

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**



**Facultad de Ciencias de la Administración  
Escuela de Administración de Empresas**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
CAFETERÍA EN ARZUBA HOTEL”**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial**

**Autor: Tania Aracely Zuñiga Barahona**

**Director: Ing. Com. Verónica Rosales Moscoso, MBA**

**Cuenca, Ecuador**

**2018**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación está dedicado a mi hijo Paul Alejandro, a mi bebé que está en el cielo Alyna, a mis padres, quienes día a día con su apoyo han sido un pilar fundamental para desarrollarme en la vida profesional.

A mi familia, amigos y personas que hoy ya no están junto a mi, todos quienes han sido una fuente de motivación para crecer y superarme cada día apoyándome en todo momento para que cumpla con mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, agradezco a Dios por las bendiciones de cada día, a mis hijos, mis padres, mi familia, mis amigos por su apoyo incondicional, de manera especial a Tatiana por compartir sus conocimientos y brindarme su ayuda.

Gracias a mi directora de tesis Ingeniera María Verónica Rosales Moscoso, por su amabilidad, paciencia, motivación, criterio y aliento para realizar el proyecto y a todos los docentes de la Universidad del Azuay que a través del tiempo fueron parte de mi vida estudiantil.

Para finalizar agradezco a las personas que han formado parte de mi vida y que de una u otra forma han sido parte de este proyecto.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|                                                                    |      |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| DEDICATORIA .....                                                  | ii   |
| AGRADECIMIENTOS .....                                              | iii  |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS .....                                         | iv   |
| ÍNDICE DE TABLAS .....                                             | vi   |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....                                      | vii  |
| RESUMEN .....                                                      | viii |
| ABSTRACT.....                                                      | ix   |
| CAPÍTULO I .....                                                   | 1    |
| Diagnóstico de la situación de la empresa. ....                    | 1    |
| Introducción. ....                                                 | 2    |
| 1.1 Antecedentes .....                                             | 2    |
| 1.1.1 Cantón Paute .....                                           | 2    |
| 1.1.2 Arzuba Hotel.....                                            | 3    |
| 1.2 Tipo de empresa y Descripción.....                             | 4    |
| 1.3 Filosofía corporativa .....                                    | 5    |
| 1.3.1 Misión .....                                                 | 5    |
| 1.3.2 Visión.....                                                  | 5    |
| 1.3.3 Valores.....                                                 | 5    |
| 1.3.4 Objetivos de la cafetería.....                               | 5    |
| 1.4 Conclusión. ....                                               | 6    |
| CAPÍTULO II.....                                                   | 7    |
| Análisis del entorno y del mercado.....                            | 7    |
| Introducción .....                                                 | 8    |
| 2.1 Análisis de la situación interna y externa de la empresa ..... | 8    |
| 2.1.1 Análisis FODA .....                                          | 8    |
| 2.1.2 Análisis PEST .....                                          | 10   |
| 2.2 Estudio de mercado.....                                        | 13   |
| 2.2.1 Hallazgos de la Investigación .....                          | 18   |
| 2.2.2 Conclusión de la Investigación .....                         | 29   |
| 2.3 Análisis de la competencia.....                                | 29   |
| 2.4 Determinación de la demanda.....                               | 30   |
| 2.5 Estrategia comercial.....                                      | 32   |
| 2.6 Conclusión. ....                                               | 40   |
| CAPÍTULO III.....                                                  | 41   |
| Estudio técnico y legal del proyecto .....                         | 41   |
| Introducción .....                                                 | 42   |
| 3.1 Localización de la cafetería en Arzuba Hotel .....             | 42   |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 3.2 Diseño y tamaño de la infraestructura y maquinaria ..... | 44 |
| 3.3 Permisos de funcionamiento .....                         | 50 |
| 3.4 Análisis administrativo .....                            | 53 |
| 3.5 Conclusión. ....                                         | 56 |
| CAPÍTULO IV.....                                             | 57 |
| Estudio Financiero .....                                     | 57 |
| Introducción .....                                           | 58 |
| 4.1 Inversión Inicial .....                                  | 58 |
| 4.2 Determinación de costos y gastos .....                   | 61 |
| 4.3 Flujo de Caja .....                                      | 68 |
| 4.4 Valor actual neto (VAN).....                             | 70 |
| 4.5 Tasa interna de retorno (TIR) .....                      | 70 |
| 4.6 Conclusión. ....                                         | 71 |
| Conclusiones finales .....                                   | 72 |
| Recomendaciones .....                                        | 72 |
| Bibliografía .....                                           | 73 |
| Anexos .....                                                 | 76 |
| Anexo 1:Cotizaciones .....                                   | 76 |
| Anexo 2: Carta de precios.....                               | 81 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Proyecciones del cantón Paute.....                                 | 13 |
| Tabla 2 Grupos Neocatecumenales 2017.....                                  | 14 |
| Tabla 3 Hospedados 2017.....                                               | 14 |
| Tabla 4 Proyección de la demanda .....                                     | 30 |
| Tabla 5 Proyección de la demanda a partir de la frecuencia de visitas..... | 31 |
| Tabla 6 Proyección de la demanda a 5 años .....                            | 31 |
| Tabla 7 Proyección de la demanda por consumo.....                          | 32 |
| Tabla 8 Menú Eva's Coffee .....                                            | 33 |
| Tabla 9 Análisis de precios del Café.....                                  | 35 |
| Tabla 10 Análisis de precios de los complementos .....                     | 36 |
| Tabla 11 Ponderación por puntos .....                                      | 43 |
| Tabla 12 Cotizaciones.....                                                 | 50 |
| Tabla 13 Horarios Cafetería.....                                           | 53 |
| Tabla 14 Horarios trabajadores.....                                        | 54 |
| Tabla 15 Roles de Sueldos y Beneficios.....                                | 55 |
| Tabla 16 Costo mano de obra directa .....                                  | 55 |
| Tabla 17 Inversión Inicial .....                                           | 59 |
| Tabla 18 Depreciación .....                                                | 60 |
| Tabla 19 Inversión Total.....                                              | 60 |
| Tabla 20 Costos Complementos .....                                         | 61 |
| Tabla 21 Costos Mano de Obra Directa.....                                  | 62 |
| Tabla 22 Costos Indirectos de Fabricación.....                             | 62 |
| Tabla 23 Costos de Productos .....                                         | 63 |
| Tabla 24 Punto de Equilibrio .....                                         | 67 |
| Tabla 25 Balance General Inicial.....                                      | 67 |
| Tabla 26 Estado de Resultados .....                                        | 68 |
| Tabla 27 Flujo de Efectivo.....                                            | 69 |
| Tabla 28 Costo de Capital.....                                             | 70 |
| Tabla 29 Resultados VAN .....                                              | 70 |
| Tabla 30 Resultados TIR y PRI .....                                        | 70 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 1 Arzuba Hotel.....                               | 4  |
| Ilustración 2 Inflación anual en los meses de noviembre ..... | 11 |
| Ilustración 3 Tabulación pregunta 1 .....                     | 18 |
| Ilustración 4 Tabulación pregunta 2 .....                     | 19 |
| Ilustración 5 Tabulación pregunta 3 .....                     | 20 |
| Ilustración 6 Tabulación pregunta 4 .....                     | 21 |
| Ilustración 7 Tabulación pregunta 5 .....                     | 22 |
| Ilustración 8 Tabulación pregunta 6 .....                     | 23 |
| Ilustración 9 Tabulación pregunta 7 .....                     | 24 |
| Ilustración 10 Tabulación pregunta 8 .....                    | 25 |
| Ilustración 11 Tabulación pregunta 9 .....                    | 26 |
| Ilustración 12 Tabulación pregunta 10 .....                   | 27 |
| Ilustración 13 Tabulación pregunta 11 .....                   | 28 |
| Ilustración 14 Logotipo de la Cafetería .....                 | 34 |
| Ilustración 15 Promoción Facebook .....                       | 37 |
| Ilustración 16 Promoción Instagram.....                       | 38 |
| Ilustración 17 Promoción flayers.....                         | 39 |
| Ilustración 18 Localización.....                              | 43 |
| Ilustración 19 Vista Frontal .....                            | 44 |
| Ilustración 20 Distribución del local.....                    | 45 |
| Ilustración 21 Vista Lateral.....                             | 45 |
| Ilustración 22 Ambiente Natural.....                          | 46 |
| Ilustración 23 Ambiente Paris.....                            | 47 |
| Ilustración 24 Ambiente Las Vegas.....                        | 48 |
| Ilustración 25 Ambiente Negocios.....                         | 49 |
| Ilustración 26 Carta Melatte.....                             | 81 |
| Ilustración 27 Carta de Goza.....                             | 83 |
| Ilustración 28 Carta de Café Austria.....                     | 86 |

## **RESUMEN**

El presente trabajo presenta un plan de negocios para la implementación de una cafetería en Arzuba Hotel en el cantón Paute, la distribución del trabajo se ha realizado en cuatro capítulos en donde se da a conocer el diagnóstico de la situación de la empresa, el análisis de mercado, el estudio técnico, legal y finalmente el estudio financiero del proyecto.

La investigación se logró mediante consultas bibliográficas, encuestas y métodos de cálculo en el área económica.

Este estudio concluye con la factibilidad de la implementación de la cafetería en Arzuba Hotel y puede ser utilizado para llevarlo a cabo.



## ABSTRACT

## ABSTRACT

This work presented a business plan for the implementation of a cafeteria in the Arzuba hotel in Paute. The distribution of this work was carried out in four chapters. The situation diagnosis of the company, the technical study, the market analysis, the legal and financial study were shown. This research was achieved through bibliographic consultations, surveys and calculation methods from the economic area. This study concluded with the implementation feasibility of the cafeteria in the Arzuba hotel.



Translated by

Ing. Paul Arpi

# **CAPÍTULO I**

## **Diagnóstico de la situación de la empresa**

## **Introducción.**

En este capítulo como su nombre lo indica, se realiza el análisis de la situación de la empresa, es decir el planteamiento de la investigación para lo cual se detalla los antecedentes, tipo de empresa, filosofía corporativa y objetivos de la cafetería.

### **1.1 Antecedentes**

#### **1.1.1 Cantón Paute**

El cantón Paute de la Provincia del Azuay está localizado a 45 minutos de la ciudad de Cuenca, un valle conocido por su producción de flores y frutas además de su gastronomía y artesanías, un cantón visitado también por su hermosa orilla del Río Paute, su clima primaveral y paisajes naturales dignos de admirar, sus límites políticos-administrativos son:

Al Norte con Azogues

Al Sur con Gualaceo y Cuenca

Al Este con Cuenca y Azogues

Al Oeste con Guachapala, El Pan y Sevilla de Oro.

El cantón cuenta con siete parroquias San Cristóbal, El Cabo, Chicán, Bulán, Dug Dug, Tomebamba, Guaraynag y su cabecera cantonal, de igual manera cuenta con un total de 53 comunidades.

Paute es visitado en los feriados nacionales principalmente en el feriado de carnaval por su nombrado y conocido curso de carnaval, en sus festividades de cantonización por sus distintos programas y desfiles, de igual manera los turistas viajan a Paute por su ambiente tranquilo y por la práctica de deportes como parapente, alas delta, 4x4, cayac, canoping, escalada, trekking de alta y media montaña, bicigrós de montaña, etc.

El 26 de febrero de 2017 se inauguró un proyecto turístico de la municipalidad de Paute denominado “Delta del Río Paute” donde el atractivo es la unión de los Ríos Paute y Collay, practicar la pesca deportiva, paseo en botes y alquiler de bicicletas.

### **1.1.2 Arzuba Hotel**

El proyecto de Arzuba Hotel nace el 23 de marzo del 2008 ante la constante demanda de alojamiento en el cantón Paute, debido a que existían dos hostales que no cuenta con infraestructura hotelera que satisfaga las necesidades de la plaza; para el 6 de junio del mismo año comienza el segundo proyecto más ambicioso de infraestructura en Paute ya que es el edificio más grande que se ha construido después de la Universidad Politécnica Salesiana, la construcción se termina el 12 de diciembre del 2010 donde se define como Arzuba Hotel que son las siglas de Aracely Zúñiga Barahona (hija de los propietarios) y ante el Ministerio de Turismo se consagra como un hotel de segunda categoría, contaba con 33 habitaciones modernas, recepción, salón de eventos para 300 personas, internet inalámbrico, televisión por cable, mini bar, parqueadero, caja de seguridad y una capacidad total del hotel para 85 ocupantes.

La segunda etapa de construcción se da en el año 2015 debido a que el hotel trabaja con grupos neocatecumenales, quienes demandan un mayor espacio físico y comodidades que el hotel no podía satisfacer, a causa se llega a habitaciones y con ello se oferta mejores servicios para el deleite de los huéspedes. A más de ello se construye un segundo salón de eventos con el que se oferta un espacio en el que se desarrollan los mas prestigiosos eventos de la región.

La fidelidad de los huéspedes además de el servicio que se presta, la asistencia grupos religiosos neocatecumenales de la ciudad de Guayaquil y Cuenca, así también acoge a grupos deportivos de distintos lugares del país. Y la estratégica ubicación frente a las orillas del Río Paute, a dos cuadras del terminal terrestre y cercano al estadio de Paute, Registraduría de la propiedad, Judicatura, etc. Hacen de Arzuba Hotel un lugar donde alojarse

*Ilustración 1 Arzuba Hotel*



Fuente: Arzuba Hotel

## **1.2 Tipo de empresa y descripción**

Ante la aceptación del hotel y las nuevas exigencias de los clientes se ha visto la necesidad de la implementación de la cafetería, con el propósito de brindar un servicio adicional a los huéspedes, turistas, servidores públicos, visitantes del parque lineal, y transeúntes en general que requieran disfrutar de un amplio menú de cafetería en el que se ofertaran variedades de café que podrán ser acompañados de una variedad de sándwiches y postres.

La cafetería contará con un ambiente de relajación y comodidad por lo que se implementará basándose según las necesidades que los clientes expresen en la investigación y poder posicionarse como lo mejor de Paute contando con el personal.

### **1.3 Filosofía corporativa**

#### **1.3.1 Misión**

Ofrecer una cafetería con los mejores índices de calidad dentro de la población local, satisfaciendo las necesidades de los clientes y logrando a su vez una mejor imagen corporativa a Arzuba Hotel.

#### **1.3.2 Visión**

Llegar a ser una cafetería que alcance por medio de su excelencia en productos y servicios, la satisfacción sus clientes, dando un valor agregado para el hotel y a su vez, al sector hotelero y turístico de la ciudad de Paute, y de la región Austral.

#### **1.3.3 Valores**

- Trabajo en equipo: coordinación para brindar un mejor servicio a los clientes.
- Innovación: nuevas propuestas en el servicio.
- Respeto: excelente atención al cliente con personal capacitado para fidelizar a los clientes.
- Responsabilidad: cumplir con los servicios y productos ofrecidos.

#### **1.3.4 Objetivos de la cafetería**

- Brindar un servicio de calidad que cumpla con las exigencias de los clientes.
- Fidelizar clientes a través de sus diferentes ofertas de productos.
- Ampliar el sector turístico con todos los servicios que brinda Arzuba Hotel.

#### **1.4 Conclusión**

El capítulo 1 explica el entorno social, demográfico y cultural de la investigación, ayudando a establecer los lineamientos necesarios para entender la creación de la cafetería y como esta puede contribuir al crecimiento tanto económico, estructural y de imagen corporativa de Arzuba Hotel.

## **CAPÍTULO II**

### **Análisis del entorno y del mercado**



## **Introducción**

En este capítulo se realiza un análisis del entorno en base al análisis FODA y al análisis PEST; se llevará a cabo el estudio de mercado empleando encuestas, el análisis de la competencia, la determinación de la demanda y la estrategia comercial.

## **2.1 Análisis de la situación interna y externa de la empresa**

Al momento de implementar un proyecto, debemos considerar ciertos aspectos que ayudarán a definir cuáles son las ventajas, desventajas, herramientas y futuras adversidades que se presentarán a lo largo del mismo, para lo cual se desarrolla el análisis FODA y el análisis PEST.

### **2.1.1 Análisis FODA**

Son siglas que representan el estudio de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa.

#### **Análisis interno**

##### **Fortalezas (F)**

1. Ofrecer productos de calidad en variedad de café, sándwiches y postres
2. Lugar y ambiente nuevo
3. Infraestructura hotelera cómoda y moderna
4. Financiamiento propio
5. Equipamiento y tecnología innovadora

##### **Debilidades (D)**

1. Negocio nuevo en el mercado
2. Publicidad ineficiente
3. Personal con deficiente capacitación

#### **Análisis externo**

##### **Oportunidades (O)**

1. Los clientes potenciales del hotel.

2. Ubicación estratégica cercano a lugares de afluencia turística y poblacional.
3. Alto crecimiento de turismo y de población.
4. Creación de lugares turísticos cerca al hotel y cafetería.
5. Presencia de un nicho de mercado que demanda el servicio de una cafetería de alta calidad.

#### Amenazas (A)

1. Competencia actual de cafeterías pequeñas y vendedores ambulantes
2. Existencia de productos sustitutos en el mercado.
3. Incremento de competidores

#### **FODA Cruzado**

##### **Estrategias FO**

**F1-O1** Aprovechar los clientes potenciales del hotel para brindarles un servicio adicional con los diferentes productos a ofertar.

**F2-O5** Ofrecer a un nicho de mercado que demanda un espacio de esparcimiento social una cafetería con un ambiente y un local nuevo

**F5-O5** La cafetería al utilizar equipos de alta tecnología, permite ofrecer un servicio eficaz y eficiente a la demanda creciente.

##### **Estrategias DO**

**D1-O3** Beneficiarse del crecimiento turístico y poblacional para la creación de la cafetería y satisfacer la demanda del mercado.

**D2-O2** Deficiente inversión en publicidad, por lo que se aprovecha la ubicación del hotel para atraer clientes.

##### **Estrategias FA**

**F2-A1** Al contar con un lugar y un ambiente nuevo, hacer frente a la competencia actual y vendedores ambulantes.

**F5-A1** Al utilizar un equipamiento y tecnología que la competencia actual y los vendedores ambulantes no disponen, se ofertan diversos productos de café, sándwiches y postres con sabores exquisitos y de calidad.

## **Estrategias DA**

**D2-A3** Trabajar en la promoción y publicidad, para sobrellevar el incremento de competidores.

**D3-A1** Capacitar al personal para marcar la diferencia de servicio con la competencia y con ello fidelizar clientes.

### **2.1.2 Análisis PEST**

#### **Factores Políticos**

El gobierno del Ecuador es considerado como pro-comercio y pro-emprendimiento, ha emitido leyes que fomentan el emprendimiento y la creación de nuevas empresas por lo que estas políticas son favorables a proyectos como el planteado en esta investigación, además de que la reactivación del sector productivo y del sector comercial y turístico es eminente. Otro factor es la importancia que da el gobierno hacia el sector privado enfocado a las pequeñas y medianas empresas (PYMES). En reuniones con las diferentes cámaras de comercio, se ha consolidado un apoyo total a las PYMES otorgando financiamiento a través de la CFN (Corporación Financiera Nacional) y otras entidades gubernamentales.

Como nosotros al tratar de promover un servicio que influye en el sector hotelero y turístico del cantón, debemos estar al tanto de la situación turística de nuestra nación. Ecuador hizo historia en el mundo del turismo al ser ganador de 14 premios en los WORLD TRAVEL AWARDS 2017, los cuales nos hace estar en la mira a nivel internacional. Una de las ciudades galardonadas fue Cuenca siendo acreedora a 'Mejor Destino de Vacaciones Cortas de Sudamérica por lo cual Paute toma una ventaja al estar cerca de esta ciudad debido que permite con ello que el sector turístico se expanda, presentando una gran oportunidad para captar clientes extranjeros y haciendo del cantón Paute un lugar completo en servicios y diversidad cultural.

## Factores económicos

Según el Instituto Ecuatoriano de estadísticas y censos (INEC), en el año 2017 la inflación del mes de noviembre fue -0,22 %, la mas baja reportada desde 1979 en relación al mismo mes. Sin embargo se estima que para el año 2018 incrementará a 1,38%.

La inflación según el analista Alberto Acosta Burneo, el Ecuador se volvió un país caro debido a que los precios tuvieron que ser ajustados como consecuencia del fin de la bonanza petrolera y de igual manera el alto porcentaje de endeudamiento del estado. (El Comercio, 2017)

*Ilustración 2 Inflación anual en los meses de noviembre*

**Gráfico 3. Inflación anual en los meses de noviembre**



Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Fuente: INEC

La dinámica económica del cantón Paute se ha visto afectada por la falta de comercio interno y su principal ingreso se deriva del comercio turístico familiar que se ha sido agobiado por los síntomas recesivos que presenta la economía ecuatoriana.

El movimiento económico de la unidad de negocio hotelera a la que se ve ligado este proyecto se enfoca en consumidores culturales específicos que son del catecumenado (sociedad católica religiosa), empleados públicos y privados cuya capacidad adquisitiva de servicios como la cafetería y hotel no se ve afectada o disminuida con los síntomas recesivos en el país.

### **Factores sociales**

Arzuba Hotel al ser una empresa socialmente responsable enfocada en el bienestar de sus colaboradores y el medio ambiente, mediante planes y proyectos que se reflejan el buen funcionamiento logístico y económico.

Al ser un proyecto nuevo se encuentra en gestiones para certificaciones que consideren a este emprendimiento como líder cantonal en responsabilidad social otorgadas por: RAINFOREST, Ministerio de Turismo, TripAdvisor, entre otras.

Entre otros factores sociales podemos considerar a la migración en el cantón Paute, según datos del INEC existen 1338 migrantes hasta el año 2010, siendo este sector un factor que sigue influyendo en el cambio de la estructura familiar y cultural debido a que adquieren nuevos hábitos de consumo de café y el uso de cafeterías es algo que se encuentra dentro de la actividad cotidiana mientras se encuentran fuera del país, cuando visitan el Ecuador por placer o negocios demandan este servicio.

