mensuales.

357unid x 24días = 8568

$$\text{Costo Promedio} = \frac{\text{Costo mensual}}{\text{Unid vend. mensuales}} = \frac{9470.16}{8568} = \mathbf{1.11}\ \frac{\$}{\text{unidades}}$$

2. **Materiales Indirectos**: "Son los que no se identifican con la unidad producida" (Contabilidad Administrativa, pag 5)

GASTOS VARIOS

	Cantidad/mes	P. Unitario	P. Total Mensual	Anual
Hojas	500	0.0075	3.75	45.00
Esferos	4	0.30	1.20	14.40
Carpetas	6	0.25	1.50	18.00
Cartuchos	6	4.00	24.00	288.00
Factureros	3	2.50	7.50	90.00
Corrector	2	1.00	2.00	24.00
Reglas	2	0.20	0.40	4.80
Cinta Adhesiva	4	0.50	2.00	24.00
TOTAL			42.35	508.20

3. **Mano de Obra**: Comprende el costo de las remuneraciones que perciben los trabajadores de la empresa.

Descripción	Mensual + Benef	Anual + Benef.
Cocinero (1)	393,17	4718,00
Cajeras (2)	741,40	8896,80
Ayudantes (2)	741,40	8896,80
TOTAL	1875,97	22511,60

GASTOS DE ADMINISTRACION

	Mensual	Anual
Contador (1)	421,25	5055,00
Gerente (1)	491,46	5897,50
TOTAL	913,00	10952,50

GASTOS VENTAS

	Mensual	Anual
Publicidad	150,00	1800,00
TOTAL	150,00	1800,00

Total de costos fijos= MOD+GA+GV+DEPREC

	Mensual	Anual
TOTAL	4753.98	37079.11

4.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

EMPRESA "COFFEE AUTO- SERVICIO" TABLA DE APORTACIONES DE LOS SOCIOS					
SOCIOS		**APORTACIONES**			
NOMBRE	**N**	**PORCENTAJE**	**CAPITAL SUSCRITO**	**CAPITAL PAGADO EN: ESPECIES**	**CAPITAL NUMERARIO POR PAGAR (1AÑO)**
Cristina Arias	1	25	11500	9000	2500
Diana Chasi	2	25	11500	9000	2500
Mónica Álvarez	3	25	11500	9000	2500
Adriana Calle	4	25	11500	9000	2500
TOTAL		100%	46000	36 000	10000

Préstamo de 10.000 a una tasa de interés del 11.20% en la Cooperativa Jep.

Tipo de préstamo	Personal
Tasa de interés	11.2
Valor del préstamo	10000
Interés	1120

TABLA DE AMORTIZACION

$$\mathbf{A=\ P}\left[\frac{i}{1-(1+i)^{-n}}\right] = 2719.33$$

AÑOS	**PAGO DE CAPITAL**	**INTERÉS**	**SALDO**	**CUOTA ANUAL**
1	1599.33	1120	$ 8,400.67	2719.33
2	1778.45	$ 940.88	$6,622.22	2719.33
3	1977.64	$ 741.69	$4,644.57	2719.33
4	2199.14	$ 520.19	$2,445.44	2719.33
5	2445.44	$ 273.89	$0.01	2719.33
	10000.01			

Cada año pagaríamos $2719.33

4.5 CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PRECIOS

Cálculo para establecer precios

Nos basamos en la siguiente fórmula:

Precio= C. Unitario + Utilidad

Producto	**C. Unitario**	**Utilidad**	**P.V.P**
Desayuno Cuencano	0.98	155%	2.00
Desayuno Tradicional	1.29	94%	2.50
Desayuno Coffee Express	1.52	98%	3.00
Desayuno Much	1.35	84%	3.00
Desayuno Strong	1.02	108%	2.00
Ensalada Frutas Yogurt	0.51	145%	1.25
Ensalada Frutas jugo naranja	0.59	111%	1.25
Almuerzos	1.28	70%	2.50
Combo Hot-dog	1.08	86%	2.00
Combo Hamburguesa	1.66	51%	2.50
Yogurt con pan yuca	0.60	235%	2.00
Pizza y cola	0.80	150%	2.00
Sanduche Especial	1.70	35%	2.30
Sanduche Mixto	1.96	43%	2.80
Tostada	0.56	43%	0.80
Pie manzana	0.75	33%	1.00
Pie mora	0.75	33%	1.00
Humitas	0.17	197%	0.50

