



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

SEDE GUAYAQUIL

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SITIO
EXCLUSIVO EN CAFETERÍAS Y DULCERÍAS EN LA CIUDAD DE
MILAGRO, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA EL AÑO 2013"**

AUTORES:

**ALVARADO ROMERO ROSALYN ALEXANDRA
QUINTERO CÁRDENAS SILVANA MARÍA**

DIRECTOR DEL PROYECTO:

MSc. FREDDY JAVIER TEJADA ESCOBAR

GUAYAQUIL, 21 DE MARZO 2013

ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Yo, MSc. Freddy Javier Tejada Escobar en mi calidad de tutor de Investigación, nombrado por el consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO.

Que he analizado el proyecto de Investigación cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SITIO EXCLUSIVO EN CAFETERÍAS Y DULCERÍAS EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA EL AÑO 2013”**, presentado por los egresados Sr. (a) Alvarado Romero Rosalyn Alexandra, Quintero Cárdenas Silvana María, como requisito previo para optar por el Título de **“Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría - CPA”**.

El problema de la investigación se refiere a: **¿Qué efectos tiene la falta de un sitio exclusivo en cafeterías y dulcerías de que brinde excelentes servicios y valores agregados en la ciudad de Milagro?**. El mismo que fue aceptado por reunir los resultados legales y por la importancia del Tema.

Tutor:

MSc. Freddy Javier Tejada Escobar

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Guayaquil, 21 de Marzo de 2013

Rosalyn Alexandra Alvarado Romero

C.I. 0917312191

Silvana María Quintero Cárdenas

C.I. 0918306465

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría – CPA, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA ()

DEFENSA ORAL ()

TOTAL ()

EQUIVALENTE ()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

A Dios, el ser Supremo que me da la vida y la oportunidad de superarme es quien dirige mi camino, por la sabiduría y la fuerza, logrando así alcanzar las metas y propósitos.

Te amo, oh Jehová, fortaleza mía.
Jehová, roca mía y castillo mío, y mi libertador;
Dios mío, fortaleza mía, en él confiaré;
Mi escudo, y la fuerza de mi salvación, mi alto refugio.
Invocaré a Jehová, quien es digno de ser alabado,
Y seré salvo de mis enemigos.

Salmo 18:1-3

A mi esposo por ser mi ayuda idónea por su amor y comprensión, a mis hijos que los amo son mis razones de seguir y no declinar, a mi mamá por sus oraciones y bendiciones que recibo todos los días, a mi hermana por ser mi amiga y entenderme.

Silvana María Quintero Cárdenas

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primera instancia a nuestro Padre Celestial, mi Dios por darme vida, salud, sabiduría derramando bendiciones cada minuto de mi vida.

A mis padres Nancy y Antonio por su incondicional apoyo, por la paciencia, y por el esfuerzo que hacen por mí en los momentos de mayor dificultad, y en los más importantes de mi vida, a mis hijas Joselyne y Madelayne, por todo el tiempo que no he estado junto a ellas, a quienes amo profundamente y quienes son la fuente interminable de inspiración y fortaleza para seguir adelante.

A mis hermanos, amigos, compañeros por sus palabras de aliento, a los valiosos consejos de una persona especial para mí, quien ha sabido comprender y brindarme su apoyo incondicional en esta ardua labor.

Solo me resta decirles gracias lo he logrado.

Jesús es mi Pastor, y nada me faltará...

Salmo 23.

Rosalyn Alexandra Alvarado Romero

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por bendecirme cada día y haber permitido llegar a esta fase muy importante de mi vida, por fortalecer mi corazón e iluminarme y por poner en mi camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi esposo por haber sido un gran apoyo, compañía y sus consejos, a mis hijos Pedrito y Francisco Mite, ya que junto a ellos he atravesado esta etapa de mi vida tratando de darles el ejemplo de perseverar y luchar sin declinar, por la comprensión por las horas que no estuve con ellos. A mi mamá por estar siempre pendiente de mi, por ser mi mejor modelo de superación por el entusiasmo que siempre me ha dado para lograr finalizar mi carrera.

Deseo agradecer a mis amigos que juntos hemos compartido buenos y malos momentos durante todo el tiempo de estudios en especial a Evelyn, Rosalyn, Johanna y Víctor. A mi compañera de Tesis, por darme toda su confianza y empezar este proyecto junto a ella e ir madurando las ideas que al fin fueron modeladas en estas páginas. sin su apoyo jamás hubiera podido llegar a terminar esta etapa de mi carrera profesional.

Agradezco de manera especial a mi Tutor MSc. Freddy Tejada por su compromiso con el objetivo de transmitir sus conocimientos para que seamos unos profesionales de alto nivel.

A mi hermana su esposo e hijos porque han sido ellos quienes ha cuidado de mis hijos en toda la etapa de estudios y poder culminar mi carrera.

Silvana María Quintero Cárdenas

AGRADECIMIENTO

Primeramente dar gracias a mi Padre Celestial, por permanecer junto a mí en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por haber puesto en nuestro camino a personas que han sido soporte, guía y compañía durante todo el tiempo de estudio.

Mi agradecimiento a mis padres, a mis hijas, a mis hermanos, mis sobrinos por su apoyo, por sus consejos, por la comprensión brindada durante el tiempo que no pude compartir con ellos.

Quiero expresar de manera especial mi agradecimiento a mi compañera de tesis por permitirme realizar juntas este proyecto y plasmar una a una las ideas para darle forma a este proyecto, a mis amigos Silvana, Evelyn y Víctor, con quienes compartí muchos momentos buenos y malos pero siempre estuvieron allí dándome apoyo mutuamente, haciendo prevalecer ese sentimiento hermoso como es la amistad.

A mis profesores por sus constantes enseñanzas, agradezco especialmente al MSc. Freddy Tejada, mi tutor, por su paciencia, por transmitirme sus conocimientos para lograr realizar este proyecto y ser una profesional brillante, a todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron o participaron en la realización de esta investigación hago expreso mis agradecimientos.