### **Factores tecnológicos**

La empresa como tal necesita de la tecnología para poder elaborar los diferentes estilos de productos que ofrece, para ser eficientes y distinguirse de la competencia elaborando los productos de manera rápida y que el cliente sea atendido al instante. La tecnología que se requiere para la cafetería es accesible en el Ecuador.

De igual manera se utilizará un software básico para registrar y mantener una base de datos de los clientes, con este método se facilitará la contabilidad del local y cumplir con las responsabilidades tributarias.

## 2.2 Estudio de mercado

El estudio de mercado se realiza para determinar la aceptación potencial de la implementación de la cafetería en Arzuba Hotel lo cual se aplica a la población de Paute, los clientes de Arzuba Hotel en el último año, el personal que labora en el edificio de la Judicatura, en el Registro de la Propiedad y Municipalidad del cantón. Se consideró necesario saber sus gustos y preferencias ya que son los principales clientes potenciales de la cafetería.

Para cuantificar el tamaño de la población y el cálculo de la muestra se consideró los datos disponibles en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Se tomó la proyección de la población del Azuay con un índice de crecimiento de 1,69% (2017), lo que nos permite proyectar el crecimiento de la población del cantón Paute, de igual manera con los datos obtenidos se obtuvo una proyección de la población económicamente activa del cantón en relación al índice de crecimiento poblacional. Los datos son obtenidos del Censo realizado en el año 2010 (INEC).

*Tabla 1 Proyecciones del cantón Paute*

| PROYECCIONES DEL CANTÓN PAUTE |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Años                          | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
| Índice poblacional Azuay      |       | 1,85% | 1,85% | 1,82% | 1,79% | 1,76% | 1,73% | 1,69% |
| Población Paute               | 25494 | 25967 | 26447 | 26928 | 27410 | 27892 | 28373 | 28854 |
| P.E.A. Paute                  | 20248 | 20623 | 21005 | 21387 | 21770 | 22153 | 22535 | 22917 |

Fuente: (INEC,2010)

Elaborado por: Aracely Zuñiga

La información prestada por parte de Arzuba Hotel específicamente de la cantidad de personas que han asistido a convivencias neocatecumenales durante el año 2017, siendo esta tomada en cuenta para la realización de la muestra ya que estos grupos son constantes en su asistencia al Hotel por lo tanto son futuros clientes.

*Tabla 2 Grupos Neocatecumenales 2017*

| <b>2017</b>       | <b>Grupos catecumena</b> |
|-------------------|--------------------------|
| <b>Enero</b>      | 540                      |
| <b>Febrero</b>    | 660                      |
| <b>Marzo</b>      | 795                      |
| <b>Abril</b>      | -                        |
| <b>Mayo</b>       | -                        |
| <b>Junio</b>      | 660                      |
| <b>Julio</b>      | 140                      |
| <b>Agosto</b>     | -                        |
| <b>Septiembre</b> | 420                      |
| <b>Octubre</b>    | 240                      |
| <b>Noviembre</b>  | 180                      |
| <b>Diciembre</b>  | 340                      |
| <b>TOTAL</b>      | 3975                     |

Fuente: Arzuba Hotel

Se obtiene también la información de los clientes que el hotel ha tenido en este año durante el periodo enero a diciembre de 2017.

*Tabla 3 Hospedados 2017*

| <b>Hospedados 2017</b> |                |              |              |             |              |              |               |                   |                |                  |              |
|------------------------|----------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|---------------|-------------------|----------------|------------------|--------------|
| <b>Enero</b>           | <b>Febrero</b> | <b>Marzo</b> | <b>Abril</b> | <b>Mayo</b> | <b>Junio</b> | <b>Julio</b> | <b>Agosto</b> | <b>Septiembre</b> | <b>Octubre</b> | <b>Noviembre</b> | <b>Total</b> |
| 132                    | 328            | 123          | 133          | 133         | 106          | 116          | 181           | 191               | 193            | 262              | 1898         |

Fuente: Arzuba Hotel

Una vez con los datos obtenidos se procede con el cálculo de la muestra.

Los parámetros para el calculo son los siguientes:

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| Nivel de confianza         | 95%   |
| Error permitido (e)        | 5%    |
| Desviación estándar        | 0,5   |
| Tamaño de la población (N) | 28790 |
| Z                          | 1,96  |

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma^2}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

$$n = \frac{28790 * 1,96^2 * 0,5^2}{(28790 - 1) * 0,05 + 1,96^2 * 0,5^2} = 379$$

$$n = \frac{27649,6234}{72,9321} = 379$$

Se determina mediante la fórmula una muestra de 379 encuestas, seleccionando al público objetivo y de interés a partir de los 12 años de edad para la realización de esta investigación y se opta por ejecutarla en los siguientes lugares:

- Arzuba Hotel.
- Edificio de la Judicatura del cantón Paute.
- Municipio del cantón Paute.
- Registraduría del cantón Paute.
- Ministerio de Salud Zonal 6.
- Colegios del cantón Paute.

A quienes se les aplica la siguiente encuesta:



### **Encuesta para la implementación de una cafetería en Arzuba Hotel.**

Buen día, la presente encuesta esta elaborada por una estudiante de la Universidad del Azuay con el objetivo de conocer las preferencias de los posibles clientes de Eva's Coffee by Arzuba Hotel. Sírvase responder lo siguiente:

1) Edad

\_\_\_ De 12 a 20 años

\_\_\_ De 21 a 30 años

\_\_\_ De 31 a 40 años

\_\_\_ De 41 en adelante

2) Ocupación

\_\_\_ Estudiante

\_\_\_ Profesional

\_\_\_ Ama de casa

\_\_\_ Jubilado

\_\_\_ Otro

3) ¿Considera que es necesario la implementación de un servicio de Cafetería en Arzuba hotel?

Si

☐☐

No

Si su respuesta es "No" fin de la encuesta. Muchas gracias.

4) ¿Qué tan frecuente visita una Cafetería?

1 a 2 veces por semana

\_\_\_\_\_

1 a 2 veces al mes

\_\_\_\_\_

Nunca

\_\_\_\_\_

5) Con quienes visita generalmente una cafetería

Amigos

☐

Solo

☐

Familia

☐

6) ¿Qué tipo de Café prefiere?

Variedad de Café Frío \_\_\_\_\_

Variedad de Café Caliente \_\_\_\_\_

7) ¿Con que te gustaría acompañarlo?

Sándwiches (sal) \_\_\_\_\_

Postres (dulce) \_\_\_\_\_

Las dos cosas \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_ Especifique \_\_\_\_\_

8) ¿Qué te gustaría encontrar adicional en la cafetería?

Jugos Naturales \_\_\_\_\_ Batidos de fruta \_\_\_\_\_

Cócteles \_\_\_\_\_ Gaseosas \_\_\_\_\_

Frutas \_\_\_\_\_ Snacks \_\_\_\_\_

Picaditas \_\_\_\_\_ Helados \_\_\_\_\_

9) ¿Que te gustaría que tenga la cafetería como servicios adicionales?

\_\_\_\_ Libros

\_\_\_\_ Música

\_\_\_\_ Juegos de mesa

\_\_\_\_ Área para fotos

\_\_\_\_ Área para Reuniones

10) ¿Qué horario de atención prefiere?

6am – 10am ☐

12am – 3pm ☐

4pm – 10pm ☐

11) ¿Cuál es el medio publicitario de su preferencia?

Periódico \_\_\_\_\_

TV \_\_\_\_\_

Radio \_\_\_\_\_

Flayers \_\_\_\_\_

Redes Sociales \_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**

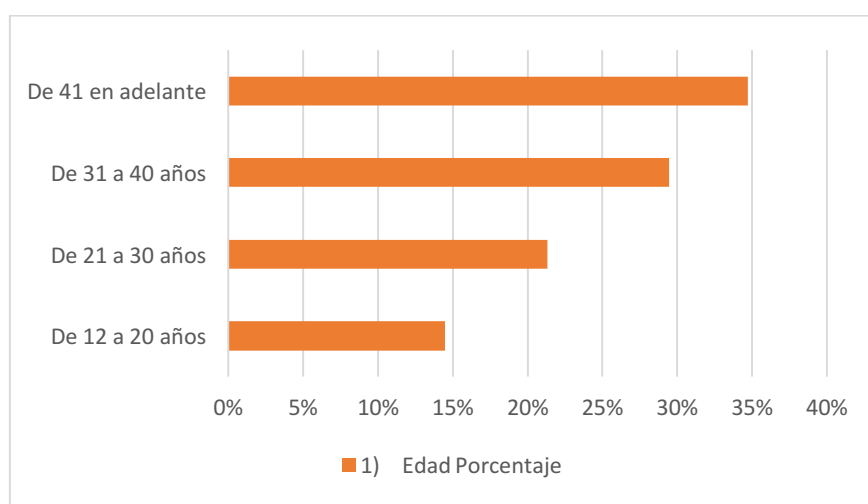
### 2.2.1 Hallazgos de la Investigación

Los participantes son 379 en las encuestas que a continuación se presentan los resultados.

#### 1) Edad

*Ilustración 3 Tabulación pregunta 1*

|                   | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| De 12 a 20 años   | 55         | 15%        |
| De 21 a 30 años   | 80         | 21%        |
| De 31 a 40 años   | 112        | 30%        |
| De 41 en adelante | 132        | 35%        |
|                   | 379        | 100%       |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

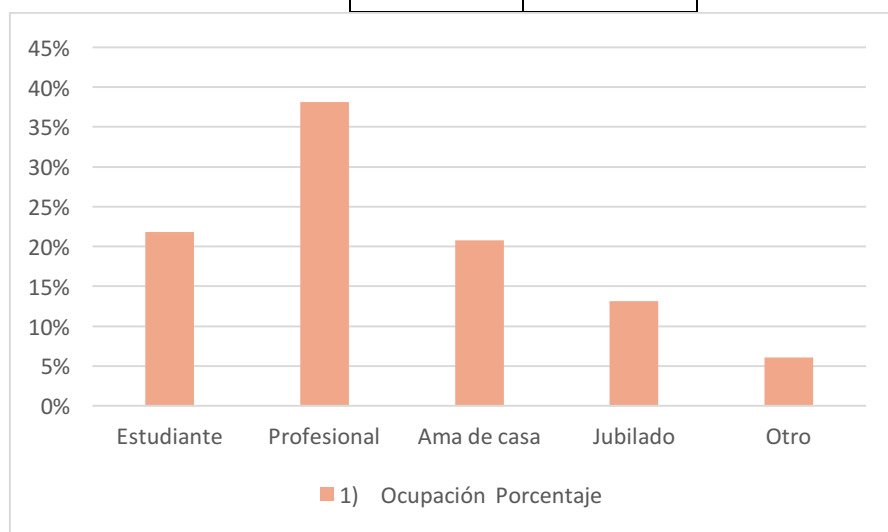
Los clientes potenciales según lo muestra la encuesta varían entre 41 años o más con un 35%, de 31 a 40 años con un 29%, de 21 a 30 años con un 21% y con un porcentaje menor los de 12 a 20 años representando un 14% del total de personas encuestadas.

Esto nos indica que al momento de ejercer la actividad comercial, debemos centrarnos en el grado de gustos y preferencias de las personas mayores 41 años de edad.

## 2) Ocupación

*Ilustración 4 Tabulación pregunta 2*

|             | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Estudiante  | 83         | 22%        |
| Profesional | 144        | 38%        |
| Ama de casa | 79         | 21%        |
| Jubilado    | 50         | 13%        |
| Otro        | 23         | 6%         |
|             | 379        | 100%       |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Podemos ver en el gráfico que los profesionales representan un 38% en cuanto a la ocupación a la que va dirigida el proyecto, mientras que los estudiantes representan un 22%, las amas de casa un 21%, jubilados un 13% y otros equivale al 6% de la muestra.

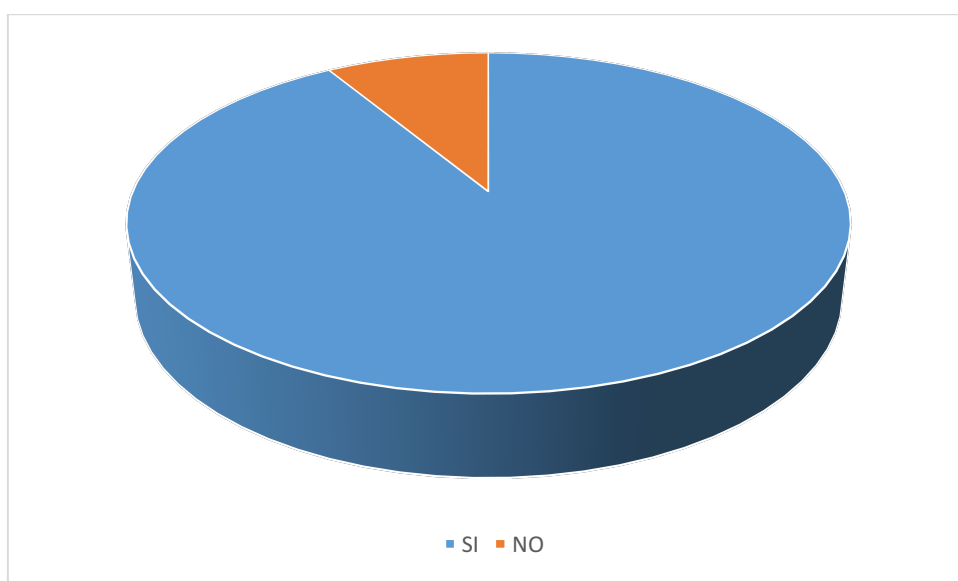
En conclusión la cafetería estará enfocada en su mayoría a profesionales y estudiantes, para lo cual se realizará una adecuación tanto del diseño, espacio y

precios para este grupo de personas en base a su capacidad adquisitiva y preferencias.

- 3) ¿Considera que es necesario la implementación de un servicio de Cafetería en Arzuba Hotel?

*Ilustración 5 Tabulación pregunta 3*

|    | Frecuencia | Porcentaje |
|----|------------|------------|
| SI | 346        | 91%        |
| NO | 33         | 9%         |
|    | 379        | 100%       |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

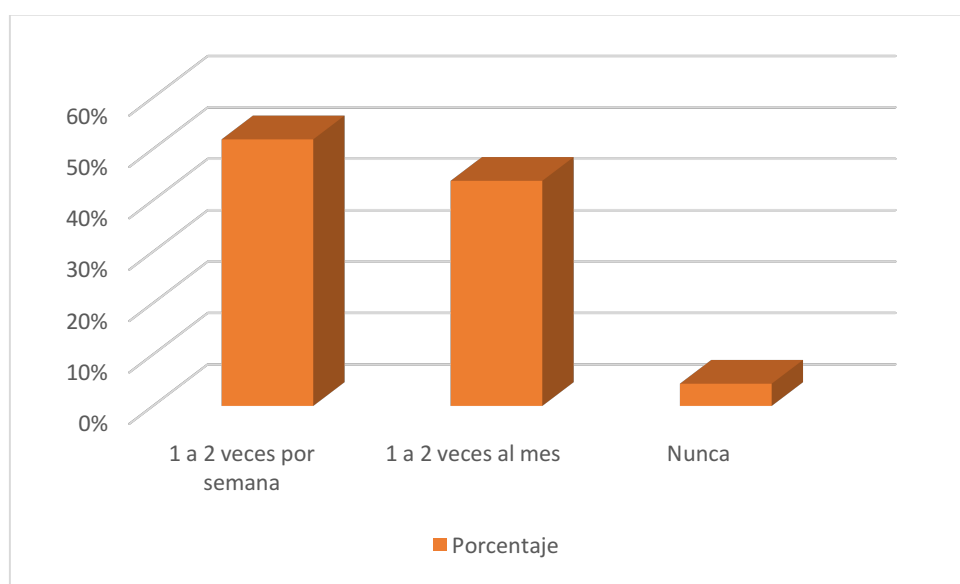
Según los encuestados aseguran con un 91% que Arzuba Hotel necesita una cafetería y con un porcentaje menor de 9% no lo consideran necesario.

Esta pregunta nos da un mayor grado de motivación y seguridad para continuar con esta implementación, concluyendo con un 91% de aceptación de la cafetería por parte de nuestros huéspedes y potenciales clientes demostrando así la efectividad de esta creación.

4) ¿Qué tan frecuente visita una Cafetería?

*Ilustración 6 Tabulación pregunta 4*

|                        | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| 1 a 2 veces por semana | 180        | 52%        |
| 1 a 2 veces al mes     | 151        | 44%        |
| Nunca                  | 15         | 4%         |
|                        | 346        | 100%       |



Fuente: Encuesta

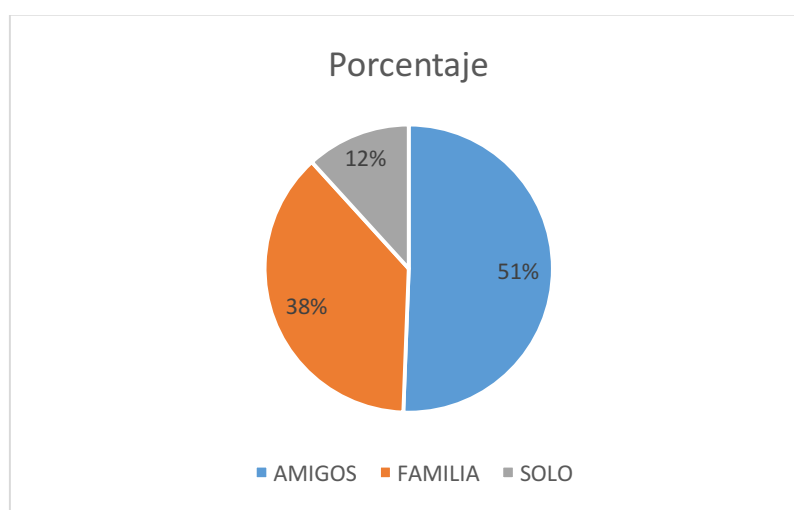
Elaborado por: Aracely Zuñiga

El 52% de personas encuestadas visitan una cafetería de 1 a 2 veces por semana, el 44% de 1 a 2 veces al mes y las personas que nunca visitan una cafetería representan el 4%.

5) Con quienes visita generalmente una cafetería

*Ilustración 7 Tabulación pregunta 5*

|         | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| AMIGOS  | 168        | 51%        |
| FAMILIA | 124        | 37%        |
| SOLO    | 39         | 12%        |
|         | 331        | 100%       |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

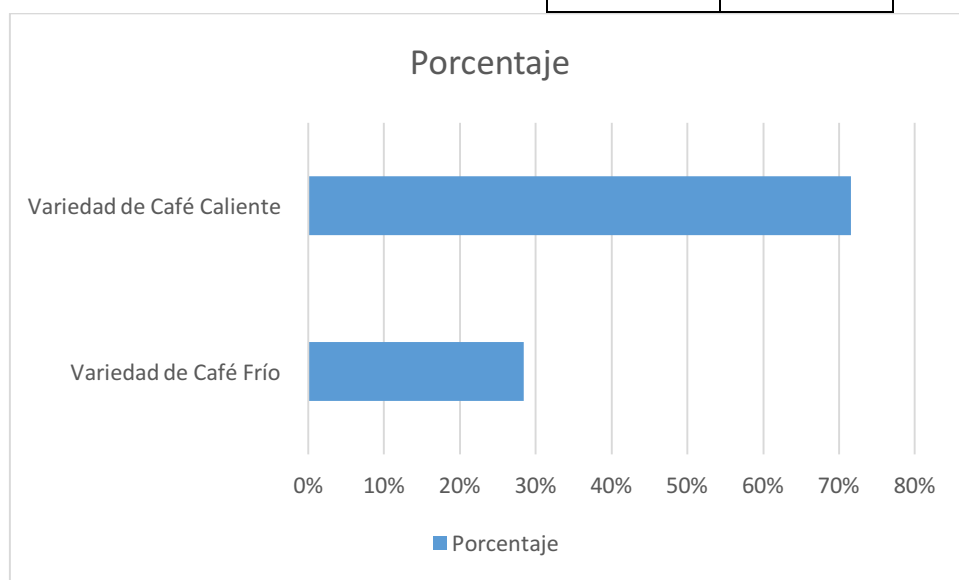
Las personas encuestadas acuden a una cafetería el 51% con los amigos, el 38% con la familia, y las personas que van solas el 12%.

Las personas que asisten a una cafetería solos presentan un porcentaje menor a quienes si van acompañadas, definiendo de esta manera que al momento de llegada de un cliente, tendremos una probabilidad mayor de que vaya acompañado por amigos o familiares que solos, obteniendo de esta manera una mayor productividad.

6) ¿Qué tipo de Café prefiere?

*Ilustración 8 Tabulación pregunta 6*

|                           | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|------------|
| Variedad de Café Frío     | 94         | 28%        |
| Variedad de Café Caliente | 237        | 72%        |
|                           | 331        | 100%       |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

La preferencia por el café caliente por parte de los encuestados es el 72%, mientras que por el café frío el porcentaje es 28%.