4.6 CUADRO DE INGRESOS POR VENTAS MENSUALES

VENTAS DESAYUNOS

	Cuencano	Tradicional	Cofee Express	Much	Strong	Total
Precio de venta	2.00	2.50	3.00	3.00	2.00	10.5
Cantidad	480	480	480	480	480	1920
Total	960	1200	1440	1440	960	5040

VENTAS DE ENSALADA FRUTAS

	con yogurt	con jugo naranja	Total
Precio de venta	1.25	1.25	2
Cantidad	360	360	720
Total	450	450	900

VENTAS MENSUALES DE SANDUCHES

	Especial	mixto	tostada	Total
Precio de venta	2.30	2.80	0.8	5.90
Cantidad	432	432	432	1296
Total	993.6	1209.6	345.6	2548.8

VENTAS MENSUALES DE ALMUERZOS

	Almuerzo	Total
Precio de venta	2.50	2.50
Cantidad	1152	1152.00
Total	2880	2880.00

VENTAS MENSUALES DE COMIDA RAPIDA

	hot-dog	hamburguesa	Yogurt + pan yuca	Pizza+cola	Total
Precio de venta	2.00	2.50	2.00	2.00	4.50
Cantidad	672	672	360	360	1344
Total	1200	1500			3024

VENTAS MENSUALES APERITIVOS

	pie manzana	pie mora	humitas	Total
Precio de venta	1.00	1.00	0.50	2.5
Cantidad	432	432	432	1296
Total	432	432	216	1080

	Mensual	Anual
Ventas Totales	15472,80	185673,60
Cantidad =	7728	

Precio de promedio= ∑ **Precio Venta/Cantidad total productos**

Precio de promedio= 15472,80/7728

Precio de promedio= **2,00 $/unid.**

4.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

"Es el nivel de producción en el que el beneficio por las ventas son exactamente iguales a las suma de los costos fijos y los costos variables." Baca Urbina pág. 180.

Con la finalidad de determinar cuál es el Punto de Equilibrio del Proyecto, se han clasificado los Costos como Fijos y Variables; y se utilizó como Marco de referencia al presupuesto de Ingresos por Ventas y Costos de distribución, Administración y Ventas.

Precio de Ventas = 2.00por Unidad

Costo Variable de Ventas = 1.11 por Unidad

Costo Fijo = $ 37079.11

Margen de Contribución = Precio de Ventas por Unidad - Costo Variable por Unidad

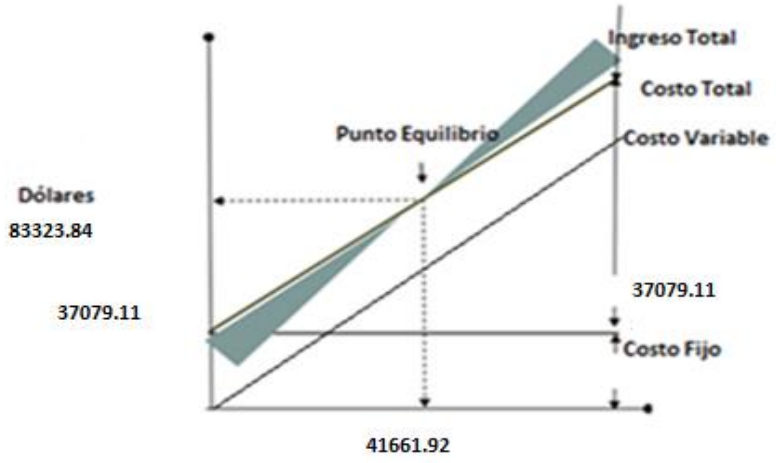
Margen de Contribución = 2.00 – 1.11=0.89

$$\text{Punto Equilibrio Dólares} = \frac{CostoFijo}{1 - \frac{CostoVariable}{Precio de Ventas}}$$

$$\text{Punto Equilibrio Dólares} = \frac{37079.11}{1 - \frac{1.11}{2.00}} = 83323.84$$

$$\text{Punto Equilibrio Unidades} = \frac{CostoFijo}{Precio - costo Variable}$$

$$\text{Punto Equilibrio Unidades} = \frac{37079.11}{0.89} = 41661.92$$



Para que la empresa esté en un punto en donde **no existan pérdidas ni ganancias**, se deberán vender 41662 unidades. Conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad se incrementará.