Rosalyn Alexandra Alvarado Romero

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

MSc. Jaime Orozco Hernández

Rector de Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autores del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo Tema fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SITIO EXCLUSIVO EN CAFETERÍAS Y DULCERÍAS EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA EL AÑO 2013**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Guayaquil, 21 de Marzo del 2013

Rosalyn Alexandra Alvarado Romero

C.I. 0917312191

Silvana María Quintero Cárdenas

C.I. 0918306465

ÍNDICE GENERAL

Contenido

CARÁTULA	i
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
DEDICATORIA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR.....	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.1.3 Formulación del Problema	3
1.1.4 Sistematización del Problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema	4
1.2 OBJETIVOS	4

1.2.1	Objetivo General	4
1.2.2	Objetivos Específicos.....	4
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3.1	Justificación de la Investigación.....	5
 CAPÍTULO II		
MARCO REFERENCIAL		7
2.1	MARCO TEÓRICO	7
2.1.1	Antecedentes Históricos	7
2.1.2.	Antecedentes Referenciales	15
2.1.3.	Fundamentación	23
2.2.	MARCO CONCEPTUAL	49
2.3	HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	55
2.3.1	Hipótesis General	56
2.3.2	Hipótesis Particulares	56
2.3.3	Declaración de Variables	56
2.3.4	Operacionalización de las Variables	58
 CAPÍTULO III		
MARCO METODOLÓGICO		59
3.1	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	58
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	60
3.2.1	Características de la población.....	61
3.2.2	Delimitación de la población	62
3.2.3	Tipo de muestra	62
3.2.4	Tamaño de la muestra	63
3.2.5	Proceso de selección.....	63
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	63
3.3.1	Método Teórico	64
3.3.2	Método Empírico.....	65

3.3.3 Técnicas e Instrumentos.....	65
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	65
CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	66
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	66
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	69
4.2.1 Sub-problema # 1	70
4.2.2 Sub-problema # 2	71
4.2.3 Sub-problema # 3	72
4.2.4 Sub-problema # 4	73
4.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	73
RESULTADOS.....	84
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	85
CAPÍTULO V	
PROPUESTA	86
5.1 TEMA.....	86
5.2 FUNDAMENTACIÓN	86
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	89
5.4 OBJETIVOS	89
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta	90
5.5 UBICACIÓN	90
5.6 FACTIBILIDAD.....	91
5.6.1 Estudio Técnico	93
5.6.2 Estudio de Mercado	101
5.6.3 Estudio Administrativo	106
5.6.4 Estudio Legal	117
5.6.5 Estudio Financiero	125

5.6.6 Evaluación Económica del Proyecto.....	134
5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	133
5.7.1. Actividades	136
5.7.2. Recursos, Análisis Financiero.....	137
5.7.3 Cronograma de Actividades.....	138
5.7.4 Impacto	139
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	139
CONCLUSIONES.....	139
RECOMENDACIONES	140
ANEXOS	146
Anexo 1: Formato de Encuesta	
CUESTIONARIO	
Anexos 2: Carta de Gramatóloga	
CERTIFICADO DE GRAMATOLOGÍA	
Anexo 3: Matriz	
MATRIZ	
Anexo 4: Plano de la Cafetería	
PLANO DE LA CAFETERÍA	

ÍNDICE DE CUADROS

Contenido

Cuadro 1. Proceso.....	33
Cuadro 2. Presupuesto Tradicional frente al Presupuesto por Actividades.....	39
Cuadro 3. Plazo de autorizaciones para comprobantes de venta	48
Cuadro 4. Operacionalización de las variables.....	57
Cuadro 5. Estrato de la Población	61
Cuadro 6. Análisis FODA.....	68
Cuadro 7. Perjudica a la inversión no mantener personal de seguridad	69
Cuadro 8. Formas que afectan la rentabilidad del negocio	70
Cuadro 9. Consecuencias por Incumplimiento de Leyes Tributarias.....	71
Cuadro 10. Causas por carencia de control interno y de inventarios	72
Cuadro 11. Disfrutarías de una cafetería exclusiva en Milagro	73
Cuadro 12. Factores de la estabilidad de un negocio.....	74
Cuadro 13. Necesidad de Seguridad en sitios exclusivos	75
Cuadro 14. Tipo de seguridad en establecimientos.....	76
Cuadro 15. Factores que determinan la exclusividad del negocio.....	77
Cuadro 16. Factores para un excelente servicio al cliente	78
Cuadro 17. Cumplimiento de la Leyes Tributarias	79
Cuadro 18. Importancia de emitir facturas a los clientes	80

Cuadro 19. Factores de excelencia en postres y otros productos	81
Cuadro 20. Existencia de control de calidad de servicios y productos	82
Cuadro 21. Verificación de Hipótesis.....	85
Cuadro 22. Suministros de aseo	93
Cuadro 23. Suministros y materiales.....	93
Cuadro 24. Materia prima.....	94
Cuadro 25. Mano de obra directa.....	95
Cuadro 26. Servicios básicos	95
Cuadro 27. Gastos administrativos.....	96
Cuadro 28. Gastos generales.....	96
Cuadro 29. Detalle de activos.....	97
Cuadro 30. Paquetes de Servicios a ofrecer	98
Cuadro 31. Población ciudad de Milagro	103
Cuadro 32. Perfil del Personal Solicitado y Funciones a realizar	106
Cuadro 33. Rol de Pagos de Empleados	114
Cuadro 34. Equipos de Computación.....	123
Cuadro 35. Materiales de oficina	124
Cuadro 36. Muebles y Enseres	124
Cuadro 37. Publicidad	125
Cuadro 38. Maquinarias y equipos	125

Cuadro 39. Activos diferidos.....	125
Cuadro 40. Activos fijos.....	126
Cuadro 41. Financiamiento del Proyecto.....	127
Cuadro 42. Tabla de Amortización	127
Cuadro 43. Flujo de Caja Proyectado.....	128
Cuadro 44. Estado de Resultado Proyectado.....	129
Cuadro 45. Balance General Proyectado	130
Cuadro 46. Índices Financieros	131
Cuadro 47. Punto de Equilibrio.....	132
Cuadro 48. Plan de Ejecución	133
Cuadro 49. Recursos.....	134
Cuadro 50. Cronograma de Actividades.....	135
Cuadro 51. Lineamientos.....	136

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenido

Figura 1. F.O.D.A	68
Figura 2. Perjudica a la inversión no mantener personal de seguridad	69
Figura 3. Formas que afectan la rentabilidad del negocio	70
Figura 4. Consecuencias por Incumplimiento de Leyes Tributarias	71
Figura 5. Causas por carencia de control interno y de inventarios	72
Figura 6. Disfrutarías de un cafetería exclusiva en Milagro	73
Figura 7. Factores de la estabilidad de un negocio	74
Figura 8. Necesidad de Seguridad en sitios exclusivos	75
Figura 9. Tipo de seguridad en establecimientos	76
Figura 10. Factores que determinan la exclusividad del negocio	77
Figura 11. Factores para un excelente servicio al cliente	78
Figura 12. Cumplimiento de las Leyes Tributarias	79
Figura 13. Importancia de emitir facturas a los clientes	80
Figura 14. Factores de excelencia en postres y otros productos	81
Figura 15. Existencia de control de calidad de servicios y productos	82
Figura 16. Croquis de Ubicación del Establecimiento	90
Figura 17. Logotipo del Establecimiento	104
Figura 18. Lineamientos	137



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA.