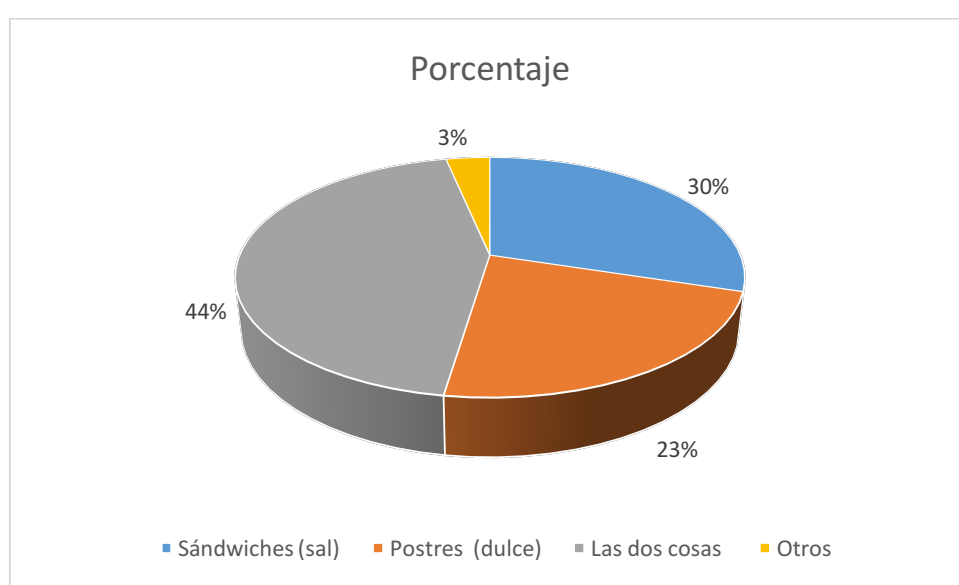
El clima del cantón Paute favorece para el consumo de los tipos de café ya sea frío o caliente.



7) ¿Con que te gustaría acompañarlo?

*Ilustración 9 Tabulación pregunta 7*

|                  | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Sándwiches (sal) | 99         | 30%        |
| Postres (dulce)  | 74         | 22%        |
| Las dos cosas    | 147        | 44%        |
| Otros            | 11         | 3%         |
|                  | 331        | 100%       |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

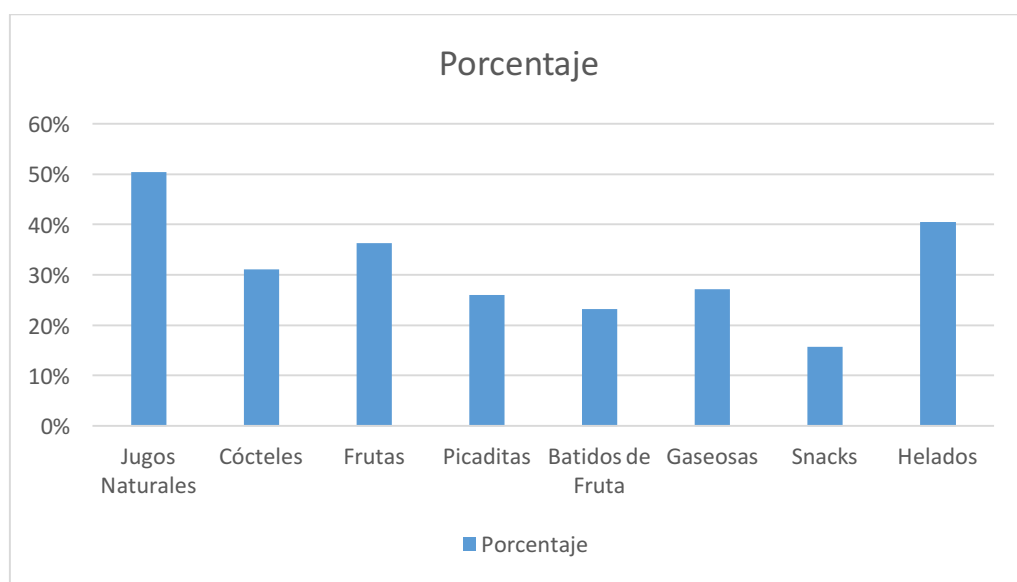
Es importante también conocer los acompañantes con los que se consume un café y su mayor preferencia son los sándwiches y los postres en conjunto con un 44%, acompañarlo solamente con un sándwiches un 30%, con un postre 23% y con otros acompañantes un 3% y según las especificaciones son empanadas, tostadas, humitas y sin ningún acompañante.

Al obtener un mayor porcentaje de aceptación en cuanto a la elección de sándwiches y postres, nos amplía el panorama en cuanto a productos se refiere.

8) ¿Qué te gustaría encontrar adicional en la cafetería?

*Ilustración 10 Tabulación pregunta 8*

|                  | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Jugos Naturales  | 167        | 50%        |
| Cócteles         | 103        | 31%        |
| Frutas           | 120        | 36%        |
| Picaditas        | 86         | 26%        |
| Batidos de Fruta | 77         | 23%        |
| Gaseosas         | 90         | 27%        |
| Snacks           | 52         | 16%        |
| Helados          | 134        | 40%        |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

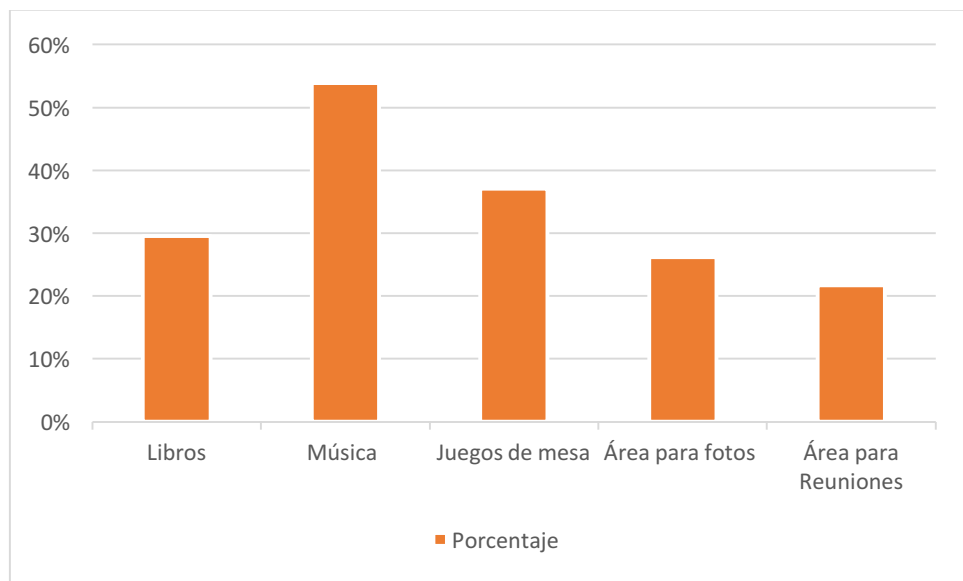
Como productos adicionales para ofrecer en la cafetería resultan de la encuesta los jugos naturales con el 50%, los helados con el 40%, frutas con el 36%, cócteles con el 31%, picaditas con el 26%, batidos de frutas con el 23%, snacks con el 16% y con un menor porcentaje gaseosas con el 14%.

La muestra refleja los gustos y preferencias de los clientes al señalar qué producto desearía encontrar como una opción en la futura cafetería. Es por eso que se deberá considerar como productos de mayor relevancia, los jugos naturales, frutas y la variedad de helados.

9) ¿Que te gustaría que tenga la cafetería como servicios adicionales?

*Ilustración 11 Tabulación pregunta 9*

|                     | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|------------|
| Libros              | 98         | 30%        |
| Música              | 178        | 54%        |
| Juegos de mesa      | 123        | 37%        |
| Área para fotos     | 86         | 26%        |
| Área para Reuniones | 72         | 22%        |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

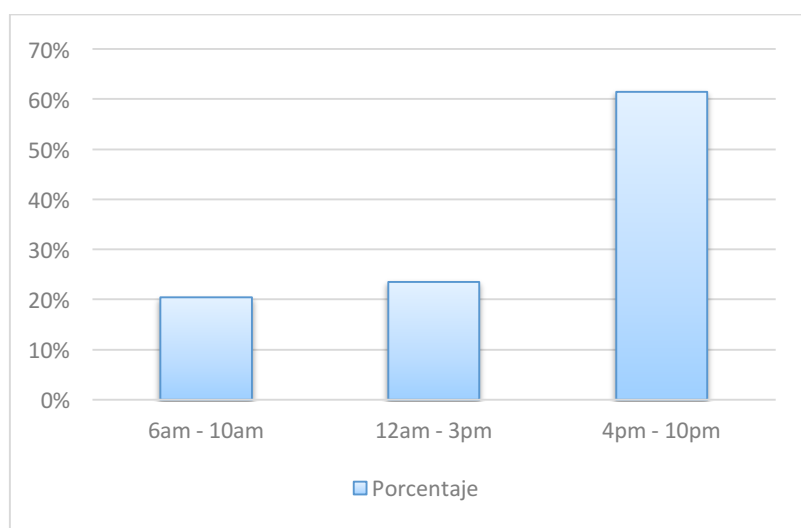
Para que el ambiente de la cafetería sea diferente los encuestados prefieren la música con un 54%, juegos de mesa con 37%, libros con un 30%, área para fotos con un 26% y una área para reuniones con un 22%.

Esta pregunta es de gran importancia porque muestra las actividades que generarán un ambiente agradable para el cliente. Es por eso que dentro de nuestro presupuesto no estaría mal agregar un buen equipo musical y de entretenimiento.

10) ¿Qué horario de atención prefiere?

*Ilustración 12 Tabulación pregunta 10*

|            | Frecuencia | Porcentaje |
|------------|------------|------------|
| 6am - 10am | 68         | 21%        |
| 12am - 3pm | 78         | 24%        |
| 4pm - 10pm | 203        | 61%        |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

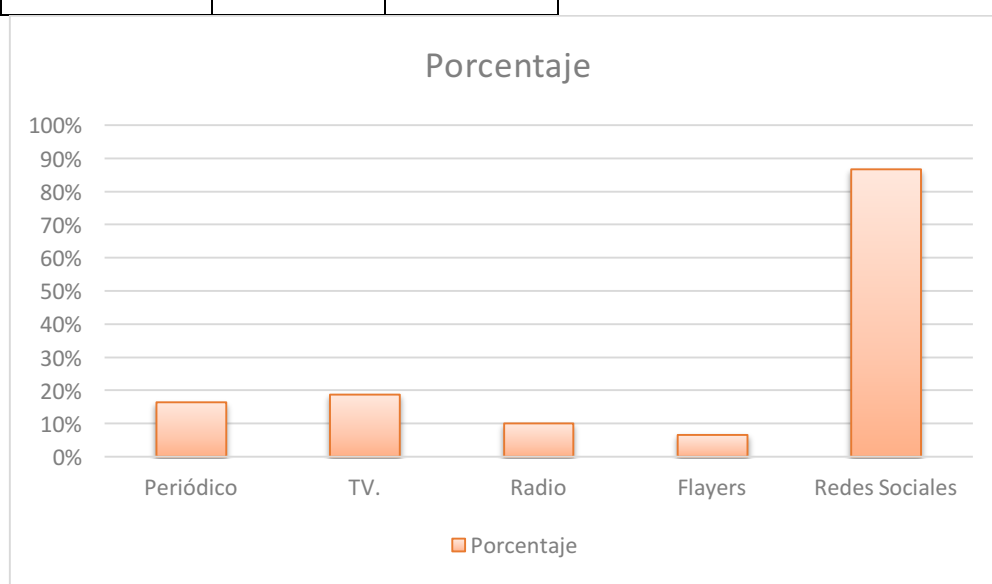
La preferencia de los horarios notoriamente es por el de la tarde de 4pm a 10pm con un 61%, el de 12am a 3pm con un 24% y de 6am a 10am con un 21%.

Al momento de definir que horario prefieren los clientes disponer de nuestros servicios, nos permite una mejor administración de personal y la disposición de los recursos para estar listos y brindar esa atención de calidad que tanto deseamos alcanzar.

11) ¿Cuál es el medio publicitario de su preferencia?

*Ilustración 13 Tabulación pregunta 11*

|                | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| Periódico      | 54         | 16%        |
| TV.            | 62         | 19%        |
| Radio          | 33         | 10%        |
| Flayers        | 22         | 7%         |
| Redes Sociales | 287        | 87%        |



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Las redes sociales son el principal medio publicitario con el 87% de preferencia de los encuestados, un 19% en TV, un 16% el periódico, un 10% la publicidad por radio y un 7% por medio de flayers.

La tecnología y los medios de comunicación han dado un paso trascendental en todo aspecto, y en el ámbito publicitario no pudo ser la excepción, todos revisan constantemente las redes sociales aprovechando así la mejor captación de clientes por medio de la misma.

### **2.2.2 Conclusión de la Investigación**

Según el estudio de mercado realizado mediante encuestas al mercado objetivo se obtuvo la información que se detalla a continuación:

El mercado es apto para la implementación de la cafetería, debido a que los principales clientes con el 35% serán de una edad superior a 41 años, con un 38% se enfocará a un segmento principalmente de profesionales y estudiantes que representan un 22% de los encuestados.

Se aprobó con el 91% la implementación de la cafetería en el hotel, a su vez tienen un consumo de café semanal de un 52% la mayor parte su visita la realizan con amigos un 51% y con la familia un 37%.

Los encuestados manifestaron también con un 72% su agrado por el café caliente y sus preferencias por acompañarlos con sándwiches (sal) o postres (dulce). Los resultados revelaron que el ambiente debe ser acogedor contando con música, libros, juegos de mesa, áreas para fotos y sala de reuniones donde el cliente gusta ser atendido así también el horario de preferencia es en la tarde y noche con un 61%, el medio publicitario para promocionar la cafetería son las redes sociales con un 87%.

Por lo que se puede concluir con estos datos que la implementación la cafetería en Arzuba Hotel cuenta con una gran acogida por parte de los encuestados sin embargo se continuará con la investigación para confirmar este antecedente en la conclusión final.

### **2.3 Análisis de la competencia**

Luego de una investigación se determina que la principal competencia directa es la cafetería del parque siendo la única establecida en un local comercial, sus precios son para un nivel social medio bajo, en su menú cuenta con 3 tipos de café (tinto, chocolate y capuchino), tostadas, helados y comida rápida, su horario de atención es de 10am a 7pm.

También se considera como factor importante a los vendedores ambulantes quienes atacan con productos sustitutos más no con un ambiente ni un lugar de permanencia para el consumo de dichos productos, ofrecen a los transeúntes o fuera de las oficinas

café tinto, morocho, café en leche, bolones de verde, empanadas de verde, empanadas de viento, humitas, chachis, tortillas, etc.

## 2.4 Determinación de la demanda

Para determinar la demanda de la cafetería se tomó en consideración los datos proporcionados por las encuestas realizadas, puesto que el 91% de personas ven la necesidad de la creación de la cafetería, por lo que se espera abarcar el 40% de la demanda debido a que se iniciará con el negocio y aún no tiene acogida por parte de los clientes.

*Tabla 4 Proyección de la demanda*

| Proyección de la demanda                       |       |
|------------------------------------------------|-------|
| Población Total                                | 28790 |
| Población Considera necesaria la cafetería 91% | 26199 |
| Abarca la cafetería 40% anual                  | 10480 |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Con este resultado se realizó una proyección de la demanda potencial a partir de la frecuencia de visita de un cliente a una cafetería tomando los datos de la encuesta realizada.

*Tabla 5 Proyección de la demanda a partir de la frecuencia de visitas*

| <b>Frecuencia de Visita</b> | <b>% Según encuestas</b> | <b>Demanda Anual</b> | <b>Demanda Mensual</b> | <b>Demanda Semanal</b> | <b>Demanda Diaria</b> |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| 1 a 2 veces por semana      | 52%                      | 5449                 | 454                    | 57                     | 9                     |
| 1 a 2 veces por mes         | 44%                      | 4611                 | 384                    | 192                    | 32                    |
| Nunca                       | 4%                       | 419                  |                        |                        |                       |
| <b>Total</b>                |                          | 10060                | 838                    | 249                    | 41                    |

| <b>Frecuencia de Visita</b> | <b>Consideración para los resultados</b>                 |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1 a 2 veces por semana      | Se obtuvo el valor suponiendo que van 2 veces por semana |
| 1 a 2 veces por mes         | Se obtuvo el valor suponiendo que van 2 veces al mes     |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Después, se proyecta una demanda para 5 años fijando un crecimiento como meta del 3% anual.

*Tabla 6 Proyección de la demanda a 5 años*

| <b>Proyección de la demanda a 5 años</b> |              |              |              |              |
|------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <i>Año 1</i>                             | <i>Año 2</i> | <i>Año 3</i> | <i>Año 4</i> | <i>Año 5</i> |
| 10060                                    | 10362        | 10673        | 10993        | 11323        |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Se establece la demanda anual por el consumo de tipo de café y por el consumo de acompañantes para la degustación de un café.



*Tabla 7 Proyección de la demanda por consumo*

| <b>Consumo de Tipo de Café</b> | <b>%</b> | <b>Demanda Anual</b> |
|--------------------------------|----------|----------------------|
| Café Frío                      | 28%      | 2817                 |
| Café Caliente                  | 72%      | 7243                 |
| <b>Total</b>                   |          | <b>10060</b>         |

| <b>Consumo de Acompañantes</b> | <b>%</b> | <b>Demanda Anual</b> |
|--------------------------------|----------|----------------------|
| Sándwiches                     | 30%      | 3058                 |
| Postres                        | 22%      | 2254                 |
| Las dos cosas                  | 44%      | 4447                 |
| Otros                          | 3%       | 302                  |
| <b>Total</b>                   |          | <b>10060</b>         |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

## 2.5 Estrategia comercial

### Producto

Inicialmente se pretende comercializar los productos más demandados en base a la encuesta realizada como la variedad de cafés fríos y calientes, sándwiches (sal), postres (dulces), jugos naturales y helados, posteriormente se adicionará frutas, cócteles y picaditas, productos con minoría en la encuesta pero que no se pueden descartar. Como servicio se ofrece un ambiente moderno que cuente con música, juegos de mesa, libros, área de fotos y una área para reuniones ofreciendo a nuestros clientes un ambiente diferente en el cantón Paute donde se pueda visitar tanto con amigos o con familia.

A continuación se presenta un menú para la cafetería Eva's Coffee

Tabla 8 Menú Eva's Coffee

| Menú Eva's Coffee        |        |                             |        |
|--------------------------|--------|-----------------------------|--------|
| <i>Bebidas Calientes</i> |        | <i>Bebidas Frías</i>        |        |
| Expreso                  | \$1,40 | Capuccino Frozen            | \$2,80 |
| Café en leche            | \$2,00 | Mocaccino Frozen            | \$2,85 |
| Chocolate                | \$2,40 | Chocolate                   | \$2,40 |
| Capuccino                | \$2,20 | Macchiato de Caramelo       | \$3,00 |
| Capuccino marshmor       | \$2,50 | Jugos Naturales             | \$1,50 |
| Capuccino con crema      | \$2,50 | Batidos de fruta            | \$1,50 |
| Capuccino con amaretto   | \$3,00 |                             |        |
| Macchiato con crema      | \$3,00 |                             |        |
| Mocaccino                | \$2,35 |                             |        |
| Mocaccino con crema      | \$2,65 | Helados                     | \$1,50 |
| Aguas aromáticas         | \$1,40 |                             |        |
| <i>Sándwiches</i>        |        | <i>Postres</i>              |        |
| Pollo                    | \$3,00 | Tres Leches                 | \$2,50 |
| Club                     | \$2,50 | Tiramisú                    | \$2,50 |
| Tostadas                 | \$2,50 | Pie de manzana              | \$2,00 |
|                          |        | Pie de Limón                | \$2,00 |
|                          |        | Torta de chocolate          | \$2,50 |
|                          |        | Cheesecakes de frutos rojos | \$2,50 |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Una cafetería brinda productos y servicios por lo que para posicionarse e identificarse en el mercado se procede a colocar el nombre y el logotipo de la misma.

Nombre de la cafetería

EVA'S COFFEE BY ARZUBA HOTEL

La elección del nombre de la cafetería nace de un nombre propio a manera de un reconocimiento para un ser especial de la familia de los dueños, el mismo que analizando como estrategia de construcción de elementos de marca genera beneficios como exclusividad e identificación. Al incluir en su nombre la palabra “coffee” se determina la categoría a la que pertenece la marca y “by Arzuba Hotel” es una estrategia de arquitectura de marca donde aprovecha el posicionamiento de Arzuba

Hotel convirtiéndose esta en una marca corporativa otorgando a la cafetería un respaldo fuerte gracias a los años de trayectoria y buena reputación en el mercado al cual se dirige.

### Logotipo

El logotipo es una muestra de alegría y aroma que nos brinda una taza de café con sus tonalidades marrones y beige que son los colores representativos del principal producto.

*Ilustración 14 Logotipo de la Cafetería*



Elaborado por: Aracely Zuñiga

### Plaza

La cafetería está enfocada principalmente a los huéspedes del hotel, profesionales, estudiantes, amas de casa y jubilados, además personas que laboran en el Municipio de Paute, Registraduría de la Propiedad, edificio de la Judicatura, grupos neocatecumenales, turistas y población local.

La atención que se brindará será personalizada para poder ofrecer al cliente un producto y servicio adecuado directamente en el local mismo que cuenta con parqueadero para facilitar el acceso al cliente, contará con una zona al aire libre para personas que gusten fumar o a su vez disfrutar de la vegetación. Mediante frigoríficos se darán a conocer los productos como postres o sándwiches para que el cliente pueda visualizar lo que va a degustar.

### **Precio**

Al tener solamente una cafetería formal en el cantón se ve la necesidad de analizar los precios con cafeterías de Cuenca y promediar los precios para que de esta manera nuestros clientes se sientan satisfechos de pagar por un servicio y unos productos de calidad.