4.8 Evaluación Económica Financiera

Esta evaluación es la parte final de la secuencia de análisis de factibilidad del proyecto; si bien, a través del flujo de caja, (pág. 122) se pudo conocer las utilidades probables del proyecto durante los primeros 5 años de operación, con la evaluación económica financiera se determinará si la inversión propuesta será económicamente rentable.

Tasa de descuento

Permite calcular el valor actual de una renta futura. Calculamos este rubro a través de la tasa pasiva referencial[31] bancaria más una prima de riesgo.[32]

+Tasa de interés pasiva referencial	5.63%
+Prima de riesgo	25%
=Tasa de descuento	30.63%

Este valor representa la tasa de descuento (k), que se utilizara para establecer al VAN del proyecto. (pág. 122) **(Pág. Banco Central) http:**//www.bce.fin.ec

[31] http://www.bce.fin.ec/pregun1.php Tasa pasiva referencial, igual a la tasa nominal promedio ponderada (rendimiento promedio que deberían recibir los clientes de las instituciones financieras privadas) semanal de todos los depósitos a plazos de los bancos privados, captados a plazos de entre 84-91 días.

[32] http://www.supercias.gov.ec/paginas_htm_mercado_glosario/P1.htm Prima riesgo es la mayor rentabilidad que un inversor exige a un activo.

EMPRESA COFFEE AUTO – SERVICIO

ANÁLISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO (Método de Déficit Acumulado)

DESCRIPCIÓN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INGRESOS POR VENTAS	**0**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**	**15,473**
EGRESOS												
COSTOS DE PRODUCCIÓN												
Materiales Directos	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4	9788.4
Sueldos Mano de Obra Directa	1875.97	1875.97	1875.97	1875.97	1875.97	1875.97	2813.96	2813.96	2813.96	2813.96	2813.96	2813.96
GASTOS												
ADMINIST.VENTAS												
Gastos de Administración	913	913	913	913	913	913	1369	1369	1369	1369	1369	1369
Gastos de Ventas	150	150	150	150	150	150	225	225	225	225	225	225
SALDO	-12,727	2,746	2,746	2,746	2,746	2,746	1,276	1,276	1,276	1,276	1,276	1,276
SALDO ACUMULADO	**-12,727**	-9,981	-7,236	-4,490	-1,744	1,002	2,278	3,554	4,831	6,107	7,383	8,660

Capital de Trabajo **-12,727**

Recurso que permite cubrir las necesidades del ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado. Este valor representa lo que debemos pedir a los accionistas para comenzar el negocio.

Este cuadro se calcula en base a los ingresos y egresos que se comienza a obtener a partir del mes cero, ya que aunque no se empiece aún a producir ya se incurre en gastos de administración y ventas; se calcula un saldo de caja y un saldo acumulado para observar desde que mes ya se tiene flujos positivos en este caso desde el mes de Junio ya se obtiene flujos positivos por lo tanto el capital de trabajo sería el valor equivalente a los egresos por este periodo, que en este caso es $12.727.00.