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SITIO EXCLUSIVO EN CAFETERÍAS Y DULCERÍAS EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA EL AÑO 2013

Autores: Alvarado Romero Rosalyn Alexandra
Quintero Cárdenas Silvana Maria

Tutor: MSc. Freddy Javier Tejada Escobar

RESUMEN

En el Presente trabajo se desea proponer un estudio de factibilidad para la creación de un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro, realizando una investigación y conocer la viabilidad de mercado técnico, organizacional y financiero, para la producción de tortas de diversos sabores y formas, brindando un lugar seguro y cómodo, para personas que estén dispuestos a pagar por un buen servicio y disfrutar de un buen café, con excelente atención al cliente. Para el desarrollo de este proyecto se realizó una investigación de campo y así medir cual es el comportamiento de los consumidores, haciendo un análisis de la población económicamente activa de la ciudad de Milagro, ya que conforman el mercado principal para el proyecto el mismo que servirá como soporte para proyectar la demanda futura que tendrá la empresa y determinar la oferta que actualmente existe en la ciudad. El proyecto se ubicará en el sector norte donde se encuentran residencias, varios negocios comerciales de útiles escolares y bazares, además cuenta con todos los servicios necesarios para el funcionamiento adecuado y fácil acceso. Se ha escogido este sector luego de haber realizado el estudio de localización respectivo. La empresa contará con la infraestructura y requerimientos necesarios para su funcionamiento, es decir, con la materia prima, mano de obra y toda la instrumentación necesaria para la elaboración de productos de calidad, siguiendo correctamente todos los procesos definidos. El objetivo de la empresa es brindar productos de calidad con un servicio personalizado único, por lo que es un factor de éxito ya que generará una gran acogida y se incentivará a los habitantes de la ciudad a acudir al local y disfrutar de los servicios que se ofrece.

Palabras Claves: Factibilidad, Calidad, Seguridad, Exclusivo.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA.

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SITIO EXCLUSIVO EN CAFETERÍAS Y DULCERÍAS EN LA CIUDAD DE MILAGRO, PROVINCIA DEL GUAYAS, PARA EL AÑO 2013

Autores: Alvarado Romero Rosalyn Alexandra
Quintero Cárdenas Silvana Maria

Tutor: MSc. Freddy Javier Tejada Escobar

ABSTRACT

In the present work we wish to propose a feasibility study for the creation of an exclusive place Coffee shop and Sweets in Milagro City, by performing research and knowing the viability of technical, organizational and financial market for the production of cakes of different flavors and forms, providing a safe and comfortable place for people who are willing to pay for good service and enjoy a good coffee, with excellent customer service. For the development of this project we carried out a field research in order to measure the behavior of consumers, performing an analysis of the economically active population of Milagro City, since they are the main market for the project, which will serve as support to project the future demand the company will have and determine the offer which currently exists in the city. The project will be located in the northern sector, which is surrounded by residences, and several commercial businesses of school supplies and bazaars, and also boasts all the services required for the proper operation and easy access. This sector has been chosen after the respective location study. The company will have the infrastructure and requirements necessary for its operation, i.e., the raw material, labor and all the instrumentation needed for the production of quality products, properly following all defined processes. The company's goal is to provide quality products with a unique personalized service, which will be a success factor, since it will generate a great reception and will provide incentive to the residents of the city to attend the place and enjoy the services offered.

Key words: Feasibility, Quality, Safety, Exclusive.

INTRODUCCIÓN

En las ciudades de Ecuador, generalmente en la costa especialmente en Milagro, se realizan con regularidad festejos en diferentes eventos sociales sean estos en familia, con amigos, empresas y público en general, dentro de los cuales una de las partes principales e importantes de dichos festejos es saborear y disfrutar de deliciosos bocaditos tanto de sal como de dulce; así también, celebrar el agasajo con diversas variedades y modelos de tortas.

La idea del proyecto es plantear una tarea muy importante, satisfacer los gustos y preferencias de las personas que disfrutan de este tipo de producto, considerado variedades de bocaditos de sal y dulce, tortas de distintos tipos de masa, diseños y modelos, dando un valor agregado, los cuales estén acorde a la economía de los clientes.

Con el complemento de que garantiza el certificado de calidad en cada uno de los mismos, teniendo en cuenta la ubicación del local, servicio, costo del producto, donde el punto de equilibrio esté entre servir y satisfacer a la comunidad, considerando que esta imagen nos permita acceder en un corto plazo a un direccionamiento de acogida en el mercado, así en un futuro ir ampliando en diferentes lugares estratégicos de la ciudad.

Con la creación de la cafetería y dulcería se pretende contribuir en la generación de puestos de trabajo, directa e indirectamente, a partir de la inclusión de la empresa en el mercado.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En la ciudad de Milagro existen varias tiendas comerciales relacionadas a la venta de tortas y bocaditos, muchos de los cuales desconocen los factores que influyen en el momento de la compra, como es variedad del producto, diseño y calidad.

Evidentemente existen establecimientos de ventas de pasteles y bocaditos, pero no un servicio al comprador, los mismos que se oponen a la idea de negocio, el cual se sintetiza en entregar al cliente un producto de calidad con excelente atención de servicio y tiempo de entrega, a precios razonables acordes a la situación económica actual.

Cabe indicar que la calidad en los productos influye notablemente en la materia prima y el proceso de elaboración de los mismos, ya que al producir los productos en referencia con materia prima de mala calidad acompañados éstos con una pésima elaboración, el resultado se verá reflejado en las ventas.