*Tabla 9 Análisis de precios del Café*

| <b>Análisis de Precios</b>      |                |                     |                       |                        |                 |
|---------------------------------|----------------|---------------------|-----------------------|------------------------|-----------------|
| <b>Cafeterías Referenciales</b> | <b>Malatte</b> | <b>Café Austria</b> | <b>Cafetería Goza</b> | <b>Cafetería Paute</b> | <b>Promedio</b> |
| <b>Chocolate</b>                | \$1,90         | \$2,50              | \$2,90                |                        | \$2,43          |
| <b>Capuccino</b>                | \$1,99         | \$2,50              | \$1,95                | \$2,50                 | \$2,24          |
| <b>Mocaccino</b>                | \$1,90         | \$2,75              | \$2,40                |                        | \$2,35          |
| <b>Expreso</b>                  | \$1,10         | \$1,50              | \$1,50                | \$1,50                 | \$1,40          |
| <b>Americano</b>                | \$1,60         | \$1,50              | \$1,50                |                        | \$1,53          |
| <b>Té</b>                       | \$1,10         | \$1,50              | \$1,50                | \$1,50                 | \$1,40          |
| <b>Capuccino Frozen</b>         | \$1,90         | \$2,75              | \$3,80                |                        | \$2,82          |
| <b>Mocaccino Frozen</b>         | \$1,90         |                     | \$3,80                |                        | \$2,85          |
| <b>Batidos de Frutas</b>        |                |                     | \$2,70                | \$2,00                 | \$2,70          |
| <b>Jugos Naturales</b>          |                | \$2,00              | \$2,30                | \$2,00                 | \$2,15          |
| <b>Cóctel Mojito</b>            |                |                     | \$2,87                |                        | \$2,87          |
| <b>Piña Colada</b>              |                |                     | \$3,20                |                        | \$3,20          |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

*Tabla 10 Análisis de precios de los complementos*

| <b>Análisis de Precios de los productos complementarios</b> |                    |                |                     |                       |                        |                 |
|-------------------------------------------------------------|--------------------|----------------|---------------------|-----------------------|------------------------|-----------------|
| <b>Cafeterías Referenciales</b>                             |                    | <b>Malatte</b> | <b>Café Austria</b> | <b>Cafetería Goza</b> | <b>Cafetería Paute</b> | <b>Promedio</b> |
| <b>Postres</b>                                              | <b>Tortas</b>      | \$2,50         | \$3,00              | \$4,00                |                        | \$3,17          |
|                                                             | <b>Cheescakes</b>  | \$2,50         | \$3,00              | \$4,90                |                        | \$3,47          |
|                                                             | <b>Pies</b>        | \$2,00         |                     |                       |                        | \$2,00          |
| <b>Sándwiches</b>                                           | <b>Lomo Fino</b>   |                |                     | \$8,50                |                        | \$8,50          |
|                                                             | <b>Pollo</b>       | \$3,00         | \$6,50              | \$7,90                |                        | \$5,80          |
|                                                             | <b>Club</b>        | \$2,50         | \$3,75              | \$9,80                |                        | \$5,35          |
|                                                             | <b>Vegetariano</b> | \$2,50         | \$3,75              | \$5,80                |                        | \$4,02          |
|                                                             | <b>Tostadas</b>    | \$2,50         | \$2,75              | \$5,50                | \$2,50                 | \$3,58          |

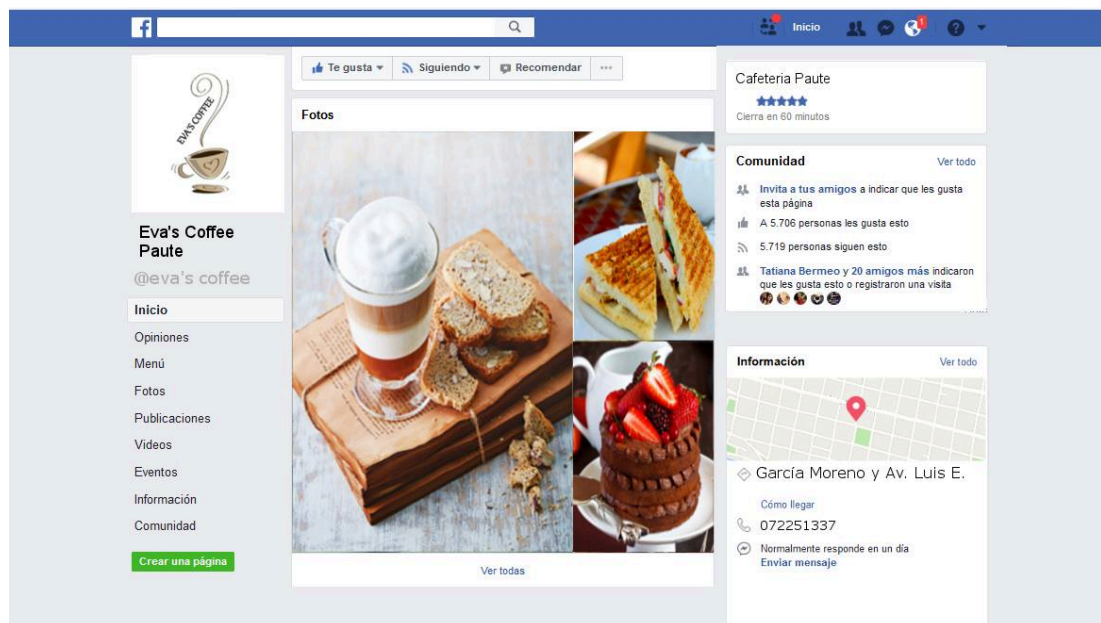
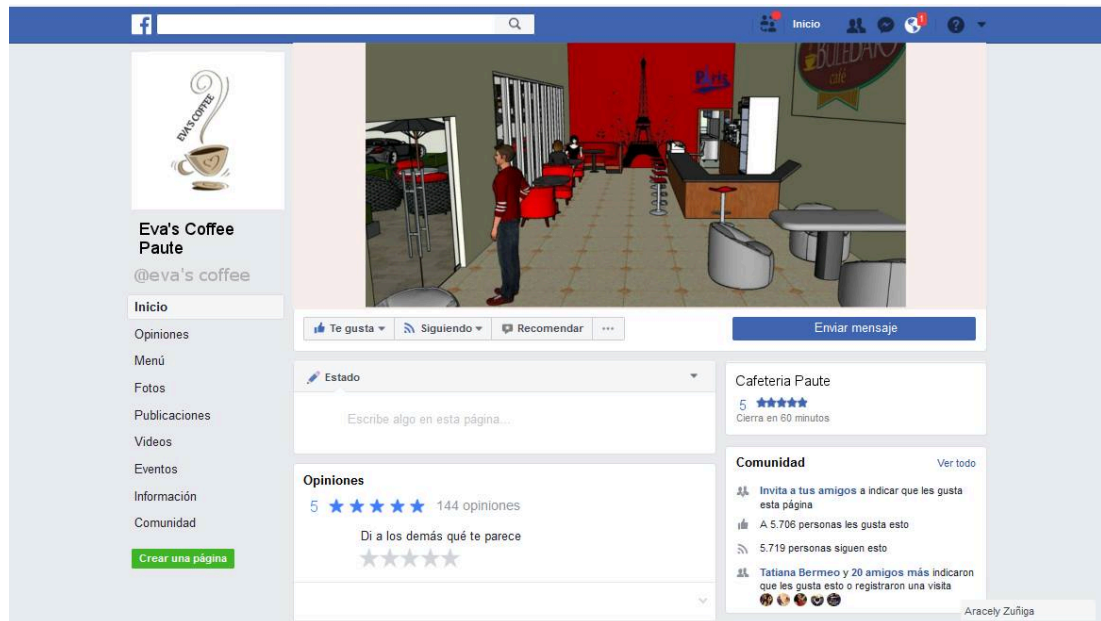
Elaborado por: Aracely Zuñiga

Como estrategia se utilizará los precios promedio de los cafés de las diferentes cafeterías tomadas para el análisis ya que están acorde a la economía que se manejan en el cantón Paute, en cuanto a los productos complementarios que son los postres, los sándwiches y tostadas, se utilizará el precio de Melatte, debido a que en otras cafeterías estos son muy elevados y se prescindirá del sándwich de lomo fino por el costo alto que este genera.

### **Promoción**

Luego de haber analizado los resultados de la encuesta se pudo determinar que el medio de comunicación más atractivo para el segmento definido son las redes sociales con el 87%, lo que nos indica que se debe usar estos medios siendo una ventaja para la cafetería, ya que los costos son bajos y tienen una captación mayor de personas por lo que se utilizará principalmente Facebook, Instagram y en un futuro un portal Web, a través de estos medios se informará sobre promociones y productos disponibles.

## Ilustración 15 Promoción Facebook



Elaborado por: Aracely Zuñiga

Ilustración 16 Promoción Instagram



Elaborado por: Aracely Zuñiga



*Ilustración 17 Promoción flayers*



Elaborado por: Aracely Zuñiga

Otro medio a utilizar será la televisión por cable mediante el canal de Paute llamado MULTICANAL. Las publicaciones por medio de televisión se realizará con el horario del noticiero de las 7pm a 8pm, lo cual será fuerte durante su introducción con promociones y descuentos para atraer clientes, tomando como ventaja que el cantón Paute cuenta con un canal local el mismo que tiene gran acogida de televidentes por parte del sector.



## **2.6 Conclusión**

Este capítulo ha brindado un amplio marco de todos los aspectos que se deben tomar en cuenta al momento de implementar un proyecto, las ventajas, desventajas, factores políticos económicos, gustos preferencias de nuestros futuros clientes a través del estudio de mercado y se analiza la competencia que se tiene en el sector. Esto hace que el proyecto vaya tomando las directrices suficientes para que sea la cafetería una muy buena elección de inversión por lo que se determina la demanda y una proyección a 5 años y se establece la estrategia comercial con los productos que se van a ofertar, la plaza a la que se enfoca la empresa, los precios propuestos para los productos y a través de que medio se promocionará la cafetería.

## **CAPÍTULO III**

### **Estudio técnico y legal del proyecto**

## **Introducción**

En este capítulo se definirá cual será la mejor localización para la cafetería, el diseño que tendrá de acuerdo con lo que nos reveló la encuesta realizada y el tamaño de la cafetería para su posterior funcionamiento con los gustos y preferencias de los clientes.

Se investigará los permisos que se requieren para trabajar con todo lo que establece la ley.

Posteriormente se analizará si la implementación de la cafetería es técnicamente factible.

### **3.1 Localización de la cafetería en Arzuba Hotel**

Mediante el estudio de mercado realizado se determina que la ubicación es bastante aceptable para el mercado objetivo, definiendo la localización de la cafetería con dos opciones dentro de la infraestructura del hotel situadas de la siguiente manera:

- Local frontal (1 en la fotografía): este local es una antigua área de cocina que se encuentra en el primer piso del hotel, junto a la escalera de la entrada a recepción, cuenta con conexiones de agua, luz y esta disponible para adecuaciones y remodelaciones, su tamaño de construcción es de 11,5 metros por 6 metros.
- Local Posterior (2 en la fotografía): actualmente es un mini departamento para vivienda cuenta con todas las instalaciones y con una amplia área verde y esta disponible para adecuaciones y remodelaciones, su tamaño de construcción es de 25,5 metros por 6,70 metros.

### Ilustración 18 Localización



Fuente: Google Maps

Para obtener la mejor localización se procede con el método cualitativo por ponderación de puntos, siendo los factores más importantes los que sobresalgan y a su vez ponerles el peso correspondiente para ser calificados.

Tabla 11 Ponderación por puntos

| Factor                                | Peso     | Local Frontal 1 |                        | Local Posterior 2 |                        |
|---------------------------------------|----------|-----------------|------------------------|-------------------|------------------------|
|                                       |          | Calificación    | Calificación Ponderada | Calificación      | Calificación Ponderada |
| 1. Afluencia de gente                 | 0,3      | 9               | 2,7                    | 8                 | 2,4                    |
| 2. Parqueadero                        | 0,3      | 7               | 2,1                    | 8                 | 2,4                    |
| 3. Capacidad del local                | 0,2      | 6               | 1,2                    | 9                 | 1,8                    |
| 4. Posibilidad de adecuar el ambiente | 0,2      | 7               | 1,4                    | 8                 | 1,6                    |
| <b>Total</b>                          | <b>1</b> |                 | <b>7,4</b>             |                   | <b>8,2</b>             |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Los resultados de la ponderación por puntos son evidentes con una calificación mayor el local posterior con 8,2 y el local frontal con una minoría de 7,4.

### **3.2 Diseño y tamaño de la infraestructura y maquinaria**

#### **Diseño y tamaño de la infraestructura**

El diseño se realiza a partir de la construcción existente, por lo que se procedió con implementar las diferentes adecuaciones para que el funcionamiento de la cafetería sea el correcto, ofreciendo a sus clientes diferentes ambientes con los cuales se identifiquen.

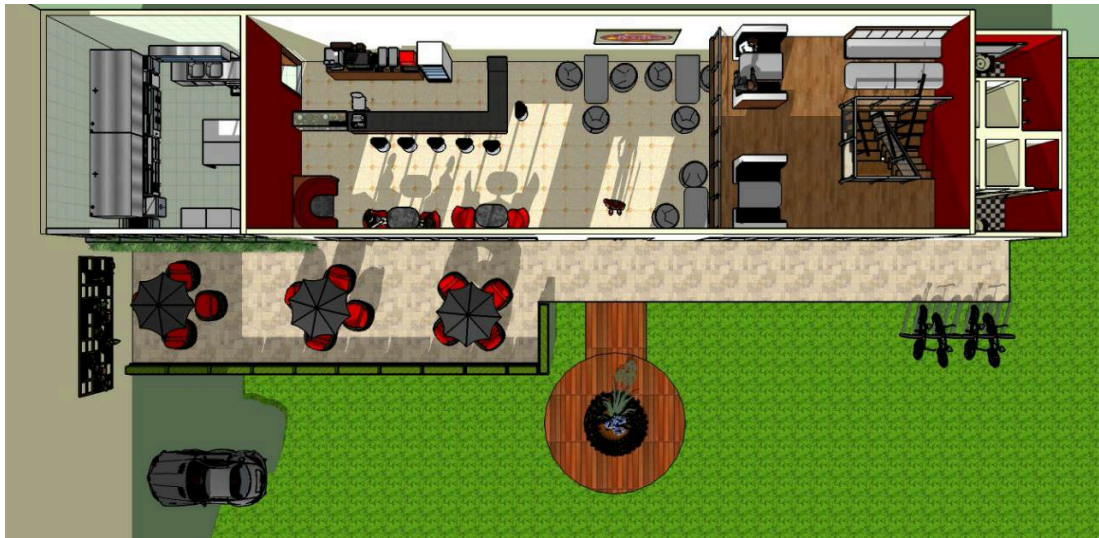
El tamaño será de 25,5 metros de ancho por 6,70 metros de largo con un área total de 170,85 metros.

*Ilustración 19 Vista Frontal*



Elaborado por: Aracely Zuñiga

*Ilustración 20 Distribución del local*



Elaborado por: Aracely Zuñiga

*Ilustración 21 Vista Lateral*

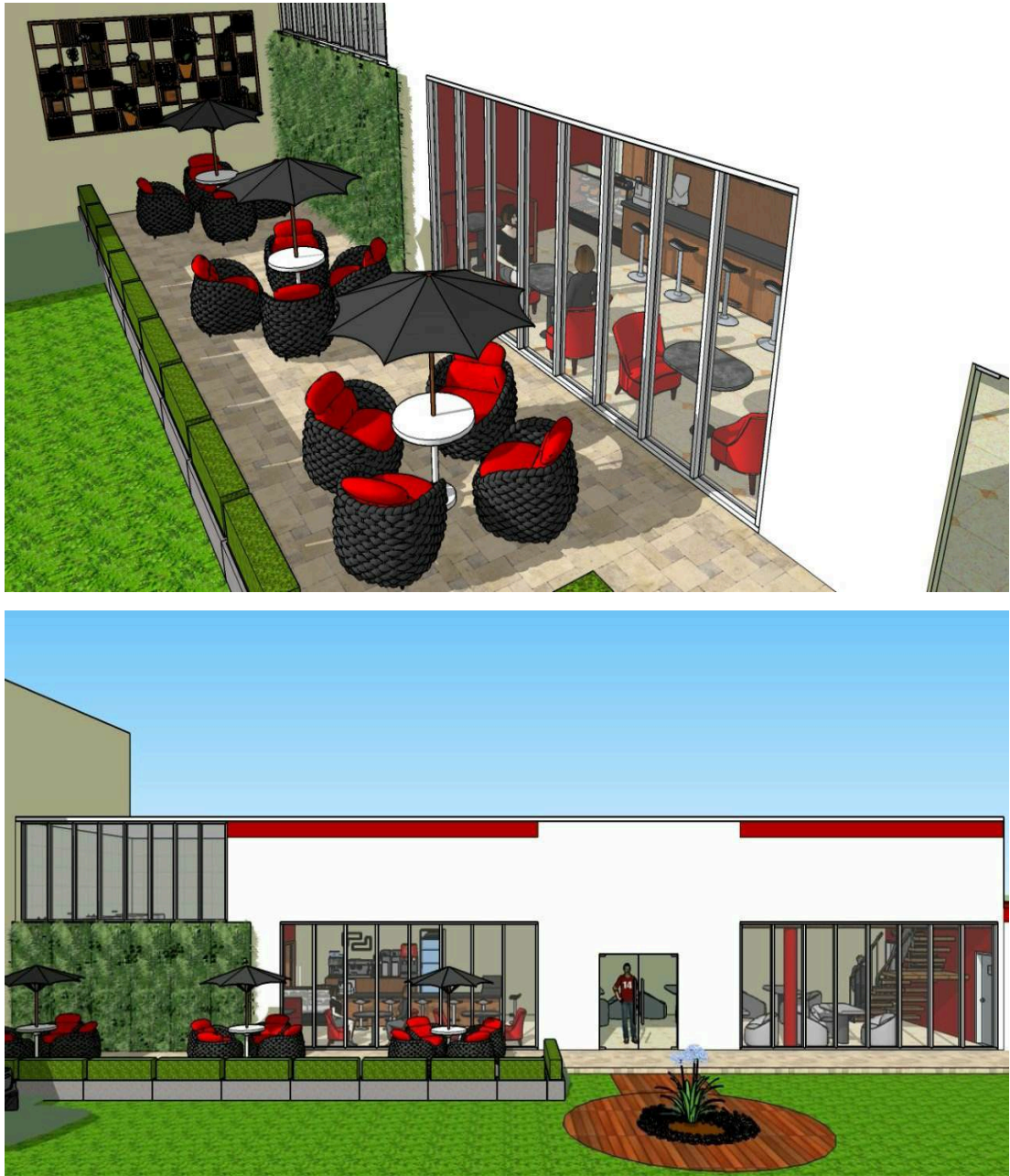


Elaborado por: Aracely Zuñiga



**Ambiente Natural:** este ambiente ofrece al cliente la relajación y contacto con la naturaleza cuenta con parasoles, mesas y sillas confortables.

*Ilustración 22 Ambiente Natural*



Elaborado por: Aracely Zuñiga

**Ambiente Paris:** cuenta con una imagen de la torre Eiffel, ideal para enamorados y toma de fotografías.

*Ilustración 23 Ambiente Paris*



Elaborado por: Aracely Zuñiga



**Ambiente Las Vegas:** un ambiente ideal para los amantes de los juegos de mesa y fotografías.

*Ilustración 24 Ambiente Las Vegas*



Elaborado por: Aracely Zuñiga

**Ambiente Negocios:** un lugar discreto para realizar reuniones en la planta alta del local.

*Ilustración 25 Ambiente Negocios*



Elaborado por: Aracely Zuñiga

## Maquinaria

Para implementar el negocio se ve la necesidad de adquirir los diferentes equipos para realizar los productos que se ofrecerán en el local, por lo que se cotiza en diferentes comercializadoras de equipos de cafetería.

*Tabla 12 Cotizaciones*

| Cotizaciones                 |            |                      |            |
|------------------------------|------------|----------------------|------------|
| Descripción                  | Imp. Ochoa | Supernordicos Corona | Equindeca  |
| <i>Heladera</i>              |            | \$4.700,00           | \$7.127,00 |
| <i>Pastelera</i>             |            | \$2.980,00           | \$5.817,00 |
| <i>Juguera</i>               |            | \$1.050,00           | \$1.035,00 |
| <i>Horno</i>                 | \$1.368,00 | \$260,00             | \$5.998,00 |
| <i>Sanduchera</i>            | \$825,00   | \$320,00             | \$905,00   |
| <i>Freidora y plancha</i>    |            | \$440,00             |            |
| <i>Máquina para Helados</i>  | \$2.895,00 |                      |            |
| <i>Licuadaora</i>            | \$412,00   |                      |            |
| <i>Cucharas</i>              | \$15,00    |                      |            |
| <i>Vajilla</i>               | \$64,44    |                      |            |
| <i>Conjunto de cuchillos</i> | \$57,90    |                      |            |
| <i>Moldes</i>                | \$25,32    |                      |            |
| <i>Mezclador de Bebidas</i>  |            |                      | \$463,00   |
| <i>Máquina de café</i>       |            |                      | \$2.907,00 |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

### 3.3 Permisos de funcionamiento

Toda empresa para poder brindar sus servicios obligatoriamente necesita cumplir con permisos para funcionar correctamente y de acuerdo a ley.

La cafetería se desarrollará como persona natural basándose en normas que implican garantizar la calidad de los productos ofrecidos por lo que este caso implica cumplir con los tramites pertinentes.

✓ RUC:

El Registro Único de Contribuyentes sirve para realizar actividades económicas de forma permanente u ocasional en el Ecuador otorgándoles un número de identificación para personas naturales y/o sociedades que manifiesten ser titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos.

Requisitos para obtener el RUC:

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía o pasaporte.
- Original y copia del certificado de votación o certificado de presentación.

Para justificar el domicilio debe presentar uno de los siguientes documentos:

- Planilla original de servicios básicos.
- Copia de la factura telefónica.
- Copia del predio urbano.

✓ PERMISO DE USO DE SUELO:

Se debe realizar una solicitud a la alcaldía GAD Municipal del cantón Paute.

✓ PATENTE MUNICIPAL:

Es un impuesto municipal de declaración anual y es indispensable para poder emprender un actividad comercial.

Requisitos:

- Formulario de declaración de patente municipal.
- Copia y original de la cédula de identidad.
- Copia y original papeleta de Votación.
- Predio.