Inversión Variable

La inversión variable está constituida por el Capital de Trabajo requerido para financiar las actividades corrientes de la empresa cuyo monto es de $12.727.00

El análisis se realiza tomando los ingresos anuales provenientes de las ventas y del total de egresos o gastos generados por las operaciones de la empresa; entre estos dos rubros se hace una diferencia obteniendo un saldo que se va acumulando mes por mes y finalmente el capital de trabajo corresponde al Saldo Deficitario Acumulado Máximo.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO ANUAL

		Años				
	0	1	2	3	4	5
Ventas reales		185,673.60	204,240.96	224,665.06	247,131.56	271,844.72
- Costos de Producción		143,332.40	146,199.05	149,123.03	152,105.49	155,147.60
= **Utilidad Bruta**		**42,341.20**	**58,041.91**	**75,542.03**	**95,026.07**	**116,697.12**
- Gastos de Administración		10,952.52	11,171.57	11,395.00	11,622.90	11,855.36
- Gastos de Ventas		1,800.00	1,836.00	1,872.72	1,910.17	1,948.38
- Gastos de Varios		527.40	537.95	548.71	559.68	570.87
- Depreciación		6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23
= **Utilidad operacional**		**22,420.05**	**37,855.16**	**55,084.37**	**74,292.09**	**95,681.28**
- intereses		1,120.00	940.88	741.69	520.19	273.89
= **Utilidad antes de participación**		**21,300.05**	**36,914.29**	**54,342.68**	**73,771.89**	**95,407.39**
- 15% Participación		3,195.01	5,537.14	8,151.40	11,065.78	14,311.11
= **Utilidad antes de impuestos**		**18,105.04**	**31,377.15**	**46,191.28**	**62,706.11**	**81,096.28**
- Impuesto 25%		4,526.26	7,844.29	11,547.82	15,676.53	20,274.07
= **Utilidad Neta**		**13,578.78**	**23,532.86**	**34,643.46**	**47,029.58**	**60,822.21**
+ Crédito Bancario (36.25%)		714.00	599.81	472.83	331.62	174.60
+ Depreciación		6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23
= **Fondo Generado por las Operaciones**		**20,934.01**	**30,773.90**	**41,757.51**	**54,002.43**	**67,638.04**
Capital de Trabajo	- 12,727.08					
Inversión en activos fijos	- 45,699.96					
Caja Generada por Operaciones	- 58,427.04	20,934.01	30,773.90	41,757.51	54,002.43	67,638.04
Intereses		1,120.00	940.88	741.69	520.19	273.89
Préstamo	10,000.00	- 8,400.67	- 6,622.22	- 4,644.57	- 2,445.44	- 0.01
F. Caja Libre deuda	**(48,427.04)**	**28,214.68**	**36,455.24**	**45,660.40**	**55,927.68**	**67,364.16**

K= Tasa descuento

K= 0.3063

VAN DEL PROYECTO	**$ 30,692.97**
TIR DEL PROYECTO	**41.45%**

Demostración del VAN - TIR

$$\mathrm{VAN} = \sum_{t=1}^{n} \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$$\mathrm{VAN} = \frac{20{,}934.01}{(1+0.3063)} + \frac{30{,}773.90}{(1+0.3063)^2} + \frac{41{,}757.51}{(1+0.3063)^3} + \frac{54{,}002.43}{(1+0.3063)^4} + \frac{67{,}638.04}{(1+0.3063)^5} - 45{,}699.96$$

VAN = $ 30,692.97

TIR es la k del VAN

TIR = VAN = 0

$$\mathrm{VAN} = \frac{20{,}934.01}{(1+0.4145)} + \frac{30{,}773.90}{(1+0.4145)^2} + \frac{41{,}757.51}{(1+0.4145)^3} + \frac{54{,}002.43}{(1+0.4145)^4} + \frac{67{,}638.04}{(1+0.4145)^5} - 45{,}699.96$$

VAN = **0**

TIR = **0.4145**

TIR = **41%**

Valor Actual Neto (VAN). En términos simples el VAN, "es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial" (Baca 2001, pág. 214).

VAN=0, no hay ni perdida ni ganancia.

VAN positivo, genera ganancias

VAN negativo, genera pérdidas.

Al encontrar el VAN de un proyecto sabemos si dicho proyecto es viable o no. La rentabilidad de nuestro negocio es $ 30.692.97 lo que es bastante aceptable considerando el tamaño del negocio y la inversión realizada.

Tasa Interna de Retorno (TIR). "Es la tasa de descuento por lo cual VAN es igual a cero, igual a la suma de los flujos descontados a la inversión inicial" (Baca 2001, pág. 216). En palabras más simples, el TIR supone que el dinero que se gana cada año se reinvierte en su totalidad, es decir, se trata de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.