Ahora bien, desde el punto de vista de atención al cliente para que una empresa productora y comercializadora de tortas y bocaditos como ésta progrese, es importante que el ente en mención (cliente) se sienta satisfecho, logrando así una atención personalizada cumpliendo satisfactoriamente los requerimientos de éste; lo que hace la diferencia entre las demás.

Contar con un sitio exclusivo y seguro para disfrutar con tranquilidad es un factor muy importante, debido a los índices de delincuencia que existe en la ciudad, por eso una de las prioridades de la empresa es pensar en la seguridad de los clientes.

Existe un problema que sumado a los anteriores tiene su importancia, es la falta de Visión en los empresarios de la ciudad. Se puede decir que al crear una empresa debe ser proyectada a futuro, ya que está es la fuente de inspiración para el

negocio y esencia que orienta la iniciativa, de él se extraen fuerzas en los momentos complicados y esto es lo que ayuda a trabajar por un motivo, en la misma dirección a todos los que se involucran en el negocio.

Un aspecto muy importante es mencionar que uno de los problemas actuales en el país es la evasión de impuestos o la declaración parcial de los mismos en los negocios lo que provoca el cierre temporal de los mismos.

Se debe anotar que es importante realizar inventarios de materiales existentes y de la materia prima, y así poder constatar que dentro de esta no existan productos caducados lo cual afectaría la fabricación al producto final.

Adicionalmente en todo este cambio será necesaria la aplicación de controles internos, debido a que en los negocios ocasiona un gravísimo problema los retrasos en todo tipo de procesos en cuanto al tiempo, seguridad, calidad, desarrollo, y confiabilidad, lo cual afecta a la toma de decisiones.

En conclusión, los principios fundamentales de la empresa son brindar calidad de producto y de servicio, para el desarrollo de la misma, siendo pilares importantes en el funcionamiento de la empresa, fomentando el cumplimiento de los mismos por parte de cada uno de los involucrados, para así generar en los clientes experiencias que excedan sus expectativas, y fomentar su fidelidad con la empresa, ya que al cumplir con cada una de ellas estamos asegurando el éxito del negocio.

1.1.2 Delimitación del Problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Área: Expansión Comercial

Universo: Población Económicamente Activa

1.1.3 Formulación del Problema

¿Qué efectos tiene la falta de un sitio exclusivo en cafeterías y dulcerías de que brinde excelentes servicios y valores agregados en la ciudad de Milagro?

1.1.4 Sistematización del Problema

1. ¿Cuánto perjudica a la inversión el no mantener personal de seguridad en sitios exclusivos?
2. ¿De qué forma afecta la rentabilidad del negocio la mala imagen e inadecuada atención a sus clientes?
3. ¿Qué consecuencias tiene mantener el negocio sin cumplir con las Leyes Tributarias?
4. ¿Qué sucede con la cafetería sino cuenta con un debido control interno y de inventarios?

1.1.5 Determinación del tema

Debido al creciente desarrollo económico y poblacional en la ciudad de Milagro, surge la necesidad de plantear un estudio para analizar y comprender el emprendimiento de creación de una Cafetería con altos estándares de calidad y competitividad.

Por lo cual realizaremos el presente análisis:

Estudio de Factibilidad para la Creación de un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, para el año 2013.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

- Desarrollar un estudio que permita conocer los motivos por los cuales falta un sitio exclusivo en cafeterías y dulcerías en la ciudad de Milagro, por medio de encuestas y entrevistas para brindar otras alternativas de servicio.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Indagar las razones que perjudican a la inversión al no contar con personal de seguridad capacitado en sitios exclusivos.
- Conocer los motivos por los cuales disminuyen costos en la contratación de personal inadecuado para la atención al cliente.
- Investigar los efectos que causan a la empresa al incumplir las leyes tributarias.

- Establecer las circunstancias por las cuales no se realizan los inventarios y un debido control interno.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

Esta investigación se basa en la idea de emprendimiento y promover crecimiento o desarrollo de la actividad económica de una empresa mediante la ampliación de una gama de productos y servicios a ofrecer; haciendo un recorrido en la ciudad se ha observado que existe la carencia de un sitio exclusivo en cafeterías y dulcerías; una entidad que tenga como fin satisfacer necesidades de los clientes, ofreciendo diseños exclusivos, sabores variados, a costos razonables y buena calidad, buscando opciones innovadoras.

La falta de lugares inéditos en la ciudad de Milagro, provoca que nazca el interés por realizar un estudio minucioso del mercado, a través de encuestas y entrevistas las mismas que serán realizadas a las personas de nivel económicos medios y altos de esta ciudad; lo cual servirán para conocer los gustos y exigencias, así mismo la variedad en cuanto a sabor, calidad, y lo más importante los valores económicos.

En la actualidad los cambios que se producen en la línea a investigar, van a pasos acelerados, lo que obligará a tomar medidas importantes para realizar una planificación bien estructurada de las variables que influyen en el servicio de atención y sobre todo en la elaboración del producto, tomando en cuenta que el mercado de tortas y dulces es amplio en el país y utiliza productos nacionales como internacionales.

Cabe indicar que debido al escaso o casi nulo apoyo al pequeño y mediano empresario, así como también la falta de visión empresarial impide un crecimiento económico en los negocios; lo que conlleva que disminuya la calidad de vida de los habitantes de esta ciudad lo cual genera que la P.E.A. de Milagro específicamente la media y alta no cuenten con lugares de exclusividad y tengan que emigrar a ciudades cercanas, ante esta situación y con el fin de contribuir con el crecimiento económico de la ciudad de Milagro, se plantea la expansión comercial de un sitio

diferenciado en cafeterías y dulcerías como una nueva opción de asueto que brinde todas las comodidades para la sociedad.

Y adicionalmente teniendo en cuenta las diferentes alternativas que se pueden obtener para un mejoramiento en la creación de un negocio de pasteles, bocaditos de dulces, sal y sánduches varios. La cafetería presenta varias opciones como comprar la franquicia de una empresa ya existente en el país, solicitar auspicio publicitario, o utilizar materia prima de mejor calidad, para paladares exigentes y refinados contando también con un lugar seguro y climatizado, con excelente atención al cliente. El fin es de ofrecer a cada futuro asiduo de la ciudad de Milagro que esté en búsqueda de sabores y sitios nuevos para degustar un postre o simplemente para poder disfrutar un buen café no tenga que ir a sitios fuera de esta, y así podemos también aportar con la comunicad haciendo que los recursos económicos queden en dentro de la localidad.