✓ PERMISO PARA LETREROS

Según la Ilustre Municipalidad de Paute los requisitos para este permiso son:

- Solicitud de tramite (adquirir en el departamento de recaudación).
- Copia de la cédula de identidad.
- Fotografía de la fachada del letrero.
- Características, ubicación y dimensiones del letrero.

- Permiso de Funcionamiento.
- Cancelación de la tasa administrativa por solicitud. \$10,00.

#### ✓ PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE SALUD

Se otorga este permiso a todos los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplan con los requerimientos establecidos en la normativa vigente.

Requisitos:

- Ingresar [arcsa.gob.ec](http://arcsa.gob.ec) con el usuario y contraseña que se registró.
- Llenar el formulario y adjuntar requisitos.
- Realizar el pago después de 24 hora de emisión.

#### ✓ PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Es un documento que avala la inspección por parte de los bomberos y asegura que la infraestructura cuenta con medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

Requisitos:

- Solicitud de Inspección.
- Copia del Uso de Suelo.
- Copia de las facturas de los extintores.
- Copia de la Patente Municipal.

#### ✓ PERMISO DE FUNCIONAMIENTO MINISTERIO DEL INTERIOR

Categoría: Locales de consumo de alimentos preparados para su consumo inmediato (cafetería)

Requisitos:

- Cédula de identidad.
- Patente municipal.
- Permisos de ARCSA.
- Permiso de Cuerpo de Bomberos.
- RUC.

### 3.4 Análisis administrativo

Para iniciar con el funcionamiento de la cafetería se ve la necesidad de contratar dos personas para atender la cafetería y por motivos de iniciar el negocio se tiene previsto que el trabajador número 1 labore a jornada completa cumpliendo las 40 horas semanales y el trabajador 2 labore a medio tiempo cumpliendo 20 horas semanales.

Sus actividades se conforman en limpiar el local, tomar el pedido, elaboración de los productos y despacho de los productos de tal manera que serán previamente capacitados para que realicen de la mejor manera su trabajo y poder brindar al cliente un producto de calidad que satisfaga su necesidad.

Debido a los resultados de la encuesta el horario de atención de la cafetería será:

*Tabla 13 Horarios Cafetería*

| Horarios Cafetería |             |               |        |         |        |         |
|--------------------|-------------|---------------|--------|---------|--------|---------|
| Lunes              | Martes      | Miércoles     | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
| cerrado            | 17:00-21:00 | 13:00 - 21:00 |        |         |        |         |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Por lo tanto con los empleados se trabajará con turnos rotativos siguiendo el esquema que se presenta a continuación:

*Tabla 14 Horarios trabajadores*

| <b>Horario Trabajador 1</b>              |              |               |                  |               |                |               |                |
|------------------------------------------|--------------|---------------|------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
|                                          | <b>Lunes</b> | <b>Martes</b> | <b>Miércoles</b> | <b>Jueves</b> | <b>Viernes</b> | <b>Sábado</b> | <b>Domingo</b> |
| 13:00 - 14:00                            |              |               |                  | 1             | 1              | 1             | 1              |
| 14:00 - 15:00                            |              |               |                  | 1             | 1              | 1             | 1              |
| 15:00 - 16:00                            |              |               |                  | 1             | 1              | 1             | 1              |
| 16:00 - 17:00                            |              |               |                  | 1             | 1              | 1             | 1              |
| 17:00 - 18:00                            |              | 1             | 1                | 1             | 1              | 1             | 1              |
| 18:00 - 19:00                            |              | 1             | 1                | 1             | 1              | 1             | 1              |
| 19:00 - 20:00                            |              | 1             | 1                | 1             | 1              | 1             | 1              |
| 20:00 - 21:00                            |              | 1             | 1                | 1             | 1              | 1             | 1              |
| <b>Total Horas</b>                       | 0            | 4             | 4                | 8             | 8              | 8             | 8              |
| <b>Total Horas Trabajadas por semana</b> |              |               | 40               |               |                |               |                |

| <b>Horario Trabajador 2</b>              |              |               |                  |               |                |               |                |
|------------------------------------------|--------------|---------------|------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
|                                          | <b>Lunes</b> | <b>Martes</b> | <b>Miércoles</b> | <b>Jueves</b> | <b>Viernes</b> | <b>Sábado</b> | <b>Domingo</b> |
| 13:00 - 14:00                            |              |               | 1                |               |                |               |                |
| 14:00 - 15:00                            |              |               | 1                |               |                |               |                |
| 15:00 - 16:00                            |              |               | 1                |               |                |               |                |
| 16:00 - 17:00                            |              |               | 1                |               |                |               |                |
| 17:00 - 18:00                            |              |               | 1                |               | 1              | 1             | 1              |
| 18:00 - 19:00                            |              |               | 1                |               | 1              | 1             | 1              |
| 19:00 - 20:00                            |              |               | 1                |               | 1              | 1             | 1              |
| 20:00 - 21:00                            |              |               | 1                |               | 1              | 1             | 1              |
| <b>Total Horas</b>                       | 0            | 0             | 8                | 0             | 4              | 4             | 4              |
| <b>Total Horas Trabajadas por semana</b> |              |               | 20               |               |                |               |                |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Las personas que laboren en la cafetería recibirán por parte de pago un sueldo básico de 386,00 dólares más los beneficios de ley con contratación fija una vez aprobado el periodo de prueba.

*Tabla 15 Roles de Sueldos y Beneficios*

| <b>Rol de Sueldos</b>     |                  |                     |                  |               |                |                   |                          |                         |
|---------------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------|----------------|-------------------|--------------------------|-------------------------|
| Cargo                     | Sueldo Unificado | # días labor.       | Sueldo Devengado | REMUNERACIÓN  | TOTAL INGRESOS | Aporte Personal   | TOTAL DSC.TOS.           | LÍQUIDO A PAGAR MENSUAL |
| Empleado 1                | 386,00           | 30                  | 386,00           | 386,00        | 386,00         | 36,48             | 36,48                    | 349,52                  |
| Empleado 2                | 386,00           | 30                  | 193,00           | 193,00        | 193,00         | 18,24             | 18,24                    | 174,76                  |
| <b>TOTAL</b>              |                  |                     | <b>579,00</b>    | <b>579,00</b> | <b>579,00</b>  | <b>54,72</b>      |                          | <b>524,28</b>           |
| <b>Rol de Provisiones</b> |                  |                     |                  |               |                |                   |                          |                         |
| Cargo                     | Remuneración     | Ap. Patronal 11.15% | XIII Sueldo      | XIV Sueldo    | Vacaciones     | Fondos de Reserva | TOTAL BENEFICIOS MENSUAL | TOTAL BENEFICIOS AÑO 1  |
| Empleado 1                | 386,00           | 43,04               | 32,17            | 32,17         | 16,08          | -                 | 123,46                   | 1.481,47                |
| Empleado 2                | 193,00           | 21,52               | 16,08            | 16,08         | 8,04           | -                 | 61,73                    | 740,73                  |
| <b>TOTAL</b>              | <b>579,00</b>    | <b>64,56</b>        | <b>48,25</b>     | <b>48,25</b>  | <b>24,13</b>   | <b>-</b>          | <b>185,18</b>            | <b>2.222,20</b>         |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

*Tabla 16 Costo mano de obra directa*

| <b>Costo Mano de Obra Directa</b> |               |                          |                    |
|-----------------------------------|---------------|--------------------------|--------------------|
|                                   | <b>Sueldo</b> | <b>Beneficios de Ley</b> | <b>Valor Anual</b> |
| Empleado 1                        | 386,00        | 1.481,47                 | 6.113,47           |
| Empleado 2                        | 193,00        | 740,73                   | 3.056,73           |
| <b>Total</b>                      |               |                          | <b>9.170,20</b>    |
| <b>Demanda</b>                    |               |                          | <b>10060</b>       |
| MOD Por Unidad                    |               |                          | 0,23               |

Elaborado por: Aracely Zuñiga



### **3.5 Conclusión**

Este capítulo ha definido el lugar óptimo para adecuar la cafetería, su diseño, tamaño y maquinaria que se utilizará para iniciar, los permisos que se deben obtener para funcionar de acuerdo a la ley con sus respectivos requisitos y el análisis administrativo en donde se establece las funciones de los empleados, los horarios de funcionamiento de la cafetería, los horarios laborables de los trabajadores y los respectivos sueldos con los beneficios de ley.

## **CAPÍTULO IV**

### **Estudio Financiero**

## **Introducción**

En este capítulo se va a establecer cual es el valor que se necesita para realizar la implementación de la cafetería y a su vez conocer si es factible económicamente el proyecto por lo que se indicarán los recursos necesarios con sus debidos valores cotizados.

### **4.1 Inversión Inicial**

Se determina lo activos fijos o intangibles que se necesita para la implementación de la cafetería con su debido valor exceptuando el capital de trabajo.

Tabla 17 Inversión Inicial

| Inversión Inicial          |                            |          |             |              |
|----------------------------|----------------------------|----------|-------------|--------------|
| Activos Fijos              |                            |          |             |              |
|                            |                            | Cantidad | P. Unitario | P. Total     |
| Equipo para la cafetería   | Pastelero                  | 1        | \$ 2.980,00 | \$ 2.980,00  |
|                            | Heladera                   | 1        | \$ 4.700,00 | \$ 4.700,00  |
|                            | Horno                      | 1        | \$ 260,00   | \$ 260,00    |
|                            | Sanduchera                 | 1        | \$ 320,00   | \$ 320,00    |
|                            | Licuadaora                 | 1        | \$ 412,00   | \$ 412,00    |
|                            | Juguera                    | 1        | \$ 1.035,00 | \$ 1.035,00  |
|                            | Maquina para Helados       | 1        | \$ 2.895,00 | \$ 2.895,00  |
|                            | Mezclador de Bebidas       | 1        | \$ 463,00   | \$ 463,00    |
|                            | Maquina de café            | 1        | \$ 2.907,00 | \$ 2.907,00  |
|                            | Refrigeradora              | 1        | \$ 500      | \$ 500,00    |
|                            | Microondas                 | 1        | \$ 110      | \$ 110,00    |
|                            | Cocina                     | 1        | \$ 150      | \$ 150,00    |
| Total                      |                            |          |             | \$ 16.732,00 |
| Equipo de Computo          | Computadora                | 1        | \$ 600,00   | \$ 600,00    |
|                            | Impresora                  | 1        | \$ 200,00   | \$ 200,00    |
|                            |                            |          |             | \$ 800,00    |
| Otros Equipos              | Equipo de sonido           | 1        | \$ 200,00   | \$ 200,00    |
|                            | Teléfono                   | 1        | \$ 100,00   | \$ 100,00    |
| Total                      |                            |          |             | \$ 300,00    |
| Mobiliario                 | Mesas redondas con sillas  | 8        | \$ 150,00   | \$ 1.200,00  |
|                            | Escritorio                 | 1        | \$ 300,00   | \$ 300,00    |
| Total                      |                            |          |             | \$ 1.500,00  |
| Utensilios                 | Juego de cuchillos         | 1        | \$ 57,90    | \$ 57,90     |
|                            | Moldes                     | 4        | \$ 25,32    | \$ 101,28    |
|                            | Tablas de picar            | 2        | \$ 3,00     | \$ 6,00      |
|                            | Basureros                  | 2        | \$ 4,50     | \$ 9,00      |
|                            | Cucharas                   | 50       | \$ 0,30     | \$ 15,00     |
|                            | Tenedores                  | 50       | \$ 0,67     | \$ 33,50     |
|                            | Cuchillos                  | 50       | \$ 0,67     | \$ 33,50     |
|                            | Platos y tazas             | 8        | \$ 7,16     | \$ 57,28     |
|                            | Cristalería                | 50       | \$ 2,50     | \$ 125,00    |
| Total                      |                            |          |             | \$ 438,46    |
| Activos Diferido           |                            |          |             |              |
| Gastos                     | Permisos de funcionamiento | 1        | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00  |
| Total                      |                            |          |             | \$ 1.000,00  |
| Gastos pre operativos      | Marketing y publicidad     | 1        | \$ 500,00   | \$ 500,00    |
|                            | Total                      |          |             | \$ 500,00    |
| Gastos de adecuación       | Diseño y adecuación        | 1        | \$ 5.000,00 | \$ 5.000,00  |
|                            | Total                      |          |             | \$ 5.000,00  |
| Total de Inversión Inicial |                            |          |             | \$ 25.470,46 |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

## Depreciaciones

Con el transcurso de los años y el uso que se da a los activos fijos pierden valor, es decir se deprecian.

*Tabla 18 Depreciación*

| Tabla de Depreciación    |                    |        |             |             |             |             |
|--------------------------|--------------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Descripción              | Valor Depreciación | %      | Año 1       | Año 2       | Año 3       | Año 4       |
| Equipo para la cafetería | \$ 16.732,00       | 10%    | \$ 1.673,20 | \$ 1.673,20 | \$ 1.673,20 | \$ 1.673,20 |
| Equipo de Computo        | \$ 800,00          | 33,33% | \$ 266,66   | \$ 266,66   | \$ 266,66   | -           |
| Otros Equipos            | \$ 300,00          | 10%    | \$ 30,00    | \$ 30,00    | \$ 30,00    | \$ 30,00    |
| Mobiliario               | \$ 1.500,00        | 20%    | \$ 300,00   | \$ 300,00   | \$ 300,00   | \$ 300,00   |
| Utensilios               | \$ 438,46          | 20%    | \$ 87,69    | \$ 87,69    | \$ 87,69    | \$ 87,69    |
| Gastos de adecuación     | \$ 5.000,00        | 20%    | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| <b>Total</b>             |                    |        | \$ 3.357,56 | \$ 3.357,56 | \$ 3.357,56 | \$ 3.090,89 |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

*Tabla 19 Inversión Total*

| Inversión Total            |                     |
|----------------------------|---------------------|
| <b>Activo fijo</b>         | <b>\$ 19.770,46</b> |
| Equipo para la cafetería   | \$ 16.732,00        |
| Equipo de Computo          | \$ 800,00           |
| Otros Equipos              | \$ 300,00           |
| Mobiliario                 | \$ 1.500,00         |
| Utensilios                 | \$ 438,46           |
| <b>Activo Diferido</b>     | <b>6500,00</b>      |
| Permisos de funcionamiento | \$ 1.000,00         |
| Marketing y publicidad     | \$ 500,00           |
| Diseño y adecuación        | \$ 5.000,00         |
| <b>Capital de trabajo</b>  | <b>29324,29</b>     |
| Costo de Ventas            | 24276,73            |
| Gastos Administrativos     | 1260,00             |
| Gastos de Ventas           | 80,00               |
| Gastos Operacionales       | 3707,56             |
| <b>Inversión Total</b>     | <b>\$ 55.594,75</b> |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

## 4.2 Determinación de costos y gastos

### Costos de materia prima

Se muestra a continuación un cuadro que detalla los costos de materia prima de los productos estrella de Eva's Coffee.

### Costos de complementos

*Tabla 20 Costos Complementos*

| Envases                |              |                         |       |                   |
|------------------------|--------------|-------------------------|-------|-------------------|
| <i>Demanda mensual</i> | 838          | <i>Cantidad mensual</i> | 1000  |                   |
| Tamaño                 | Costo envase | Impresión               | Total | Precio Por unidad |
| 6 oz                   | 80,64        | 0,50                    | 81,14 | 0,08              |

| Complementos para una bebida |          |        |                 |
|------------------------------|----------|--------|-----------------|
| Articulo                     | Cantidad | Precio | Precio Unitario |
| Sorbete                      | 150      | 0,75   | 0,005           |
| Servilleta                   | 350      | 2,6    | 0,007           |
| Sachet azúcar                | 120      | 1,95   | 0,016           |
| <b>Total</b>                 |          |        | <b>0,03</b>     |

| Complementos para un Sándwiches |          |        |                 |
|---------------------------------|----------|--------|-----------------|
| Articulo                        | Cantidad | Precio | Precio Unitario |
| Servilleta                      | 350      | 2,6    | 0,007           |
| Plato                           | 100      | 2,9    | 0,029           |
| Cubiertos                       | 100      | 1,35   | 0,014           |
| Sachet de salsa                 | 120      | 3,05   | 0,025           |
| Sachet de Mayonesa              | 120      | 3,05   | 0,025           |
| <b>Total</b>                    |          |        | <b>0,10</b>     |

| Complementos para un Postre |          |        |                 |
|-----------------------------|----------|--------|-----------------|
| Articulo                    | Cantidad | Precio | Precio Unitario |
| Servilleta                  | 350      | 2,6    | 0,007           |
| Plato                       | 100      | 2,9    | 0,029           |
| Cubiertos                   | 100      | 1,35   | 0,014           |
| <b>Total</b>                |          |        | <b>0,05</b>     |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

## Costo de mano de obra

*Tabla 21 Costos Mano de Obra Directa*

| Costo Mano de Obra Directa |        |                   |             |
|----------------------------|--------|-------------------|-------------|
|                            | Sueldo | Beneficios de Ley | Valor Anual |
| Empleado 1                 | 386,00 | 1.481,47          | 6.113,47    |
| Empleado 2                 | 193,00 | 740,73            | 3.056,73    |
| <b>Total</b>               |        |                   | 9.170,20    |
| <b>Demanda</b>             |        |                   | 10060       |
| MOD Por Unidad             |        |                   | 0,23        |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

## Costos indirectos de fabricación

*Tabla 22 Costos Indirectos de Fabricación*

| PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN PARA 5 AÑOS |         |         |          |          |          |
|------------------------------------------------------------|---------|---------|----------|----------|----------|
|                                                            | Año 1   | Año 2   | Año 3    | Año 4    | Año 5    |
| Luz Eléctrica                                              | 600,00  | 600,00  | 600,00   | 600,00   | 600,00   |
| Agua                                                       | 300,00  | 300,00  | 300,00   | 300,00   | 300,00   |
| Teléfono e internet                                        | 360,00  | 360,00  | 360,00   | 360,00   | 360,00   |
| Depreciación acum                                          | 3357,56 | 6715,11 | 10072,67 | 13430,22 | 16787,78 |
| Uniformes                                                  | 80,00   | 80,00   | 80,00    | 80,00    | 80,00    |
| Insumos de oficina                                         | 100,00  | 102,00  | 104,04   | 106,12   | 108,24   |
| Insumos de Limpieza                                        | 250,00  | 255,00  | 260,10   | 265,30   | 270,61   |
| <b>Total</b>                                               | 5047,56 |         |          |          |          |
| <b>Demanda anual</b>                                       | 10060   |         |          |          |          |
| <b>CIF por unidad</b>                                      | 0,13    |         |          |          |          |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

## Costos de productos

Tabla 23 Costos de Productos

| Bebidas Calientes  |               |        |             |
|--------------------|---------------|--------|-------------|
| Nombre             | Café en leche |        |             |
| Ingredientes       | Cantidad      | Unidad | P. Unitario |
| Café               | 5             | gr     | 0,19        |
| Leche              | 175           | ml     | 0,16        |
| Envase             |               |        | 0,08        |
| Complementos       |               |        | 0,03        |
| CIF                |               |        | 0,13        |
| MOD                |               |        | 0,23        |
| <b>Total</b>       |               |        | <b>0,81</b> |
|                    |               |        |             |
| Bebidas Calientes  |               |        |             |
| Nombre             | Chocolate     |        |             |
| Ingredientes       | Cantidad      | Unidad | P. Unitario |
| Chocolate          | 8             | gr     | 0,10        |
| Leche              | 175           | ml     | 0,16        |
| Envase             |               |        | 0,08        |
| Complementos       |               |        | 0,03        |
| CIF                |               |        | 0,13        |
| MOD                |               |        | 0,23        |
| <b>Total</b>       |               |        | <b>0,72</b> |
| Bebidas Calientes  |               |        |             |
| Nombre             | Capuccino     |        |             |
| Ingredientes       | Cantidad      | Unidad | P. Unitario |
| Café               | 7             | gr     | 0,27        |
| Leche              | 175           | ml     | 0,16        |
| Espuma             | 2             | oz     | 0,06        |
| Chocolate en polvo | 5             | gr     | 0,02        |
| Canela             | 1             | gr     | 0,01        |
| Envase             |               |        | 0,08        |
| Complementos       |               |        | 0,03        |
| CIF                |               |        | 0,13        |
| MOD                |               |        | 0,23        |
| <b>Total</b>       |               |        | <b>0,98</b> |
| Bebidas Calientes  |               |        |             |
| Nombre             | Mocaccino     |        |             |
| Ingredientes       | Cantidad      | Unidad | P. Unitario |
| Chocolate          | 15            | gr     | 0,18        |
| Leche              | 175           | ml     | 0,16        |
| Espuma             | 2             | oz     | 0,06        |
| Chocolate en polvo | 10            | gr     | 0,05        |
| Envase             |               |        | 0,08        |
| Complementos       |               |        | 0,03        |
| CIF                |               |        | 0,13        |
| MOD                |               |        | 0,23        |
| <b>Total</b>       |               |        | <b>0,91</b> |



| Bebidas Frías       |                  |               |                    |
|---------------------|------------------|---------------|--------------------|
| <i>Nombre</i>       | Capuccino Frozen |               |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i>  | <i>Unidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Café                | 12               | gr            | 0,46               |
| Leche               | 175              | ml            | 0,16               |
| Espuma              | 4                | oz            | 0,06               |
| Chocolate en polvo  | 15               | gr            | 0,07               |
| Canela              | 2                | gr            | 0,02               |
| Crema Batida        | 100              | ml            | 0,14               |
| Crema Chantilly     | 5                | gr            | 0,04               |
| Hielo               | 8                | pedazos       | 0,13               |
| Envase              |                  |               | 0,1                |
| Complementos        |                  |               | 0,03               |
| CIF                 |                  |               | 0,13               |
| MOD                 |                  |               | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                  |               | <b>1,54</b>        |
| Bebidas Frías       |                  |               |                    |
| <i>Nombre</i>       | Mocaccino Frozen |               |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i>  | <i>Unidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Chocolate           | 30               | gr            | 0,37               |
| Leche               | 175              | ml            | 0,16               |
| Espuma              | 4                | oz            | 0,06               |
| Chocolate en polvo  | 15               | gr            | 0,07               |
| Cirope de Chocolate | 6                | ml            | 0,192              |
| Crema Chantilly     | 5                | gr            | 0,04               |
| Hielo               | 8                | pedazos       | 0,13               |
| Envase              |                  |               | 0,1                |
| Complementos        |                  |               | 0,03               |
| CIF                 |                  |               | 0,13               |
| MOD                 |                  |               | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                  |               | <b>1,48</b>        |

| Sándwiches          |                 |                    |
|---------------------|-----------------|--------------------|
| <i>Nombre</i>       | Pollo           |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Precio Unitario     | 1               | 1,35               |
| Complementos        |                 | 0,10               |
| CIF                 |                 | 0,13               |
| MOD                 |                 | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                 | <b>1,80</b>        |
|                     |                 |                    |
|                     |                 |                    |
| Sándwiches          |                 |                    |
| <i>Nombre</i>       | Club            |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Precio Unitario     | 1               | 1,00               |
| Complementos        |                 | 0,10               |
| CIF                 |                 | 0,13               |
| MOD                 |                 | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                 | <b>1,45</b>        |
|                     |                 |                    |
| Sándwiches          |                 |                    |
| <i>Nombre</i>       | Tostadas        |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Precio Unitario     | 1               | 0,75               |
| Complementos        |                 | 0,10               |
| CIF                 |                 | 0,13               |
| MOD                 |                 | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                 | <b>1,20</b>        |

| Postres             |                 |                    |
|---------------------|-----------------|--------------------|
| <i>Nombre</i>       | Tortas          |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Precio Unitario     | 1               | 1,00               |
| Complementos        |                 | 0,05               |
| CIF                 |                 | 0,13               |
| MOD                 |                 | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                 | <b>1,40</b>        |
|                     |                 |                    |
|                     |                 |                    |
| Postres             |                 |                    |
| <i>Nombre</i>       | Pie             |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Precio Unitario     | 1               | 0,80               |
| Complementos        |                 | 0,05               |
| CIF                 |                 | 0,13               |
| MOD                 |                 | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                 | <b>1,20</b>        |
|                     |                 |                    |
| Postres             |                 |                    |
| <i>Nombre</i>       | Cheesecakes     |                    |
| <i>Ingredientes</i> | <i>Cantidad</i> | <i>P. Unitario</i> |
| Precio Unitario     | 1               | 1,00               |
| Complementos        |                 | 0,05               |
| CIF                 |                 | 0,13               |
| MOD                 |                 | 0,23               |
| <b>Total</b>        |                 | <b>1,40</b>        |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

### Costos Financieros

El proyecto no incurre con gastos financieros debido a que es autofinanciado por el dueño.