Con el criterio de aceptación que emplea este método, si el TIR es mayor que la tasa de descuento, se acepta la inversión. Siendo nuestra TIR = 41% mayor a la tasa de descuento 30.63%

4.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. En lo que se refiere al análisis de sensibilidad, como principal característica se podrá decir que, para la realización del mismo, se fundamentó con los ingresos provenientes de las ventas. Este análisis busca conocer cuanto pueden soportar las ventas cuando intervienen en el proceso ciertos factores externos. Para saber hasta que nivel pueden soportar las variaciones, determinamos dos posibles escenarios, el uno con un incremento en las ventas y el otro con una disminución en las ventas. (Ver pág. 125-126).

Podemos concluir que se ha demostrado que la inversión resulta económicamente rentable bajo las condiciones estudiadas y proyectadas, sin importar el nivel de inflación en el futuro; el proyecto seguirá siendo rentable siempre que el nivel de ventas se mantenga constante, la rentabilidad económica se ve incrementada automáticamente si se aumenta el nivel de ventas, siempre que permanezcan constantes las otras condiciones que afectan la rentabilidad, tales como tasa de interés, costos de operación, tecnología, etc.

Incremento de los Ingresos del 10%

		Años				
	0	1	2	3	4	5
Ventas reales		204,240.96	224,665.06	224,665.06	247,131.56	271,844.72
- Costos de Producción		143,332.40	146,199.05	149,123.03	152,105.49	155,147.60
= **Utilidad Bruta**		**60,908.56**	**78,466.01**	**75,542.03**	**95,026.07**	**116,697.12**
- Gastos de Administración		10,952.52	11,171.57	11,395.00	11,622.90	11,855.36
- Gastos de Ventas		1,800.00	1,836.00	1,872.72	1,910.17	1,948.38
- Gastos de Varios		527.40	537.95	548.71	559.68	570.87
- Depreciación		6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23
= **Utilidad operacional**		**40,987.41**	**58,279.26**	**55,084.37**	**74,292.09**	**95,681.28**
- intereses		1,120.00	940.88	741.69	520.19	273.89
= **Utilidad antes de participación**		**39,867.41**	**57,338.39**	**54,342.68**	**73,771.89**	**95,407.39**
- 15% Participación		5,980.11	8,600.76	8,151.40	11,065.78	14,311.11
= **Utilidad antes de impuestos**		**33,887.30**	**48,737.63**	**46,191.28**	**62,706.11**	**81,096.28**
- Impuesto 25%		8,471.82	12,184.41	11,547.82	15,676.53	20,274.07
= **Utilidad Neta**		**25,415.47**	**36,553.22**	**34,643.46**	**47,029.58**	**60,822.21**
+ Crédito Bancario		714.00	599.81	472.83	331.62	174.60
+ Depreciación		6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23
= **Fondo Generado por las Operaciones**		**32,770.70**	**43,794.26**	**41,757.51**	**54,002.43**	**67,638.04**
Capital de Trabajo	- 12,727.08					
Inversion en activos fijos	- 45,699.96					
Caja Generada por Operaciones	- 58,427.04	32,770.70	43,794.26	41,757.51	54,002.43	67,638.04
Intereses		1,120.00	940.88	741.69	520.19	273.89
Prestamo	10,000.00	- 8,400.67	- 6,622.22	- 4,644.57	- 2,445.44	- 0.01
F. Caja Libre deuda	**(48,427.04)**	**40,051.37**	**49,475.60**	**45,660.40**	**55,927.68**	**67,364.16**