Este proyecto es apropiado para quienes estén interesados en conocer las estrategias a seguir en la expansión comercial dentro del mercado ecuatoriano que pueden ser aplicados en sus empresas. Se considera que es necesario realizar más estudios de este tipo para poner en marcha nuevos emprendimientos, ya que de esto depende también la economía de nuestro país.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Historia de la pastelería

“Según cuenta la historia existen recetas desde hace mas 7000 años de Egipto. Antes de Cristo en la ciudad de Roma ya existía el oficio de los “*pastillariorum*”.

Esta historia posee una estrecha relación con la religiosidad. En la Edad Media nace en Francia la sociedad de los obloiers, o productores de obleas, que fabricaban las obleas para el templo. El vulgo consintió a esas obleas y toda clase de bocadillos ya sean de sal o de dulce, como “pedir misericordia”, conservarán la fidelidad del creyente que lo requieren. En realidad el año de liturgia marca también el tipo de pasteles y bocadillos que se realizan en el año.

Los europeos fueron teniendo contacto con otras culturas y distintos bienes como la pasta de hojaldre y el azúcar que forman parte en la elaboración de pasteles.

Para el año 1440, existió una ordenanza utilizada por primera vez la denominaron, de *pasteleros*. Para el año de 1556 Carlos IX en su reinado, se origina un nuevo gremio de pasteleros donde de forma reglamentaria el aprender y tener vía a la maestría. Es donde precisamente da inicio al origen de los primeros los petisús, helados y los pithiviers los predilectos en Francia.

En Europa se introdujo el cacao e incrementó el consumo de azúcar por su rica combinación, expande rápidamente por las cortes de Europa.

Se descubre la levadura en el siglo XVII, lo que enriquece el campo de la panadería con la aparición de brioches y varias especialidades. Con este descubrimiento nos ayuda con mayor fuerza a distinguir al sector panadero con el pastelero.

En Francia en el siglo XVIII da comienzo al proceso del hojaldre, lo que marcó la pastelería moderna como un buen inicio. Para lo cual se amplió con fuerza para este

siglo la línea panadería o bollería vienesa que más tarde María Antonieta difundió en Francia con productos como el croissant.

Durante los siglos XIX y XX se perfeccionaron los equipos y los procesos de elaboración y selección de los componentes. Varias tiendas de pastelería hoy en día conocidas se iniciaron en el este siglo.

En los siglos XVIII y XIX, los pasteles son ya verdaderas obras maestras realizadas con mucho ingenio y creatividad, el elegancia y el gusto de los pasteleros sobre todo si es para una persona importante.

Las primeras máquinas se inventaron en el siglo XIX, como la de hacer hielo la cual facilitó la elaboración en masa. Lo que en un principio permitía conservar en cestas de corcho y madera.

Luego de varios descubrimientos, para el siglo XX los desarrollos técnicos permiten la conservación de los productos y su congelación esto da inicio a que se pueda realizar nuevos progresos en Pastelería. La introducción de la *refrigeración* eficiente y métodos de cocción han dado lugar a grandes avances aumentando la productividad y la calidad de los productos de repostería.”¹

“¿Qué es pastelería?

Es el oficio y arte de hacer toda clase de pasteles y dulces.

La etimología de la palabra pastel que generará a su vez la de pastelería, procede de una antigua palabra francesa *watel* que significa alimento, para ciertos especialistas concuerdan que esta otra viene del latín tardío *pasta* y ésta a su vez del latín tardío *pasté* que era como se le llamaba en la antigüedad a la mezcla de harina y salsa.

La pastelería no solamente comprende el arte del pastelero, sino también los mercancías de su industria. La pastelería se divide en ligeras y sólidas, las cuales se sirven las ligeras al fin de las comidas o entremés como dulce las cuales comprende un sinnúmero de variedades estas son galletas, bizcochos, brioches, y pastas, los sólidos son parte de la comida lo que se comprende a veces de carnes.

¹ CRISOL: La pastelería. Un oficio con historia,
http://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/pasteleria/la_pasteleria_un_oficio_con_historia_/7/

La pastelería se forma aparte de una industria y que hace medio siglo es de consumo universal, el arte de la pastelería se remonta en una gran antigüedad y se la hallaba en los banquetes griegos como es el de Symposium.

Una simple mezcla de harina, leche y miel puesta a secar en una piedra calentada por el sol, se considera un manjar, en ese tiempo se usaba diferentes hechuras de las diferentes fórmulas lo cual gustaba a los habitantes de los primeros Palacios Reales, ellos degustaban con placer todas esas delicias.

El primer pastel en Grecia tomó el nombre de Obelias que significaba Ofrenda, en Francia en el siglo XI era muy costoso unir organizadamente a los Pasteleros y Panaderos, hasta que se les otorgó a algunos de ellos el privilegio de elaborarlas bajo ciertas exigencias y control de la iglesia, empieza la organización convirtiéndose en reales escuelas de perfeccionamiento.

Los pasteleros se acogen en la iglesia, entregando a los Mojes la elaboración de Obleas a cambio solicitaban de sus oraciones a favor de ellos, así la pastelería vivía un poco al ritmo de las celebraciones religiosas y se agasajaban siempre con pasteles, hoy en día la pastelería forma parte transcendental del consumo diario, pero sigue asociado profundamente a la idea de alegría, fiesta y placer.

La pastelería en el siglo XVI, también conocida como Repostería contaba con su propia historia en el año de 1566, bajo el reinado de Carlos IX, y nace la corporación de pasteleros, que reglamenta el enseñanza y el camino a la maestría, lo que se reconocía a través de la fabricación de obras de auténticos maestros.

La levadura biológica descubierta en el siglo XVII, ayuda con mayor fuerza a especializarse el sector panadero por un lado y pastelero por el otro, en aquellos tiempos existían muchas en común en el trabajo de masas de pan y pasteles.

Los pasteleros tienen varias de especialidades en esta época un famoso cocinero, pastelero Antonio Careme, publica su obra titulada EL PASTELERO REAL, considerada como la innovación más moderna. En el transcurso de este siglo la profesión precisa sus recetas, sus procesos, sus técnicas para de esa manera mejorar su tecnología, seleccionar sus utensilios y calificar sus materias primas, muchos establecimientos famosos de la actualidad fueron creados en esa época.