### Punto de Equilibrio

Se determina el punto de equilibrio con los costos totales y los ingresos totales en dólares para la cafetería Eva's Coffee siendo este un punto de equilibrio de 33,77 dólares diarios.

*Tabla 24 Punto de Equilibrio*

| Punto de Equilibrio |          |
|---------------------|----------|
| Costos fijos        | 5047,56  |
| Costos variables    | 24276,73 |
| Ingresos Total      | 48695,58 |
| PE Anual            | 10065,73 |
| PE Diario           | 34,95    |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

### Balance General Inicial

Se muestra el equilibrio entre lo que posee la empresa y lo que la empresa debe o lo que los propietarios proporcionan para su funcionamiento.

*Tabla 25 Balance General Inicial*

| Balance General            |                 |
|----------------------------|-----------------|
|                            | Año 1           |
| <b>Activos Corrientes</b>  | 29324,29        |
| Capital de Trabajo         | 29324,29        |
| <b>Activos Fijos Netos</b> | 16412,9         |
| Activos Fijos Netos        | 19770,46        |
| (Depreciación Acumulada)   | 3357,56         |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>       | <b>45737,19</b> |
| <b>Pasivo</b>              | 0               |
| Préstamos                  | 0               |
| <b>Patrimonio</b>          | 45737,19        |
| Capital                    | 32894,02        |
| Utilidades                 | 12843,17        |
| <b>PASIVO +PATRIMONIO</b>  | <b>45737,19</b> |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

### 4.3 Flujo de Caja

*Tabla 26 Estado de Resultados*

| <b>Estado de Resultado</b>                   |                    |                    |                    |                    |                    |
|----------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                                              | <b>Año 1</b>       | <b>Año 2</b>       | <b>Año 3</b>       | <b>Año 4</b>       | <b>Año 5</b>       |
| Ventas                                       | \$48.695,58        | \$58.434,70        | \$73.043,37        | \$94.956,38        | \$128.191,12       |
| (-) Costo de Ventas                          | \$24.276,73        | \$25.490,57        | \$26.765,09        | \$28.103,35        | \$29.508,52        |
| (=) Utilidad Bruta en Ventas                 | \$24.418,85        | \$32.944,13        | \$46.278,28        | \$66.853,03        | \$98.682,60        |
| (-) Gastos Operacionales                     | \$3.707,56         | \$3.707,56         | \$3.707,56         | \$3.707,56         | \$3.707,56         |
| (-) Gastos Administrativos                   | \$1.260,00         | \$1.260,00         | \$1.260,00         | \$1.260,00         | \$1.260,00         |
| (-)Gastos de Venta                           | \$80,00            | \$80,00            | \$80,00            | \$80,00            | \$80,00            |
| (=) Utilidad antes de participaciones e imp. | \$19.371,30        | \$27.896,58        | \$41.230,72        | \$61.805,48        | \$93.635,04        |
| (-) 15% participación trabajadores           | \$2.905,69         | \$4.184,49         | \$6.184,61         | \$9.270,82         | \$14.045,26        |
| (=) Utilidad antes de Impuestos              | \$16.465,60        | \$23.712,09        | \$35.046,11        | \$52.534,66        | \$79.589,79        |
| (-)22%Rde impuesto a la renta                | \$3.622,43         | \$5.216,66         | \$7.710,14         | \$11.557,62        | \$17.509,75        |
| (=) Utilidad neta                            | \$12.843,17        | \$18.495,43        | \$27.335,97        | \$40.977,03        | \$62.080,03        |
| (+) Depreciaciones                           | \$3.357,56         | \$6.715,11         | \$10.072,67        | \$13.430,22        | \$16.787,78        |
| <b>Flujo neto de efectivo</b>                | <b>\$16.200,72</b> | <b>\$25.210,54</b> | <b>\$37.408,64</b> | <b>\$54.407,26</b> | <b>\$78.867,81</b> |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

Tabla 27 Flujo de Efectivo

| Flujo de Efectivo                    |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
|--------------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                                      | Año 0               | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              |
| (+)Ingresos                          |                     | \$19.371,30        | \$27.896,58        | \$41.230,72        | \$61.805,48        | \$93.635,04        |
| Utilidad operacional                 |                     | \$19.371,30        | \$27.896,58        | \$41.230,72        | \$61.805,48        | \$93.635,04        |
| Inversiones                          |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Capital Propio                       | \$45.737,19         |                    |                    |                    |                    |                    |
| Préstamo                             |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| (-)Egresos                           |                     | \$6.528,13         | \$9.401,15         | \$13.894,75        | \$20.828,45        | \$31.555,01        |
| Pago de intereses                    |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Pago de capital                      |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| 15% de participación de trabajadores |                     | \$2.905,69         | \$4.184,49         | \$6.184,61         | \$9.270,82         | \$14.045,26        |
| 22% Impuesto a la renta              |                     | \$3.622,43         | \$5.216,66         | \$7.710,14         | \$11.557,62        | \$17.509,75        |
| (=) Saldo ingresos - egresos         | \$-45.737,19        | \$12.843,17        | \$18.495,43        | \$27.335,97        | \$40.977,03        | \$62.080,03        |
| (+) Depreciación                     |                     | \$3.357,56         | \$3.357,56         | \$3.357,56         | \$3.090,89         | \$3.090,89         |
| (+) Valor Salvamento                 |                     |                    |                    |                    |                    | \$8.516,00         |
| <b>Flujo Neto</b>                    | <b>\$-45.737,19</b> | <b>\$16.200,72</b> | <b>\$21.852,99</b> | <b>\$30.693,52</b> | <b>\$44.067,92</b> | <b>\$73.686,92</b> |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

En el año cero se muestra la inversión financiada por el dueño, por lo que en el año uno se consideran los gastos operacionales, gastos administrativos y gastos de venta de la empresa hasta el año cinco.

#### 4.4 Valor actual neto (VAN)

Según Gitman (2007) el valor presente neto “se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus entradas de efectivo descontadas a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa”(p.357). Para determinar este valor se tomo como costo de capital el 13%.

*Tabla 28 Costo de Capital*

| Inversión Inicial | Inversionistas | Inflación | Premio al Riesgo | Costo de Capital |
|-------------------|----------------|-----------|------------------|------------------|
| \$ 25.470,46      | 100%           | 0         | 0,13             | 13%              |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

*Tabla 29 Resultados VAN*

| RESULTADOS                   |             |           |           |           |           |           |
|------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Flujo de Caja del Accionista | (45.737,19) | 16.200,72 | 21.852,99 | 30.693,52 | 44.067,92 | 73.686,92 |
| VAN                          | 74.008      |           |           |           |           |           |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

#### 4.5 Tasa interna de retorno (TIR)

De los flujos generados por las operaciones de Eva's Coffee se procede con el cálculo de la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación de la inversión.

*Tabla 30 Resultados TIR y PRI*

| RESULTADOS |      |      |
|------------|------|------|
| TIR        | 53%  |      |
|            |      |      |
| PRI        | 4,09 | años |

Elaborado por: Aracely Zuñiga

#### **4.6 Conclusión**

Este capítulo ha establecido la estructura financiera de Eva's Coffee, proyectando sus estados financieros tenemos como resultado una inversión total de \$55.594,75, se determina los costos de los productos, el punto de equilibrio diario \$34,95, el flujo de efectivo proyectado para 5 años, el valor actual neto \$74008, la tasa interna de retorno 53% y un periodo de recuperación de la inversión de 4 años 9 días, por lo que se concluye con la factibilidad económica de la cafetería.



## **Conclusiones finales**

- ✓ Mediante el estudio de mercado se pudo determinar que la cafetería tiene gran acogida por parte del mercado objetivo.
- ✓ La competencia no ofrece productos similares ni un ambiente como el de Eva's Coffee.
- ✓ El costo para los productos son un promedio de los precios que manejan las cafeterías más concurridas de Cuenca.
- ✓ La publicidad se maneja a través de redes sociales y mediante un canal de televisión de Paute.
- ✓ En la infraestructura que existe se realizará las adecuaciones necesarias para brindar un servicio de excelencia ofreciendo diferentes ambientes a sus clientes.
- ✓ Los permisos no son un impedimento para funcionar ya que son trámites de fácil acceso.
- ✓ Los criterios de evaluación aplicados a los flujos de fondos demuestran que el proyecto es viable, ya que se obtuvo un VAN de \$ 74008, una TIR del 53%, el periodo de recuperación de la inversión es de 4 años, 9 días todo con inversión propia.
- ✓ Finalmente con el desarrollo del plan de negocios, se concluye con la factibilidad del proyecto en todos sus aspectos.

## **Recomendaciones**

- Capacitar y motivar al personal para que brinde un servicio rápido y de calidad logrando así alcanzar las metas y objetivos de Eva's Coffee.
- Publicitar mediante redes sociales con promociones o combos para que llegue al público objetivo.
- Lograr un lugar acogedor y agradable donde los clientes puedan disfrutar los diferentes ambientes.
- Realizar un análisis continuo para estar constantemente conociendo las necesidades de los clientes.
- Aprovechar la localización existente puesto que tiene todo para implementar la cafetería y la ubicación es aceptada por el público objetivo.

## Bibliografía

Abad, M. (2007). *Innovación empresarial: Plan de negocios para la creación de “El Pub” bar, café*. (Tesis de Grado). Universidad del Azuay, Cuenca.

Agencia AFP. (2017). Ecuador registro deflación de 0,27% en noviembre de 2017. Diario EL COMERCIO. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-inflacion-inec-economia-estadisticas.html>

Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria. Recuperado de: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec>

Astudillo, G., Enríquez C. (2017). Inflación anual del Ecuador cayo bajo cero. Diario EL COMERCIO. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/inflacion-ecuador-inec-precios-alimentos.html>

Baca Urbina, G (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: The McGraw-Hill companies.

Miller, P(2015). Recuperado de <https://patomiller.wordpress.com/?s=paute&search=I>

Balanko-Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.

Cipriano, L. G. A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Distrito Federal, MÉXICO: Grupo Editorial Patria. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.

Coquillat, D.(2012). 40 ideas de logos de café para tu inspiración. El periódico digital de los restaurantes. Recuperado de <https://www.diegocoquillat.com/40-ideas-de-logos-de-cafe-para-tu-inspiracion/>

Flores, P., Ávila, V. (2014). *Estudio de factibilidad para implantar una fábrica procesadora de Stevia en la ciudad de Cuenca*. (Tesis de Grado). Universidad del Azuay, Cuenca.

Gitmam, L. J. (2007). *Principios de administración Financiera*. México: Pearson Addison Wesley

Google Maps. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/place/Arzuba/@-2.780164,-78.758863,782m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x91cd0c724155643f:0x893b5edabac79a49!8m2!3d-2.7800314!4d-78.757192>

INEC. (2017). Inflación mensual. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Noviembre-2017/Reporte\\_inflacion\\_201711.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Noviembre-2017/Reporte_inflacion_201711.pdf)

INEC. (2017). Inflación mensual. Recuperado de: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Diciembre-2017/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_diciembre2017.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Diciembre-2017/01%20ipc%20Presentacion_IPC_diciembre2017.pdf)

Leguizamon, D., Ateortua, J. (2010). *Plan de negocios para el desarrollo de un café restaurante temático vintage*. (Tesis de Grado). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Marketing, P. (1994). *El plan de negocios*. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.

Ministerio del Interior. Recuperado de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/Categor%C3%ADas-Permisos-de-funcionamiento.pdf>

Orellana, D. (2017). *Estudio de factibilidad para la implementación de una distribuidora de cosméticos con un modelo de negocios ecommerce dentro de la ciudad de Cuenca*. (Tesis de Grado). Universidad del Azuay, Cuenca.

Prefectura del Azuay. Recuperado de <http://www.azuay.gob.ec/cantones/paute>.

PVI. (2017). Imagen de Cuenca, a nivel internacional, se consolida . Diario EL MERCURIO. Recuperado de <https://issuu.com/elmercuriocuenca/docs/hemeroteca-10-06-2017>

Quizpe, M. (2007). Cuenca recibió el Óscar como “Mejor Destino de Vacaciones Cortas de Sudamérica”. Diario EL COMERCIO. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/cuenca-recibio-oscar-mejor-destino.html>

Sacoto, M., Sigüenza, D. (2016). *Plan de negocio para la cafetería IL Cafetto con un diseño empresarial Fast Service aplicando una estrategia de estandarización*. (Tesis de Grado). Universidad del Azuay, Cuenca.

SENPLADES. (2014). Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0105\\_PAUTE\\_AZUAY.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0105_PAUTE_AZUAY.pdf)

Servicio de Rentas Internas (2015). SRI. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Zaragoza. (2008). *Emprende tu idea de negocio*. Recuperado de <https://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Cafeteria.pdf>.

## Anexos

### Anexo 1: Cotizaciones Ilustración 23: Cotización Equindeca

|  |       | <b>Quote</b><br>01/22/2018                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|
| <b>Project:</b><br>ARACELY ZUÑIGA                                                 |       | <b>From:</b><br>Equindeca<br>Wilson Cantos F.<br>Mariscal Lamar 24-205 y<br>Ave. de las Americas<br>Cuenca, AZ EC010150<br>+(593) 72 825 555 23 (Contacto)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                 |                       |
| Número de Referencia de Trabajo:<br>WF.18.01.65                                   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                 |                       |
| Art.                                                                              | Cant. | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Precio de Venta | Precio de Venta Total |
| 1                                                                                 | 1 ea  | <b>HORNO DE CONVECCIÓN</b><br> Blodgett Oven No. de Modelo ZEPH-200-G ADDL<br>Zephair horno de convección, gas, plataforma simple, profundidad para pastelería, (de) capacidad (5) 45.72cm x 66.04cm cubas, (SSI-D) estado sólido controles infinitos con temporizador digital, ventilador de dos velocidades, conducto de humo conector, dependiente(s) puerta de vidrio, luz interior, de acero inoxidable parte de adelante, lados y superficie, 15.24cm patas de acero inoxidable, 60,000 BTU, ETL, CE, NSF<br>1 ea gas propano<br>1 ea 115V/60/1-PH, 6.0 Amperios, 2-alambre con base, cordón & enchufe, 1/2 HP, estándar (sin cargo)<br>1 st 15.24cm patas, ajustable(s), de acero inoxidable (juego), estándar (sin cargo)<br>CODIGO: 320201<br>EN STOCK | \$5,998.73      | \$5,998.73            |
| <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>                                                           |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                 | <b>\$5,998.73</b>     |
| 2                                                                                 | 1 ea  | <b>MEZCLADOR DE BEBIDAS/MALTEADAS</b><br> Waring No. de Modelo WDM120<br>mezclador de bebidas/malteadas, (para) encimera, simple/un(a) solo(a) Bastón, 17.78cmde ancho x 29.21cmde profundidad x 54.61cmH, (3) velocidad(es) (16,000, 22,000, 25,000 revoluciones por minuto), Momentario Pulse Interruptor a/en seleccionado velocidad(es), automático(a) encendido/apagado, Mariposa & tipo hélice mezcladores, reemplazable Comercial motor, de uso pesado fundido(a)(s) a presión cubierta, de acero inoxidable Vaso para Preparar malteadas incluido(a)(s), 1 HP, 120V/60/1-PH, 140 vatios, 1.5 Amperios, NSF, cETLus<br>CODIGO: 361631<br>IMPORTACION                                                                                                   | \$463.26        | \$463.26              |
|                                                                                   | 1 ea  | CAC20 Vaso para Preparar malteadas, 28 onzas., de acero inoxidable (para Dmc20, Dmc90, Dmc180DC, Dmc201DCA, WDM120, WDM240,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | \$20.54         | \$20.54               |

| Art. | Cant. | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Precio de Venta | Precio de Venta Total |
|------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|
|      |       | WDM360 modelos)<br>IMPORTACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                 |                       |
|      |       | <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 | <b>\$483.80</b>       |
| 3    | 1 ea  | <b>NON-SKID SERVING TRAY</b><br>Thunder Group No. de Modelo PLST2700BR Empaquetado 6 ea<br>charola para servir, 55.88cm x 68.58cm, ovalado, antideslizante,<br>polipropileno, marrón, NSF (6 unidades (de) orden mínima)<br>CODIGO: 824013<br>IMPORTACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | \$23.60         | \$23.60               |
|      |       | <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 | <b>\$23.60</b>        |
| 4    | 1 ea  | <b>MAQUINA DE CAFE</b><br>CASADIO No. de Modelo UNDICI A2<br>Undici es una máquina de dimensiones compactas, elegante y versátil,<br>fácil de usar, de regular y de mantener.<br>Se distingue por su nueva botonera mecánica de metal que permite<br>efectuar una selección precisa e inmediata gracias a la presencia de<br>LED. UNDICI está disponible en 3 colores (negro, blanco y rojo) y en<br>tres versiones: semi-automática, automática, y automática "Coffeeto-<br>go" (para vasos de hasta 14,5 cm de altura) de 1, 2 y 3 grupos.<br>Capacidad caldera: 10,5 Ltrs.<br>Voltaje: 220V/60Hz/1Ph.<br>Ancho x Profundidad x Altura: 712x528x570 (mm)<br>CODIGO: 415932B<br>EN STOCK | \$2,907.22      | \$2,907.22            |
|      |       | <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 | <b>\$2,907.22</b>     |
| 5    | 1 ea  | <b>SANGUCHERA/PLANCHA PARA EMPAREDADO/PANINI</b><br>Waring No. de Modelo WFG250<br>Tostato Supremo™ grande para tostar parrilla, eléctrico(a)(s),<br>simple/un(a) solo(a), 36.83cm x 27.94cm superficie de cocción, con<br>bisagras balanceo automático placa superior con refractario mangos,<br>plano(a)(s) placas de hierro fundido, termostatos ajustables 570°F<br>(300°C), luces indicadoras, cuerpo de acero inoxidable pulido &<br>bandeja para goteo removible, 120V/60/1-PH, 15.0 amperio(s), UL, NSF<br>CODIGO: 366103<br>IMPORTACION                                                                                                                                          | \$905.72        | \$905.72              |
|      |       | <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                 | <b>\$905.72</b>       |
| 6    | 1 ea  | <b>DISPENSADOR DE BEBIDAS</b><br>Grindmaster-Cecilware No. de Modelo D25-4<br>Crathco® Classic grifo™ premezcla dispensador de bebidas frías, doble,<br>eléctrico(a)(s), (2) 5 galón(es) policarbonato transparente tarjas (bols),<br>2-pieza(s) de acero inoxidable no gotea dispensador válvulas, 35° a<br>41°Fahrenheit rango de temperatura, 20.955cm de espacio para el<br>vaso, incluye roceador/spray & que se agitan Circulación opciones,<br>plástico paneles laterales & bandeja para goteo, R134A, 1/5 HP, cULus,<br>NSF, (Grindmaster)                                                                                                                                        | \$1,035.19      | \$1,035.19            |
|      | 1 ea  | 120V/60/1-PH, 660 vatios, 6.0 Amperios, NEMA 5-15P, estándar (sin<br>carga)<br>CODIGO: 456002                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                 |                       |

| Art.     | Cant. | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Precio de Venta         | Precio de Venta Total |
|----------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| EN STOCK |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                         |                       |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b> | <b>\$1,035.19</b>     |
| 7        | 1 ea  | <b>EXHIB.TORTAS METRO SERVITA VP93RV VA(220V-60HZ)</b><br>ISA-COF No. de Modelo MTR009350VL<br>Modelo neutro self-service con puertas de vidrio templado y marco posterior o vitrina asistida con puertas correderas de vidrio templado y marco en aluminio adonizado. Capacidad: 385 l. 3 estantes regulables. Termómetro digital. Desescarche automático. Medidas: 950x852x1338mm (LX)<br>CODIGO: 617220<br>1 EN STOCK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | \$5,817.63              | \$5,817.63            |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |                       |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b> | <b>\$5,817.63</b>     |
| 8        | 1 ea  | <b>VITRINA DE HELADO ISA</b><br>ISA-COF No. de Modelo BERMUDA13<br>Gelato display cabinet with ventilated refrigeration system and hot gas automatic defrost, which is equipped with storage cell on the basement with static refrigeration system.<br>Body structure with ecological polyurethane insulation (HCFC & HFC free) foamed with CO2.<br>Interior and exterior in painted sheet; external aesthetic side panels in stratified wood. Glass structure with low emission and tempered glass; curved front glass shape and LED lighting.<br>Operator side closure with curtain. Workingtop in plastified metal sheet. Hermetic condensing unit with electronic control board.<br>Structure in carbon steel powder painted; with 2 castors and 2 castors with brake, to facilitate handling.<br>CODIGO: 617922<br>IMPORTACION | \$7,127.48              | \$7,127.48            |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |                       |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>TOTAL ARTÍCULOS:</b> | <b>\$7,127.48</b>     |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Mercadería              | \$24,299.37           |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Impuestos 12%           | \$2,915.92            |
|          |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Total</b>            | <b>\$27,215.29</b>    |

#### CONDICIONES GENERALES:

- Precios en dólares.
- Validez de la oferta 15 días.
- Forma de Pago: A CONVENIR .
- Oferta NO incluye costos de transporte hasta sus instalaciones.
- Oferta NO incluye personal de descarga o montacargas, esto se facturara aparte de acuerdo a la dificultad de la misma.
- El precio estipulado en la presente proforma es fijo y no habrá reajuste, salvo que por causas ajenas a los contratantes, los impuestos (aranceles) de los equipos sujetos a importación o de fabricación nacional (como el I.V.A.) deberán ser asumidos por el **CLIENTE**
- Materiales de instalación corren a cargo del cliente.
- Garantía de los equipos de un año contra defectos de fábrica.
- Entrega de equipos bajo importación: 45 días laborables aproximadamente.