VAN DEL PROYECTO	**$ 47,384.43**
TIR DEL PROYECTO	**57%**

K= Tasa descuento

K= 0.3063

Disminución en los Ingresos del 7%

		Años				
	0	1	2	3	4	5
Ventas reales		172,676.45	189,944.09	208,938.50	229,832.35	252,815.59
- Costos de Producción		143,332.40	146,199.05	149,123.03	152,105.49	155,147.60
= **Utilidad Bruta**		**29,344.05**	**43,745.04**	**59,815.47**	**77,726.86**	**97,667.99**
- Gastos de Administración		10,952.52	11,171.57	11,395.00	11,622.90	11,855.36
- Gastos de Ventas		1,800.00	1,836.00	1,872.72	1,910.17	1,948.38
- Gastos de Varios		527.40	537.95	548.71	559.68	570.87
- Depreciación		6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23
= **Utilidad operacional**		**9,422.90**	**23,558.30**	**39,357.81**	**56,992.88**	**76,652.15**
- intereses		1,120.00	940.88	741.69	520.19	273.89
= **Utilidad antes de participación**		**8,302.90**	**22,617.42**	**38,616.13**	**56,472.68**	**76,378.26**
- 15% Participación		1,245.43	3,392.61	5,792.42	8,470.90	11,456.74
= **Utilidad antes de impuestos**		**7,057.46**	**19,224.81**	**32,823.71**	**48,001.78**	**64,921.52**
- Impuesto 25%		1,764.37	4,806.20	8,205.93	12,000.45	16,230.38
= **Utilidad Neta**		**5,293.10**	**14,418.61**	**24,617.78**	**36,001.34**	**48,691.14**
+ Crédito Bancario		714.00	599.81	472.83	331.62	174.60
+ Depreciación		6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23	6,641.23
= **Fondo Generado por las Operaciones**		**12,648.33**	**21,659.64**	**31,731.84**	**42,974.19**	**55,506.97**
Capital de Trabajo	- 12,727.08					
Inversion en activos fijos	- 45,699.96					
Caja Generada por Operaciones	- 58,427.04	12,648.33	21,659.64	31,731.84	42,974.19	55,506.97
Intereses		1,120.00	940.88	741.69	520.19	273.89
Prestamo	10,000.00	- 8,400.67	- 6,622.22	- 4,644.57	- 2,445.44	- 0.01
F. Caja Libre deuda	**(48,427.04)**	**19,929.00**	**27,340.98**	**35,634.72**	**44,899.43**	**55,233.09**

VAN DEL PROYECTO	**$ 7,534.74**
TIR DEL PROYECTO	**36%**

K= Tasa descuento

K= 0.3063

Incremento del 10%

Como se puede apreciar, al incrementar los ingresos con un 10% obtenemos un valor actual neto de 47,384.43; es decir que ha aumentado en gran proporción, de esta manera concluimos que el proyecto es muy rentable, y de la misma manera la tasa interna de retorno del proyecto ha aumentado considerablemente.

VAN DEL PROYECTO	**$ 47,384.43**
TIR DEL PROYECTO	**57%**

Disminución del 7%

Por otro lado una reducción del 7% de las ventas ha disminuido el valor actual neto y la tasa interna de retorno, pero hasta este punto se sigue teniendo rentabilidad ya no tan alta.

VAN DEL PROYECTO	**$ 7,534.74**
TIR DEL PROYECTO	**36%**

CAPÍTULO V

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con la misión de evaluar de manera objetiva nuestro proyecto, bajo el concepto de asesoría con la Institución Impulsar podemos obtener un crédito, ya que está enfocada a la incubación de proyectos nuevos inspirado por jóvenes que buscan emprendimientos que no existen en el mercado o presentan características nuevas de los proyectos tradicionales.

Coffee Auto-Servicio tiene una perspectiva de crecimiento y desarrollo, quiere darse a conocer, posicionándose en el mercado de la ciudad de cuenca. Sabiendo que, en la actualidad, las personas buscan comodidad, precios accesibles, rapidez en la entrega del pedido solicitado, las características del servicio que se ofrece y la novedad de presentar en el mercado una alternativa diferente que no exista en la ciudad, combinado con productos de comida adecuados para personas que no poseen el tiempo suficiente para desayunar en su hogar, antes de ir a su trabajo, constituye un atractivo dentro del mercado debido a la tendencia de la población actual que busca un lugar cómodo con los mejores servicios y que los productos ofrecidos sean de excelente calidad por ello, este emprendimiento resulta factible para ponerlo en marcha.

Siendo los factores más importantes para la empresa la innovación y la atención al cliente, vamos a concentrar todos los esfuerzos en proporcionar constantemente alternativas de menús. Es así que todos los que conformamos la empresa tienen que estar involucrados en la completa satisfacción de las necesidades de los clientes.