En el siglo XX, dominio del frío (y del calor) como factor de evolución que abre nuevas perspectivas y mejora la calidad como la productividad.

Lo que podemos aprender de la historia de la pastelería es que está sometida al signo de la evolución.”²

Historia del Café

Según (WAGNER, 2001)³:

“En sus comienzos la historia del café asoma rodeada en un manto de oscuridad. Lo que se sabe con seguridad es que los pueblos y civilizaciones de la Prehistoria no conocieron el café. Sus iniciaciones están atadas a varias invenciones y leyendas, a historias mitológicas que ayudaron a propagar su bebida en Arabia.

La difusión de la bebida del café en el mundo oriental se originó entre los siglos XIII y XVI.

Negociantes venecianos lo transportaron de Constantinopla a Italia en el siglo XVII.

Subsiguientemente, la bebida se conoció en Holanda, Francia, Inglaterra, Austria y Alemania. Los holandeses trasladaron la planta a su país.

Al Nuevo Mundo el Café llegó primero a Norteamérica, en donde se propagó durante la Revolución Norteamericana a raíz del rechazo al té. Expedicionarios holandeses trasladaron la planta a Surinam, en América del Sur, y los franceses a sus hogares antillanos, de donde se trascendió a Cayenne, Venezuela, Brasil, el Caribe español, México y Centro América.

Orígenes y Propagación en el Mundo Oriental

Como se ha logrado establecer, el café es natural de la provincia de Kaffa, en el suroeste de Etiopía conocida precedentemente como Abisinia, una región montañosa que alcanza alturas de hasta 3,500 metros, de clima sumiso y vegetación tropical exuberante. Allí apareció la planta del café arábica, en forma silvestre. Sus poblaciones utilizaron el grano desde tiempos antiguos.

De Etiopía la planta transitó más tarde a Arabia, en el cual se propagó como bebida hace unos 800 años, aunque hay quienes mantienen que la primera planta se

² PASTELERÍA: <http://destp.minedu.gob.pe/plancurricular/1130.doc>

³ WAGNER, Regina: *Historia del café de Guatemala*, pp.19 - 26.

sembró en Yemen, distrito de Arabia, y que data del año 575, sólo fue hasta los siglos XV Y XVI cuando el cultivo se sembró intensamente. Para resguardar el desconocido y rentable producto y advertir su siembra en otros países, en Arabia se impidió el transporte del grano, a menos que fuera tostado o pasado por agua hirviendo para arruinar su potencial germinación.

El café ha adquirido diferentes usos, originalmente como alimento, rápidamente como vino, posteriormente como medicina y posteriormente como bebida. En los años 800, los miembros del clan óromo, en Abisinia, acomodaban una comida con la cereza madura. Machacaban el grano seco, lo formaban como bola o torta y lo combinaban con grasa o mantequilla salada. A principios del siglo XX los galla, una tribu inestable africana utilizaban diariamente una porción de café del tamaño de una bola de billar para aguantar sus prolongadas jornadas.

La bebida nació inicialmente del fermento que expulsa la cáscara y la pulpa de la cereza madura, con lo que se transformó una especie de vino aromático. En seguida a través de la cocción de granos secos en agua se empleó a modo de medicina. Hacia el año 1200 se formó la destreza de crear un extracto de la cáscara con agua hirviendo, posteriormente, se tostó la cáscara y alrededor de 1300, apareció la costumbre de descascarar, tostar y triturar los granos en mortero, echar el polvo en agua hirviendo y tomar la composición resultante.

La principal alusión reconocida del café aparece en el siglo IX y procede de un célebre médico árabe, Rhazes quien lo nombró bunca o bunchum. Alrededor del año 1000 otro médico y filósofo musulmán Avicena manifestó por primera vez las propiedades del grano del café.

Existen algunas leyendas acerca de cómo se reveló el uso del café y como la bebida se dilató rápidamente al mundo árabe.

Hacia 1258, el jeque Omar, un médico sacerdote y discípulo del jeque Schadheli, santo patrón y fundador legendario de Moka, por en aquel tiempo famoso puerto de Arabia en el Mar Rojo, fue procesado al destierro, teniendo que esconderse en las montañas limítrofes, Antes de sucumbir de hambre, decidió consumir ciertas cerezas que halló en unos matorrales silvestres. Se dio cuenta entonces, que las frutas poseían propiedades estimulantes. Más adelante para calmar la sed, tostó el grano y lo echó en agua hervida, descubriendo, casualmente, su atractivo sabor y sus propiedades alimenticias. Prescribió la bebida a sus pacientes y cuando éstos

relataron los beneficios adquiridos, el jeque Omar fue invitado a regresar a Moka, en donde se fundó un monasterio en su honor y fue elevado a santo.

En Arabia la práctica de tomar café se popularizó ágilmente, los peregrinos mahometanos lo transportaron en sus costales a La Meca, a Medina y a otras ciudades. A finales del siglo XV, el café se propagó en Persia allí se mercantilizaba en las zonas públicas en donde la muchedumbre jugaba ajedrez y los poetas declamaban sus versos. En 1510 caminó a Damasco en 1530 y de allí a Alepo en 1532, de donde se propagó por toda Siria.

Introducción del Café a Europa

A finales del siglo XVI, diferentes médicos y botánicos europeos transitaron al cercano Oriente y trasladaron de regreso a Europa información sobre el café, su agricultura y las condiciones de la bebida que de éste se conseguía. El primer europeo en sugerir el café fue un alemán de Augsburgo, Leonhard Rauwolf, quien transitó a la parte oriental del mediterráneo cerca de 1570 y probó el café en Alepo, ciudad del norte de Siria. En su libro Viaje al Oriente, publicado en Franfort en 1582, señala la bebida del café como chaube y el grano como buncho y bunca.

La subsiguiente representación vegetal es del experto de esta ciencia y médico, el italiano Próspero albino, de Padua, quien en 1580 marchó a Egipto y transportó consigo noticias del café. En su obra Las Plantas de Egipto, escrita en latín y publicada en Venecia en 1592, asoma detallada, por primera vez la planta llamada bon, la semilla buna y la bebida caova, y narra los efectos del café como remedio o medicina.