## Ilustración 24: Cotización Importadora Ochoa



# Quote

25/11/2016

**Project:**  
Tania Araceli Zuñiga  
arcely.zu.cue@hotmail.com  
0984741922

**From:**  
Importadora Comercial Ochoa  
Dominguez Cia Ltda  
Rene Ochoa  
Manuel Vega 8-48 y Sucre  
Cuenca  
(593)72826992

**Project Code:** 4217

**Job Reference Number:** 3945

| Item               | Qty  | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Sell       | Sell Total |
|--------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| 1                  | 1 ea | <b>PANINI GRILL</b><br> Waring Model No. WPG150<br>Panini Peretto™ Compact Panini Grill, electric, single, 9-1/4" x 9-3/4" cooking surface, hinged auto-balancing top plate with heat resistant handles, ribbed cast iron plates, adjustable thermostats 570°F (300°C), indicator lights, brushed stainless steel body & removable drip tray, 120v/60/1-ph, 15.0 amps, NEMA 5-15P, UL, NSF | \$825.69   | \$825.69   |
| <b>ITEM TOTAL:</b> |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |            | \$825.69   |
| 2                  | 1 ea | <b>Alfa International Model No. QUICKCREAM KIT</b><br>Maintenance Kit, includes: (1) lubricant, (1) cleaner, (1) gasket for transparent tank, (1) outlet back gasket, (1) O-ring 117, (1) pinion vertical auger, (1) horizontal auger gear, (2) black hinge hook, for Elmeo B-Smart & B-Large frozen drink machines                                                                                                                                                           | \$2,895.97 | \$2,895.97 |
| <b>ITEM TOTAL:</b> |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |            | \$2,895.97 |
| 3                  | 1 ea | <b>HORNO A CONVECCIÓN</b><br> UNOX Model No. XFT135<br>Capacidad 4 460x330<br>Distancia 75 mm<br>Frecuencia 50 / 60 Hz<br>Voltaje 230 V~ 1N<br>Potencia eléctrica 3 kW<br>Dimensiones 600x651x509 mm<br>Peso 31 kg                                                                                                                                                                         | \$1,368.59 | \$1,368.59 |
| <b>ITEM TOTAL:</b> |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |            | \$1,368.59 |
| 4                  | 1 ea | <b>BLENDER, BAR</b><br> Waring Model No. MMB142<br>Margarita Madness™ Blender, 48 oz. capacity, two speed motor, heavy duty polycarbonate motor housing, polycarbonate container, stainless steel blade, 1.5 HP motor, 120v/50/60/1-ph, NSF, cETLus, (includes free extra drive coupling)                                                                                                  | \$412.83   | \$412.83   |
| <b>ITEM TOTAL:</b> |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |            | \$412.83   |
| 5                  | 1 dz | <b>SUGAR SPOON</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | \$0.30     | \$0.30     |

Tania Araceli Zuñiga

**Initial:** \_\_\_\_\_  
 Page 1 of 3



| Item                                                                              | Qty  | Description                                                                                                                                                                                                                                                                 | Sell        | Sell Total |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------|
|  |      | Thunder Group Model No. SLDO001 Packed 36 dz<br>Sugar Spoon, medium-weight, simple line-trimmed handle, 18/0<br>stainless steel, bright finish, Domillon (2 dozen minimum order)                                                                                            |             |            |
|                                                                                   |      | ITEM TOTAL:                                                                                                                                                                                                                                                                 |             | \$0.30     |
| 6                                                                                 | 1 dz | DINNER KNIFE<br> Admiral Craft Model No. W42-DK/P/B Packed 25 dz<br>#53 Windsor Dinner Knife, plain edge, medium weight, 42 gram, 18/0<br>stainless steel, vibro finish (1 dozen per pack) | \$0.67      | \$0.67     |
|                                                                                   |      | ITEM TOTAL:                                                                                                                                                                                                                                                                 |             | \$0.67     |
| 7                                                                                 | 1 dz | ICED TEA SPOON<br> Thunder Group Model No. SLWD005 Packed 36 dz<br>Iced Tea Spoon, 18/0 stainless steel, bright finish, Windsor (2 dozen<br>minimum order)                                 | \$0.27      | \$0.27     |
|                                                                                   |      | ITEM TOTAL:                                                                                                                                                                                                                                                                 |             | \$0.27     |
| 8                                                                                 | 1 ea | SET X 6 PLATOS 22 CL<br>Custom Model No. 37784                                                                                                                                                                                                                              | \$7.16      | \$7.16     |
|                                                                                   |      | ITEM TOTAL:                                                                                                                                                                                                                                                                 |             | \$7.16     |
| 9                                                                                 | 1 ea | CONJUNTO DE CUCHILLOS<br>Custom Model No. 964095                                                                                                                                                                                                                            | \$57.90     | \$57.90    |
|                                                                                   |      | ITEM TOTAL:                                                                                                                                                                                                                                                                 |             | \$57.90    |
| 10                                                                                | 1 ea | METAL TART/QUICHE DISH<br> Winco Model No. FQP-12 Packed 6 ea<br>Quiche Pan, 12", removable bottom, dishwasher safe, non-stick,<br>carbon steel (Qty Break = 6 each)                     | \$25.32     | \$25.32    |
|                                                                                   |      | ITEM TOTAL:                                                                                                                                                                                                                                                                 |             | \$25.32    |
|                                                                                   |      |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Merchandise | \$5,594.70 |
|                                                                                   |      |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Tax 12%     | \$671.36   |
|                                                                                   |      |                                                                                                                                                                                                                                                                             | Total       | \$6,266.06 |

Prices Good Until: 02/08/2018

## Ilustración 25: Cotización SuperNordicos Corona


**SUPERNORDICOS CORONA**  
MARRIQUE E HIJOS CIA. LTDA


**COTIZACION** N° 0007522

Ciudad y Fecha: Cuenca 9 Enero /2018

Cliente: Aracely Zuñiga. Válido por: \_\_\_\_\_

Dirección: Paute. Telf.: 2251-337

| CANT. | CODIGO | ARTICULOS                                        | V. UNITARIO | TOTAL    |
|-------|--------|--------------------------------------------------|-------------|----------|
| 1     |        | Heladera 12 Sabores (No Frost)                   |             | 4.700,00 |
| 1     |        | Pastelero Curvo 1,35 mts                         |             | 2.980,00 |
| 1     |        | Juguera 2 Tanques                                |             | 1.050,00 |
| 1     |        | Horno 2 Latas en Acero                           |             | 260,00   |
| 1     | P47M2  | Sanduchera + 2 Cubas                             |             | 320,00   |
| 1     |        | Freidora 2 Canastillas + plancha + pozo Hot dogs |             | 440,00   |

**CONTADO**

SON: \_\_\_\_\_

DESCUENTO ... 5 ... %

SUBTOTAL \_\_\_\_\_

% I.V.A. \_\_\_\_\_

**TOTAL NETO** \_\_\_\_\_

**CREDITO**

SON: \_\_\_\_\_

% I.V.A. \_\_\_\_\_

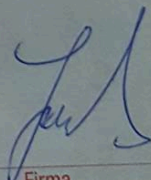
TOTAL \_\_\_\_\_

CUOTA INICIAL \_\_\_\_\_

CUOTAS FIJAS DE \_\_\_\_\_

Fecha de Entrega: \_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_

  
 Firma

## Anexo 2: Carta de precios Ilustración 26 Carta Melatte





Ilustración 27 Carta de Goza

| <b>Bebidas</b>                                                                  |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| Agua sin / con gas                                                              | 1.25 | 1.50 |
| Cerveza / fanta / sprite                                                        | 1.00 | 1.25 |
| Cerveza light                                                                   | 1.00 | 1.25 |
| Jugos                                                                           | 1.00 | 1.50 |
| Naranja, piña, melón, guayabana, limón, mango, fresa, mango, mandarina, naranjo |      |      |
| Bebidas                                                                         | 2.25 | 2.75 |
| Mandarina, guayabana, mango, fresa, limón                                       |      |      |
| Jugo mixto                                                                      | 2.50 | 3.00 |
| Limonada Frozen con Miel y Limón                                                | 2.50 | 3.00 |
| Mandarina Frozen con Miel y Limón                                               | 2.50 | 3.00 |
| Limonada Imperial                                                               | 3.15 | 3.60 |
| Ice tea Naranja / Limón                                                         | 2.50 | 3.00 |
| Milksake                                                                        | 2.70 | 3.20 |
| Fresa / Limón / Choclate / Vainilla                                             |      |      |
| Red bull                                                                        | 4.50 | 5.00 |
| <b>Cocteles Sin Licor</b>                                                       |      |      |
| Shiso                                                                           | 2.87 | 3.30 |
| Fresa, sandia y naranja                                                         |      |      |
| Marahiwi                                                                        | 2.87 | 3.30 |
| Kiwi y jugo de mandarina                                                        |      |      |
| Mojito                                                                          | 2.87 | 3.30 |
| Piña Colada                                                                     | 3.20 | 3.90 |



## Café

|                               |      |      |
|-------------------------------|------|------|
| Espresso                      | 1.23 | 1.50 |
| Espresso Doble                | 1.39 | 1.70 |
| Panna                         | 1.39 | 1.70 |
| Cortado                       | 1.31 | 1.60 |
| Macchiato                     | 1.31 | 1.60 |
| Latte                         | 1.60 | 1.95 |
| Americano                     | 1.23 | 1.50 |
| Americano con leche           | 1.39 | 1.70 |
| Capuchino                     | 1.60 | 1.95 |
| Capuchino Grande              | 1.97 | 2.40 |
| Capuchino Doble               | 1.97 | 2.40 |
| Capuchino Vainilla / Caramelo | 2.13 | 2.60 |
| Mocachino                     | 1.97 | 2.40 |
| Chocolate caliente            | 2.38 | 2.90 |
| Ice coffee                    | 1.80 | 2.20 |
| Capuchino / Mocachino Frozen  | 3.11 | 3.80 |
| Capuchino Frozen              | 3.11 | 3.80 |
| Café Amaretto                 | 3.03 | 3.70 |
| Irish Coffee                  | 3.69 | 4.50 |
| Capu Baileys                  | 5.00 | 6.10 |

## Té

|                                            |      |      |
|--------------------------------------------|------|------|
| Hierba buena / Manzanilla con miel         | 1.23 | 1.50 |
| Té negro / Manzanilla / Manzana con canela | 1.23 | 1.50 |
| Frutas Tropicales                          | 2.87 | 3.50 |
| Té Chai                                    | 2.87 | 3.50 |



| <b>Sanduches</b>                                                 |      |      | Con<br>ingrediente |
|------------------------------------------------------------------|------|------|--------------------|
| <b>Cheeseburger</b>                                              | 7.13 | 8.70 |                    |
| 200 gr. de carne, tomate, lechuga, queso y papas fritas          |      |      |                    |
| <b>Lomo fino</b>                                                 | 6.97 | 8.50 |                    |
| Acompañado con papas fritas                                      |      |      |                    |
| <b>Pollo</b>                                                     | 6.48 | 7.90 |                    |
| Acompañado con papas fritas                                      |      |      |                    |
| <b>Club</b>                                                      | 8.03 | 9.80 |                    |
| Pollo, jamón, queso, tocino, lechuga, tomate y papas fritas      |      |      |                    |
| <b>Vegetariano Panini/Integral</b>                               | 4.75 | 5.80 |                    |
| Queso, tomate deshidratada, champiñones, aceitunas y salsa pesto |      |      |                    |
| <b>Sanduche Omelet</b>                                           | 3.93 | 4.80 |                    |
| <b>Queso</b>                                                     | 4.34 | 5.30 |                    |
| <b>Mixto</b>                                                     | 4.59 | 5.60 |                    |
| Jamón y queso                                                    |      |      |                    |
| <b>Pita Pizza</b>                                                | 4.51 | 5.50 |                    |
| <b>Pita pollo</b>                                                | 6.48 | 7.90 |                    |

| <b>Postres</b>                  |      |      | Con<br>ingrediente |
|---------------------------------|------|------|--------------------|
| <b>Pastel de manzana</b>        | 3.28 | 4.00 |                    |
| con helado                      |      |      |                    |
| <b>Pastel de chocolate</b>      | 3.28 | 4.00 |                    |
| con helado                      |      |      |                    |
| <b>Crepe de Chocolate</b>       | 3.93 | 4.80 |                    |
| con frutas                      |      |      |                    |
| <b>Brownie</b>                  | 4.02 | 4.90 |                    |
| con helado                      |      |      |                    |
| <b>Cheesecake maracuya</b>      | 4.02 | 4.90 |                    |
| <b>Ensalada de frutas</b>       | 3.44 | 4.20 |                    |
| <b>Helado de Sabores</b>        | 2.87 | 3.50 |                    |
| Chocolate, vainilla, fresa      |      |      |                    |
| <b>Pastel de la casa + Café</b> |      |      | 12h00 - 18h00      |
| 2.99                            |      |      |                    |

Ilustración 28 Carta de Café Austria

|                     |      |
|---------------------|------|
| - Nutella (porción) | 1,50 |
| - Tocino (Bacon)    | 2,00 |
| - Queso (porción)   | 2,00 |

| Cafetería                                     |      |
|-----------------------------------------------|------|
| Tinto                                         | 1,50 |
| Café filtrado                                 | 1,50 |
| Pintado                                       | 1,75 |
| Espresso                                      | 1,50 |
| Cappuccino                                    | 2,50 |
| Frappuccino                                   | 2,75 |
| Latte Macchiato                               | 2,50 |
| Café Helado a la Vienes (Wiener Eiskaffee)    | 3,50 |
| (café frío, helado de vainilla, crema batida) |      |
| Brown Beauty                                  | 4,00 |
| (café con amaretto y helado)                  |      |
| Café con Amaretto                             | 3,50 |
| Café Irlandés                                 | 5,50 |
| (café con whisky, crema batida, azúcar)       |      |
| Chocolate                                     | 2,50 |
| Chocomenta                                    | 3,50 |
| (chocolate con crema de menta)                |      |
| Mocaccino                                     | 2,50 |
| Té nacional                                   | 1,50 |
| Té helado                                     | 2,00 |
| Té inglés                                     | 2,00 |

| Algo salado para picar                             |      |
|----------------------------------------------------|------|
| Sandwich de Pollo                                  | 6,50 |
| (acompañado de papas fritas)                       |      |
| Sandwich de Atún                                   | 2,75 |
| Sandwich mixto                                     | 2,75 |
| Sandwich con Omelette                              | 3,50 |
| Sandwich Vegetariano                               | 3,75 |
| * Sandwich con Pan Blanco, Pan Integral ó Baguette |      |
| Hamburguesa                                        | 5,75 |
| (acompañado de papas fritas)                       |      |
| Empanada Chilena                                   | 3,00 |
| Torta de Cebolla                                   | 3,50 |
| Strammer Max                                       | 3,75 |
| (pan integral, jamón, cebolla, huevo frito encima) |      |
| Guacamole con Tostitos                             | 3,95 |
| Papas Fritas                                       | 3,50 |
| Pan de Ajo                                         | 3,25 |
| Plato de Queso y Jamón                             | 9,50 |
| (pepinillos, frutas, pan, mantequilla)             |      |
| Plato de Aceitunas                                 | 3,75 |

| Postres                              |      |
|--------------------------------------|------|
| Mousse de Chocolate                  | 3,00 |
| Tiramisu                             | 3,00 |
| Tiramisu natural con granada         | 3,00 |
| Embutido de Nidos con yogurt natural | 3,00 |
| Sablados                             | 3,00 |
| Tiramisu                             | 3,00 |

| Tortas                                     |      |
|--------------------------------------------|------|
| Pastries en cases / Pastries               |      |
| Chocolate                                  | 3,00 |
| Chococake (Torta de Queso)                 | 3,00 |
| Sachert (Torta de Chocolate y Mantequilla) | 3,00 |
| Schubert de Mantequilla                    | 3,00 |
| (con helado de vainilla)                   | 4,00 |
| Guglhupf (Torta de Mantequilla)            | 2,00 |
| Brownie con Nuez                           | 2,75 |
| Linzer                                     | 2,50 |
| Torta de Nuez y Chocolate                  | 3,00 |
| Torta de Nuez y Mantequilla                | 3,00 |
| Cajetas (Torta con Nuez)                   | 6,75 |
| Bombones de Chocolate rellenos             | 1,50 |

|                                            |  |
|--------------------------------------------|--|
| Cafés especiales de nuestra cocina, 20     |  |
| Or chocolate drachy from our chocolate, 20 |  |

| Helados |  |
|---------|--|
|---------|--|

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración  
de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 23 de octubre de 2017, conoció la petición del estudiante **TANIA ARACELY ZUÑIGA BARAHONA** con código 60164, quien presenta su diseño de trabajo de titulación denominado: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA EN ARZUBA HOTEL"**, previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial.- El Consejo de Facultad acogió el informe de la Junta Académica de Administración de Empresas y resolvió aprobar el diseño.- Designa como **Directora a la ingeniera Verónica Rosales Moscoso** y como miembros del Tribunal Examinador a la ingeniera María Esthela Saquicela Aguilar y al ingeniero Lenin Erazo Garzón. En esta misma sesión el Consejo de Facultad fija como plazo para la entrega del trabajo de titulación, seis meses contados desde la fecha de su aprobación, esto es hasta el 23 de abril de 2018, debiendo el Director presentar a la Junta Académica, dos informes bimensuales.

Cuenca, octubre 24 de 2017



Dra. Jenny Ríos Coello  
Secretaria de la Facultad de  
Ciencias de la Administración



***Nota: Los estudiantes que tienen más de un año de finalización de la carrera, deben realizar actualización de conocimientos, previa la presentación de una solicitud dirigida al señor Decano de la Facultad.***

FACULTAD DE  
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
SECRETARÍA

rcr.-



## CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA EN ARZUBA HOTEL", presentado por la estudiante Tania Aracely Zúñiga Barahona con código 60164, previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial, para el día **Jueves, 12 de octubre de 2017 a las 17h00.**

*Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificación ni cambios en la documentación; únicamente, en caso de aprobación con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.*

Cuenca, 04 de octubre de 2017

Dra. Jenny Ríos Guello  
Secretaria de la Facultad

Ing. Verónica Rosales Moscoso

Ing. María E. Saquicela Aguilar

Ing. Lenin Erazo Garzón

No puedo debido a la sustentación de una tesis en la Facultad de Ciencias y Tecnología a la misma hora.

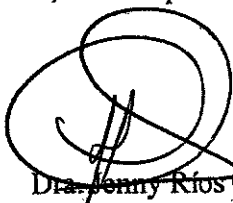
Comunicado

## CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA EN ARZUBA HOTEL", presentado por la estudiante Tania Aracely Zúñiga Barahona con código 60164, previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial, para el día **Lunes, 18 de septiembre de 2017 a las 11h00.** (10AM)

*Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificación ni cambios en la documentación; únicamente, en caso de aprobación con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.*

Cuenca, 12 de septiembre de 2017



Dra. Jenny Ríos Coello  
Secretaria de la Facultad

Ing. Verónica Rosales Moscoso

✓

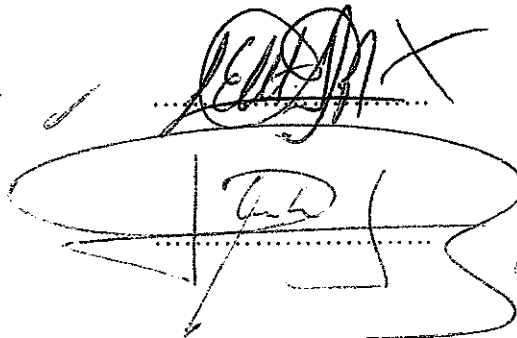
.....