Para cumplir con todos los objetivos planteados, debe existir una combinación homogénea de todos los recursos que cuente la empresa, es así como los recursos humanos, los recursos materiales y los recursos financieros permitirán asegurar que la funcionalidad de la empresa es la correcta y no se estén desperdiciando los recursos, es decir, que no existan cuellos de botella.

Cuando se realizo el estudio sobre la rentabilidad del proyecto, observamos que el valor actual neto VAN es positivo y que la tasa interna de retorno TIR supera con mucho a la tasa de rendimiento mínima aceptable. El proyecto en el cual trabajamos resulta ser muy atractiva para los inversionistas, pues no existe el riesgo de pérdidas,

sino las proyecciones de ventas de manera normal tendrían un crecimiento atractivo para cada año, de esta manera se logrará tener un retorno de la inversión más eficiente. Con todos los estudios realizados determinamos que el proyecto es viable y que contará con la aceptación de los habitantes de la ciudad de Cuenca.

En el desarrollo de esta tesis hemos reforzado los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación universitaria, con lo cual podemos enfrentarnos al exterior y salir adelante en un mundo tan competitivo.

5.2 BIBLIOGRAFÍA

Dr. PAREDES ROLDÁN Jorge "Ingeniería de Procesos" página de la Universidad del Azuay.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Mc Graw Hill, México 2001

GLENN A. WELSCH, RONALD W. HILTON, PAUL N. GORDON, CARLOS RIVERA NOVEROLA. Presupuesto: Planificación y Control. Person Educación. México – 2005.

SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Mc Graw Hill Interamericana, Chile, 2001.

GARCIA, Gary Flor Guía para elaborar planes de negocios, Edit. Graficas Paola, Quito, 2006. 165 págs.

ERAZO, José. "Mercadotecnia un análisis global de gestión"

DOUGLAS R. EMERY, JHON D FINNERTY, JOHN D STONE. Fundamentos de Administración Financiera. Prentice Hall,

PEREZ LOPEZ César. Técnicas de Estadísticas con SPSS. Pearson Educación – 2001

www.innpulsar.com (Octubre 2010)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSO, www.inec.gov.ec

5.3 ANEXOS

ROL DE PAGOS

Salario Básico Unificado Vigente: $264

ROL DE BENEFICIOS SOCIALES

CATEGORIA	SAL. BASICO	DÉC. XIII	DÉC. XIV	VACA CIONES	FONDO RESER.	APORTE 11.25%	Sueldo unitario	No. PERS.	SUELDO TOTAL	
									MES	AÑO
Cocinero	280	23.33	23.33	11.67	23.33	31.50	393.17	1	393.17	4718.00
Ayudante de Cocina	264	22.00	22.00	11.00	22.00	29.70	370.70	2	741.40	8896.80
Cajero	264	22.00	22.00	11.00	22.00	29.70	370.70	2	741.40	8896.80
Gerente	350	29.17	29.17	14.58	29.17	39.38	491.46	1	491.46	5897.50
Contador	300	25.00	25.00	12.50	25.00	33.75	421.25	1	421.25	5055.00
Total							2047.28		2788.68	33464.10

EMPRESA “COFFEEAUTO-SERVICIO" CÍA. LTDA.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

CUENTA			
ACTIVOS			**40,000.00**
CORRIENTES			10,192.39
DISPONIBLE		**10,192.39**	
Caja		10,192.39	
FIJO TANGIBLE			29,807.61
DEPRECIABLE		**29,807.61**	
Equipos de Computación		2600	
Equipos de Oficina		127.00	
Mueles de Oficina		2,776.00	
Equipo de Trabajo		24,304.61	
PASIVO			**10,000.00**
Largo plazo			
Obligaciones Bancarias		10000	
TOTAL PASIVO			
PATRIMONIO			**30,000.00**
CAPITAL			
Aportes de los Socios			30,000.00
Mónica Álvarez	7,500.00		
Cristina Arias	7,500.00		
Diana Chasi	7,500.00		
Adriana Calle	7,500.00		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			**40,000.00**