En 1598 surgió en Lindschoten's travels una obra convertida al holandés y transmitida en Londres, con una nota de Paludanus, quien hace la primera reseña sobre el café en inglés como chaoua.

Otros ingleses como Sir Antony Sherley que marchó a Venecia a Alepo en 1599, y el poeta Sir Gerge Sandys, que visitó a Turquía, Egipto y Palestina en 1610, hacían referencia a la bebida del café. Sandys registran que los turcos aspiran una bebida llamada coffa de la cereza de la que se forma en pequeñas lozas de porcelana tan caliente como logren soportarlo.

Innegablemente la práctica de tomar café en Italia se propagó más tarde de establecerse el primer café en Venecia 1645. En 1683 se abrió un negocio de café en esa ciudad y en 1720 Floriano Francesconi fundó el famoso Coffe Florian en la Plaza de san Marcos, que aún vive. A finales del siglo XVII y a principios del XVIII, los cafés italianos se ajustaron al café oriental conocido como *caffè* dando inicio al efectivo salón de café, como se lo conoce en Occidente, sin embargo también deben reconocerse el predominio y las virtudes que en ello obtuvieron los franceses y austriacos.

En 1621 Robert Burton en su Anatomía de la melancolía dice que: los turcos poseen una bebida llamada coffee, llamada así por una cereza, es negro como el hollín y amargo que toman caliente puesto que por práctica hallan que ese tipo de bebida, utilizada así, beneficia a la digestión y origina la vitalidad.

Nathaniel Canopius, un alumno natural de la isla de Creta, implantó por primera vez en Inglaterra el café en el Balliol college de Oxford, en 1637. En esa misma ciudad, un personaje de origen judío, llamado Jacobs, abrió el primer café en 1650. Dos años más tarde, un mercante llamado Edward trasladó a Inglaterra a su retorno de Oriente a un griego llamado Pasqua Rosee que sabía preparar el café.

Es propio recalcar que los auténticos fundadores del comercio y el cultivo del café en Europa fueron los holandeses, el primero en trasladar café de Moka a Holanda fue Pieter Van dan Broecke, en 1616. El primero en entregar café de Moka en venta en 1640.

La Propagación del Café en el Nuevo Mundo

En Norteamérica, el empleo del café se introdujo en 1668, se ofreció por primera vez en Boston, en 1670, luego en Nueva York, en 1683. En Boston se abrió el primer café en 1689, en Nueva York el King's Arm en 1696, continuo del auténtico Merchants Coffe House y otros. En 1700 Samuel Carpenter edificó el Ye coffe house en Filadelfia, y en 1702 se creó el primer London Coffee house de esa ciudad.

En 1737 se fundó en Nueva York el Merchant`s Coffee House, (bolsa de comerciantes), que para varios compone la estirpe de la independencia y el lugar de origen de la Unión Americana. El suceso que se llamó Boston Tea Party en 1773, surgió el patriotismo y el rechazo a tomar tè descendiente de Inglaterra, esto representó en aumento del café como bebida nacional en Estados Unidos.”

Café (Coffea arábica) en Ecuador

Según (Rogg, 2000)⁴ :

“La labor del café es el primer rubro agrario de la región amazónica. Asimismo se siembra el café en las provincias de Azuay, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Manabí y Sucumbíos.

La principal plantación del café en Ecuador se efectuó en 1859 en la zona de Manabí por los Rockefeller de los EEUU. Las especies de Coffea Arábica son sus diversidades características, caturra, pacas, bourbón y catuaí y coffea canephora (robusta) son las más divulgadas en el país. La zona más fructífera del Ecuador son Moraspungo provincia Cotopaxi y Bolívar, Pallatanga Chimborazo, Alamor Loja Zaruma, Pinas, Balsas el Oro y Santa Isabel Azuay.”
p.51

Historia de la Cafetería

La primera cafetería fue instalada en Constantinopla (actualmente Estambul). Del mundo árabe el café se extiende hacia Europa y en 1652 se abre la primera cafetería en Londres. Luego ocurriría lo mismo en París, Alemania y Austria.

Según (GARCÍA ORTÍZ, 2011)⁵:

“La reglamentación determinada de cafeterías hoteleras precisa las cafeterías como: Establecimiento cualquiera que sea su nombre que su comercio se asiente especialmente en el servicio de:

⁴ ROGG, Helmuth: *Manejo integrado de plagas en cultivos de la Amazonía Ecuatoriana*, p. 51.

⁵ GARCIA ORTIZ, Francisco, GARCIA ORTIZ, Pedro Pablo y GIL MUELA, Mario: *Operaciones básicas y servicios en bar y cafetería*.

- ❖ Bebidas frías y calientes (helados, batidos, refrescos, infusiones, etc.).
- ❖ Platos fríos y calientes, simples o preparados elaborados generalmente en la plancha (sándwiches, bocadillos, hamburguesa, raciones etc.).

Este ofrecimiento se ofrece al público en general, a través de precio, para ser usado en barra o mesa y a cualquier hora del día que dure abierto el lugar.

El sector de las cafeterías se ha sostenido en el último período un ritmo muy alto de esparcimiento, en parte porque es en este sector en donde se concentran administrativamente la totalidad de los establecimientos de la nueva restructuración.” Las cafeterías se convirtieron en lugares de reunión de filósofos e intelectuales, donde se discutía y se intercambiaban ideas. El carácter de las cafeterías del contacto humano y la conversación se mantienen hasta la actualidad.

Empresas internacionales como Starbucks han popularizado el concepto y cultura del café instalando más de 5.000 cafeterías en todo el mundo, inspirados en las cafeterías Italianas.

Sinónimos: Bar, cafetín, snack-bar, coffee bar, etc. En cada país se le llama de una forma distinta, pero tiene un mismo fin.

Concepto

Una cafetería es un lugar en el que se expende café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas. Una cafetería comparte varias cualidades que tiene un bar y algunas características de un restaurante.

Origen

La palabra cafetería proviene del italiano, pero su etimología remite al tradicional café, lugar de conversación y bebida.

La clientela que asiste a una cafetería es pasajera, con alguno que otro cliente fijo. Pero generalmente son personas que pasan y desean comer o tomar algo rápido antes de seguir haciendo diligencias, y que no quieren sentarse en un restaurante, lo que sería más costoso.