Ing. María E. Saquicela Aguilar

✓

.....

Ing. Lenin Erazo Garzón



209



ACTA  
SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

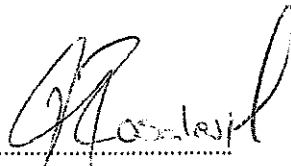
- 1.1. Nombre del estudiante: Tania Aracely Zúñiga Barahona  
1.2. Código: 60164  
1.3. Director sugerido: Ing. Verónica Rosales Moscoso  
1.4. Codirector (opcional): \_\_\_\_\_  
1.5. Tribunal: Ing. María Esthela Saquicela Aguilar e Ing. Lenín Erazo Garzón  
1.6. Título propuesto: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA EN ARZUBA HOTEL"**  
1.6.1. Aceptado sin modificaciones : ☒ \_\_\_\_\_

- 1.6.2. Aceptado con las siguientes modificaciones:
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

- 1.6.3. No aceptado

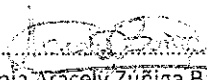
- 1.6.4. Justificación:
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

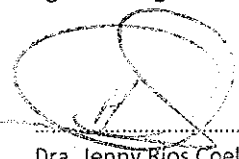
Tribunal

  
Ing. Verónica Rosales Moscoso

  
Ing. Ma. Esthela Saquicela Aguilar

.....  
Ing. Lenín Erazo Garzón

  
Srta. Tania Aracely Zúñiga Barahona

  
Dra. Jenny Ríos Coello  
Secretaria de la Facultad

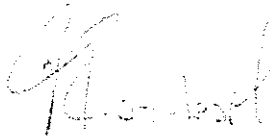
Fecha de sustentación: Martes, 12 de octubre de 2017 a las 17h00

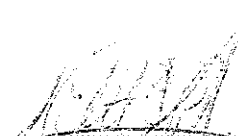


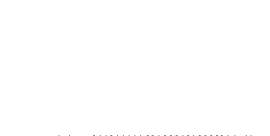
**RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN  
(Tribunal)**

- 1.1 Nombre del estudiante:** Tania Aracely Zúñiga Barahona  
**1.1.1 Código :** 60164  
**1.2 Director sugerido:** Ing. Verónica Rosales Moscoso  
**1.3 Codirector (opcional):**  
**1.4 Título propuesto:** "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA EN ARZUA HOTEL"  
**1.5 Revisores (tribunal):** Ing. Ma. Esthela Saquicela e Ing. Lenin Erazo Garzón  
**1.6 Recomendaciones generales de la revisión:**

|                                                                                                     | Cumple | No cumple |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------|
| <b>Problemática y/o pregunta de investigación</b>                                                   |        |           |
| 1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?                                                       | /      |           |
| 2. ¿Tiene relevancia profesional y social?                                                          | /      |           |
| <b>Objetivo general</b>                                                                             |        |           |
| 3. ¿Concuerda con el problema formulado?                                                            | /      |           |
| 4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?                                             | /      |           |
| <b>Objetivos específicos</b>                                                                        |        |           |
| 5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?                                                       | /      |           |
| 6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?                                               | /      |           |
| <b>Metodología</b>                                                                                  |        |           |
| 7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?                                   | /      |           |
| 8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?                                    | /      |           |
| 9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?              | /      |           |
| 10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?                         | /      |           |
| <b>Resultados esperados</b>                                                                         |        |           |
| 11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?                           | /      |           |
| 12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?                                                      | /      |           |
| 13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?                                         | /      |           |
| 14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas? | /      |           |

  
 Ing. Verónica Rosales Moscoso

  
 Ing. María Esthela Saquicela Aguilar

  
 Ing. Lenin Erazo Garzón

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**FECHA: 25-08-2017**

**Estudiante: ZUÑIGA BARAHONA TANIA ARACELY**



Lugar de Almacenamiento  
F: UDA Calidad/Académico Estudiantes/UTE/Trabajos de Titulación/Registros

Retención  
3 años

Disposición Final  
Almacenar en nube de respaldos

Cuenca, 25 de agosto de 2017  
Oficio: EA-1377-2017-UDA

**Ingeniero**  
**OSWALDO MERCHÁN MANZANO**  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**Su despacho**

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por Zúñiga Barahona Tania Aracely con código 60164, tema: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN ARZUBA HOTEL"**, informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la "Guía para elaboración y presentación de la denuncia/ protocolo de trabajo de titulación"

Director: Ing. Rosales Moscoso María Verónica

Tribunal sugerido: Ing. Saquicela Aguilar María Esthela  
Ing. Erazo Garzón Lenin Xavier

Atentamente,

**ECO. ANDREA FREIRE PESÁNTEZ**  
**Coordinadora (E) de la Junta de Administración**  
**Universidad del Azuay**

Cuenca, 24 de Agosto de 2017

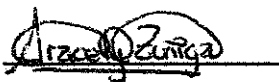
Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

Respetado Ingeniero,

Yo Tania Aracely Zuñiga Barahona, Gerente General, Representante legal de la empresa Arzuba Hotel, y estudiante de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay, autorizo realizar el trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en la empresa, misma que ayudará a la estudiante proporcionándole los documentos e información requerida para el desarrollo de su trabajo.

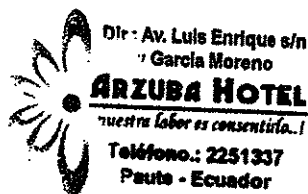
Sin otro particular me suscribo,

Atentamente



Aracely Zuñiga

Gerente General



**Oficio Estudiante: Aprobación diseño**

ADM-RE-EST-07

Version 01

05/02/2017

Página 1 de 1



Escuela  
Administración  
de Empresas

Lugar de Almacenamiento  
F: Archivo Secretaría de la Facultad

Retención  
5 años

Disposición Final  
Almacenar en archivo pasivo de la Facultad

Cuenca, 24 de agosto de 2017

Ingeniero,

Oswaldo Merchán Manzano

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

De mi consideración,

Estimado Señor Decano yo, **Tania Aracely Zuñiga Barahona** con C.I. **0302008453**, código estudiantil **60164**; estudiante de la Carrera de Administración de Empresas, solicito muy comedidamente a usted la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN ARZUBA HOTEL"** previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial para lo cual adjunto la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipo mi agradecimiento

Atentamente,

**Tania Aracely Zuñiga Barahona**

**Estudiante de la Carrera de Administración de Empresas**

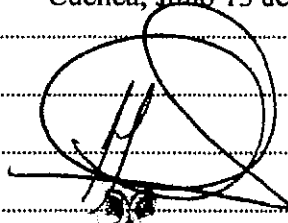


DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRE-  
TARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA ADMINISTRACION DE LA UNI-  
VERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la señorita Tania Aracely Zúñiga Barahona, registrada con código 60164, luego de cumplir con todas las asignaturas del pensum de Estudios y cumplir con todos los requisitos legales y reglamentarios de la Escuela de Administración de Empresas, finalizó sus estudios el 07 de Diciembre de 2016.

Cuenca, Julio 13 de 2017



ESCUELA DE  
ADMINISTRACION  
SECRETARIA

No. Derecho 058857

rgp.-

  
FACULTAD DE  
ADMINISTRACION  
SECRETARIA



Cuenca, 24 de Agosto de 2017

Ingeniero,  
Oswaldo Merchán Manzano  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, María Verónica Rosales Moscoso informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación elaborado previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial denominado, "Plan de Negocios para la Implementación de una cafetería en Arzuba Hotel ", realizado por la estudiante Tania Aracely Zúñiga Barahona, con código estudiantil 60164, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente

Ing. María Verónica Rosales Moscoso MBA.

RECIBIDO  
2017-08-24  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
SECRETARÍA



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Escuela de Administración de Empresas**

**Protocolo de trabajo de titulación**

**Título:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN  
ARZUBA HOTEL”**

**Nombre del estudiante:**

**Tania Aracely Zuñiga Barahona**

**Director sugerido:**

**Ing. Com. Verónica Rosales Moscoso, MBA**

**Cuenca – Ecuador**

**2017**



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY

**1.1 Nombre del estudiante:** Zuñiga Barahona Tania Aracely

**1.1.1 Código:** 60164

**1.1.2 Contacto:**

**Teléfono convencional:** 072251337

**Teléfono celular:** 0984741922

**E-mail:** aracely.zu.cue@hotmail.com

**1.2 Director sugerido:** Rosales Moscoso María Verónica, Ingeniera Comercial, MBA.

**1.2.1 Contacto:**

**Teléfono convencional:**

**Teléfono celular:** 0998438640

**E-mail:** vrosales@uazuay.edu.ec

**1.3 Co-director sugerido:** Castro Rivera María Elena, Ingeniera Comercial, MBA.

**1.3.1 Contacto:**

**Teléfono convencional:** 072801168

**Teléfono celular:** 0987868396

**E-mail:** mcastror@uazuay.edu.ec

**1.4 Asesor metodológico:**

**1.5 Tribunal designado:**

**1.6 Aprobación:**

**1.7 Línea de Investigación de la carrera:** 5311. Organización y Dirección de Empresas

**1.7.1 Código UNESCO:** 5311.99 Emprendimiento

**1.7.2 Tipo de trabajo:** a) Modelo de Negocios

b) Investigación Formativa

**1.8 Área de estudio:** Emprendimiento

**1.9 Título propuesto:**

**"Plan de negocios para la implementación de una cafetería en Arzuba Hotel"**

**1.10 Subtítulo:**

**1.11 Estado del proyecto:** Nuevo

## **2. CONTENIDO**

### **2.1 Motivación de la investigación:**

Debido al incremento poblacional y la afluencia turística que tiene el cantón Paute se ve la necesidad de implementar una cafetería en Arzuba Hotel por la gran acogida que mantiene el establecimiento tanto con personas extranjeras como nacionales y a su vez por estar cercano a lugares de gran afluencia poblacional que buscan la tranquilidad y un lugar para desestresarse o hacer negocios disfrutando de diferentes tipos de café, sandwiches y postres.

### **2.2 Problemática:**

Paute al ser un cantón que crece día a día tanto en población y afluencia turística también crece en el ámbito comercial, por lo que se debe contar con lugares que acojan tanto a empresarios, turistas y familias.

Arzuba Hotel no cuenta con una Cafetería, por lo que se ve la necesidad de implementar un lugar cómodo con un ambiente tanto familiar como para negocios ya que se encuentra localizado cerca de lugares como la registraduría de la propiedad, la judicatura del cantón Paute, el parque lineal, el terminal terrestre, etc. y a su vez aporta un valor adicional al hotel para sus hospedados.

### **2.3 Pregunta de investigación:**

**¿Es factible la implementación de una Cafetería en Arzuba Hotel?**



El presente trabajo de Investigación corresponde a un plan de negocios para la implementación de una Cafetería en Arzuba Hotel en el cantón Paute, provincia del Azuay, debido a que el establecimiento no cuenta con una cafetería y al crecimiento poblacional y turístico que tiene dicho cantón, se toma en cuenta esta opción de negocio que pretende ser un lugar acogedor que brinde un servicio de calidad tanto para un clima cálido o frío, contando con diversos estilos de cafés, sandwiches y postres, por lo que a través de este proyecto se busca analizar esta oportunidad de negocio.

Se pretende conocer la situación del entorno en las cuales se desarrollará este proyecto y verificar las condiciones de operatividad con estudios técnicos y comerciales, que ayuden a tomar la decisión acerca de factibilidad de este proyecto de investigación.

En este proceso se procederá analizando datos del cantón Paute los cuales hacen referencia sobre el estudio del proyecto.

Según datos de la Prefectura del Azuay, a 42 km de la ciudad de Cuenca y a 2100 m sobre el nivel del mar se encuentra el cantón Paute, un Cantón que fue creado en 1860 y que ha sido un referente turístico de la zona austral, este Cantón ha mantenido un crecimiento poblacional en los últimos 20 años, con una población de 25494 habitantes, siguiendo su crecimiento poblacional a un ritmo muy alto debido a las condiciones de habitabilidad, las ferias se realizan los días domingos y miércoles ocasionando una concentración poblacional y de igual manera ocurre en días festivos y principalmente en el feriado de carnaval.

Para realizar este plan de negocios nos fundamentamos teóricamente y a través de los conocimientos adquiridos durante los años de estudio en lo siguiente:

Según Balanko-Dickson, G. (2008) Plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas.

**Análisis del mercado:** identifica las tendencias que prevalecen en el mercado, tamaño de éste, análisis de la competencia, participación de mercado proyectada y como tomará las decisiones respecto de los productos y servicios que ofrecerá.

**Estudio técnico:** contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso

eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridas.

Estudio financiero: consiste en analizar y determinar la cantidad económica necesaria para realizar el plan de negocios. (p.4-6).

El propósito del análisis FODA es determinar los factores que puede favorecer (fortalezas y oportunidades) u obstaculizar (debilidades y amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad, permitiéndonos determinar las verdaderas posibilidades que tiene la empresa para alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente, concienciar al dueño de la empresa sobre la dimensión de los obstáculos que deberá afrontar y permite explotar mas eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar el efecto de los factores negativos. (Marketing, P, 1994, pp:157).

Las cafeterías son aquellos establecimientos que prestan servicio de platos combinados y/o bebida a cualquier hora, dentro de las que permanezcan abiertos, y que no precisarán ser ofrecidos en comedor independiente. (Zaragoza, 2008)

## **2.6 Hipótesis:**

No aplica

## **2.7 Objetivo general:**

Realizar un plan de negocios para la implementación de una Cafetería en Arzuba Hotel en el cantón Paute.

## **2.8 Objetivos específicos:**

- Recopilar información del sector de cafeterías para identificar y analizar la situación del entorno.
- Medir la aceptación potencial de la cafetería en el cantón Paute a través de la realización de un estudio empleando encuestas.
- Realizar un estudio técnico para la implementación de la Cafetería.
- Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.



UNIVERSIDAD DEL  
AZUAY

## 2.9 Metodología:

Los métodos que se va a desarrollar en la investigación será en el estudio de mercado a través de una investigación cuantitativa con una encuesta dirigida a clientes de Arzuba Hotel y en el cantón Paute, que como referente del tema permitirá tener una mejor percepción en la implementación de la cafetería, al proporcionar información necesaria en este ámbito.

Así mismo, se realizará un estudio de la segmentación del mercado en función de las variables existentes. En el entorno permitirá conocer el tipo de competencia a la cual se va a abordar, estableciendo cuales son los gustos y preferencias de los potenciales clientes para ofrecer varios beneficios que satisfagan sus necesidades de un servicio que también proporcionará distracción y relajación dentro de un entorno diferente.

## 2.10 Alcances y resultados esperados:

### Alcances:

El plan de negocios se desarrollará en el cantón Paute.

Se analizará la rentabilidad del negocio.

Se analizará la competencia directa.

### Resultados esperados:

Se expandirá los servicios de Arzuba Hotel generando una ventaja competitiva frente a la competencia.

Se generará empleo.

La implementación de la cafetería en Arzuba Hotel permitirá atraer turistas y a la población local brindando servicios de excelente calidad.

## 2.11 Supuestos y riesgos:

Los riesgos de obtener una proyección incorrecta del tamaño de mercado y de los gustos y preferencias de los consumidores. Proyectar erróneamente los datos financieros y alterar los resultados.



## 2.12 Presupuesto:

| <b>Rubro - Denominación</b> | <b>Costo USD</b> | <b>Justificación</b>                 |
|-----------------------------|------------------|--------------------------------------|
| Encuestas                   | \$160,00         | Medición del grado de aceptación     |
|                             |                  | Traslado a la Universidad, al cantón |
| Movilidad                   | \$100,00         | Paute                                |
| Copias                      | \$10,00          | Copias de Encuestas                  |
| Costos universitarios       | \$40,00          | Pagos de derechos necesarios         |
| Internet                    | \$42,00          | Acceso a bases de datos              |
|                             |                  | Compra de materiales necesarios      |
| Suministros y Materiales    | \$40,00          | para la elaboración de la tesis      |
| Varios                      | \$50,00          | Varios                               |
| <b>TOTAL</b>                | <b>\$442,00</b>  |                                      |

## 2.13 Financiamiento

El proyecto será autofinanciado por el autor.

## 2.14 Esquema tentativo

### Introducción

### CAPÍTULO I- Diagnóstico de la situación de la empresa.

#### 1.1 Antecedentes

##### 1.1.1 Cantón Paute

##### 1.1.2 Arzuba Hotel

#### 1.2 Tipo de empresa y Descripción

#### 1.3 Misión, Visión, Valores

#### 1.4 Objetivos de la cafetería

### CAPÍTULO II- Análisis de mercado

#### 2.1 Análisis interno y externo

##### 2.1.1 Análisis FODA

##### 2.1.2 Análisis PEST

#### 2.2 Estudio de mercado

2.3 Análisis de sustentabilidad

2.4 Estrategia comercial

### CAPÍTULO III – Estudio técnico y legal del proyecto

3.1 Localización de la cafetería en Arzuba Hotel

3.2 Diseño y tamaño de infraestructura y maquinaria

3.3 Permisos de funcionamiento

3.4 Análisis de factibilidad técnica

### CAPÍTULO IV – Estudio Financiero

4.1 Inversión Inicial

4.2 Determinación de costos y gastos

4.3 Flujo de Caja

4.4 VAN

4.5 TIR

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

### 2.15 Cronograma

| Objetivos                                                                                                                                      | Actividades                                                 | Resultados esperado                                 | Tiempo (semanas) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------|
| Realizar un plan de negocios para la implementación de una cafetería en Arzuba Hotel en el cantón Paute, y analizar la viabilidad del negocio. | Definir el tipo de empresa                                  | Establecer el tipo de empresa que se va a construir | 1                |
|                                                                                                                                                | Definir misión, visión, valores y objetivos de la cafetería | Establecer la orientación de la empresa             | 1                |

|                                                                                                                                                     |                                                         |                                                                                                                                                                                                         |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Medir la aceptación potencial del servicio de la Cafetería en Arzuba Hotel en el cantón Paute a través de la realización de un análisis de mercado. | Analizar el FODA y el análisis PEST                     | Determinar los aspectos internos y externos del entorno empresarial para tomar en cuenta acciones específicas y a su vez las condiciones del ámbito político, económico, social y tecnológico del país. | 2 |
|                                                                                                                                                     | Estudio de mercado                                      | Conocer tanto los gustos y preferencias de los clientes.                                                                                                                                                | 1 |
|                                                                                                                                                     | Análisis de sustentabilidad                             | Definir si el mercado es suficiente para la implementación de la cafetería.                                                                                                                             | 3 |
|                                                                                                                                                     | Establecer una estrategia comercial                     | Formular un plan de comercialización establecido para la cafetería.                                                                                                                                     | 1 |
| Realizar un estudio técnico y legal para la implementación de la Cafetería en Arzuba Hotel.                                                         | Localización de la cafetería.                           | Precisar la localización optima para la cafetería en Arzuba Hotel.                                                                                                                                      | 1 |
|                                                                                                                                                     | Definir el diseño y tamaño de la infraestructura        | Diseño y tamaño funcional y bien distribuido                                                                                                                                                            | 5 |
|                                                                                                                                                     | Definir el marco legal para implementación del negocio. | Conocer los aspectos legales para la implementación y a su vez los permisos de funcionamiento del negocio.                                                                                              | 2 |
|                                                                                                                                                     | Análisis de factibilidad técnica                        | Definir si es técnicamente factible la implementación de la cafetería en Arzuba Hotel.                                                                                                                  | 1 |



|                                                                        |                                      |                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------|----|
| Realizar un estudio financiero para la implementación de la Cafetería. | Determinar la rentabilidad VAN y TIR | Definir financieramente la rentabilidad de la cafetería. | 2  |
| TOTAL                                                                  |                                      |                                                          | 20 |

## 2.16 Referencias: Citadas según el modelo APA

Balanko-Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.

Marketing, P. (1994). *El plan de negocios*. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.

Zaragoza. (2008). *Emprende tu idea de negocio*. Recuperado de <https://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/Cafeteria.pdf>.

Cipriano, L. G. A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Distrito Federal, MÉXICO: Grupo Editorial Patria. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.

Prefectura del Azuay. Recuperado de <http://www.azuay.gob.ec/cantones/paute>.

Flores, P., Avila, V. (2014). *Estudio de factibilidad para implantar una fábrica procesadora de Stevia en la ciudad de Cuenca*. (Tesis de Grado). Universidad del Azuay, Cuenca.

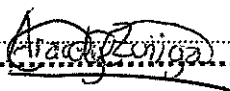
Leguizamon, D., Ateortua, J. (2010). *Plan de negocios para el desarrollo de un café restaurante temático vintage*. (Tesis de Grado). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Abad, M. (2007). *Innovación empresarial: Plan de negocios para la creación de "El Pub" bar, café*. (Tesis de Grado). Universidad del Azuay, Cuenca.

**2.17 Anexos**

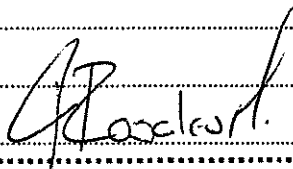
Ninguno

**2.18 Firmas de responsabilidad (estudiante)**



**Tanía Aracely Zuñiga Barahona**

**2.19 Firma de responsabilidad (director sugerido)**



**Ing. Verónica Rosales Moscoso, MBA.**

**2.20 Fecha de entrega**