2.1.2. Antecedentes Referenciales

Al hablar de los antecedentes referenciales se ha investigado además de las siguientes pastelerías también se detalla los varios proyectos de ejecución; no sin antes hacer énfasis en que su trayectoria empieza con una idea que luego la vemos realizada:

Mundial

	Empresa: Starbucks
	Proyecto: Ética Comercial y Cumplimiento
Estrategia para el crecimiento:	<p>Están convencidos de que operar conforme a los principios éticos y esforzarse por hacer las cosas bien son aspectos vitales para el éxito.</p> <p>"Ética comercial y cumplimiento, es un programa que respalda la misión y contribuye a proteger la cultura y reputación, proporcionando recursos que ayudan a los partners a tomar decisiones éticas en el trabajo.</p> <p>El programa desarrolla y contribuye materiales de concienciación, tales como las normas de conducta empresarial, facilita el cumplimiento de la normativa jurídica y la formación en ética, investiga los asuntos problemáticos, tales como posibles conflictos de intereses, y proporciona canales adicionales a los partners para expresar sus dudas. Alentamos a los partners a comunicar cualquier tipo de problemas al programa utilizando el canal de comunicación que prefieran.</p> <p>Nuestra misión: inspirar y nutrir el espíritu humano. Solo una persona, una taza de café y un barrio al mismo tiempo.</p> <p>Nuestro café: siempre ha sido y siempre será de la mejor calidad. Nos apasiona la labor de abastecernos de los mejores granos de café siguiendo estrictos principios éticos.</p> <p>Nuestros partners: se denomina así porque no se</p>

	trata de un puesto de trabajo, sino de la pasión.
URL:	http://www.starbucks.es/about-us/company-information/mission-statement http://www.starbucks.es/about-us/company-information/business-ethics-and-compliance

Latinoamericano

Empresa:	Juan Valdez Café
Proyecto:	La tienda de los caficultores colombianos
Estrategia para el crecimiento:	<p>Nuestro modelo de expansión en Ecuador, España y Chile se ha venido desarrollando a través de inversiones conjuntas con socios locales o 'Joint-Ventures'. Bajo este esquema de expansión, nuestros socios continuaran expandiéndose en estos territorios de forma directa y seguirán en la búsqueda de localizaciones estratégicas para la marca de Juan Valdez®.</p> <p>Falabella tiene presencia en varios países de Latinoamérica (Chile Argentina Perú y Colombia) y maneja un sistema integrado de retail (tiendas por departamentos, supermercados, bancos, inmobiliaria, tiendas para mejoramiento del hogar).</p> <p>Desde el año 2007 Procafecol S.A. empieza su alianza con el grupo Falabella con el fin de comercializar el café colombiano de alta calidad e inaugurar locales de las tiendas Juan Valdez Chile</p> <p>Misión:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lograr un modelo de negocio que genere una experiencia relevante y única alrededor del Café Premium de los cafeteros colombianos. <p>Visión:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ser la cadena de tiendas especializadas en cafés de Colombia y la mayor generadora de valor para la identidad y marca del café Premium de los cafeteros colombianos.
URL:	http://juanvaldezcafe.com/index.php/page/show/36/menu_internal

Local

Empresa:	Sweet &Coffee®
Proyecto:	Disfruta el momento
Estrategia para el crecimiento:	<p>La idea empezó en 1997 cuando Richard Peet y Soledad Hanna aún era novios. Los dulces que ella le preparaba con cariño sirvieron de inspiración para crear un lugar especializado tanto en cafés como en postres. Al casarse, hicieron realidad su proyecto abriendo el primer Sweet & Coffee en el centro comercial Mall del Sol de Guayaquil, con un equipo de 15 personas.</p> <p>Después de 3 años empezamos a crecer, llevando a Sweet & Coffe cada vez más cerca de nuestros clientes. Inauguramos locales en varios sectores de Guayaquil y en Quito, donde actualmente recibimos a miles de ecuatorianos que vienen a empezar su día con el mejor café o con un rico postre.</p> <p>Son más de 10 años disfrutando el momento, dando nuestro mejor esfuerzo para que cada vez nos visites vivas una experiencia única. Nuestra historia se sigue escribiendo día a día junto a ti y los buenos momentos que compartes con nosotros. Continuamos apuntando siempre hacia nuevas metas y mayores desafíos, teniendo como prioridad la calidad de nuestros productos y un ambiente agradable para nuestros clientes y colaboradores, sin olvidar nuestra responsabilidad social como empresa.</p> <p>El verdadero éxito está en la visión que tiene la empresa, excelente ejemplo a seguir para ellos es importante el cliente, así también el personal que trabaja en sus prestigiosos establecimientos.</p> <p>Sweet and Coffee es mucho más que una cafetería.</p>
URL:	http://sweetandcoffee.com.ec/

- **Antecedente 1:** se hace referencia al siguiente proyecto ejecutado en Carapungo.

Título de la Tesis	PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UNA CAFETERÍA EN EL SECTOR DE CARAPUNGO
Autor	RUIZ SÁNCHEZ MARÍA ELENA
Fecha de Publicación	2009
Descripción	Este proyecto analiza la factibilidad para la instalación de una cafetería ubicada en el sector de Carapungo, desde los aspectos de mercado y de factibilidad económica. En la primera parte de este proyecto se encuentra los antecedentes, como la historia, la ubicación geográfica de la provincia de Pichincha y de las parroquias de Calderón y Carapungo. En esta parte del proyecto se dan a conocer datos de vital importancia como los habitantes de Carapungo, la población económicamente activa, información que servirá para conocer la población y posterior muestra para más adelante analizar el mercado. En el primer capítulo se abordan las definiciones de cafetería y su clasificación, estableciendo las características y requisitos que deberán poseer. el segundo capítulo se tratan los temas de planeación estratégica, como la misión, visión y valores estratégicos que se plantea la empresa, así como también el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), en el que se tiene una base importante para el desarrollo del proyecto. El tercer capítulo, analiza las diferentes etapas del estudio del plan de negocios, como los componentes del plan, los beneficiarios del proyecto, la justificación y la idea de negocio. A continuación se presenta la investigación de mercado propiamente dicha, se habla del diseño de la encuesta, el tipo de muestreo utilizado, el tamaño de la muestra, y finalmente la interpretación de los resultados obtenidos. También se analiza el mercado con el estudio de la oferta y demanda, logrando así segmentarlo y se determina a quien va destinado el presente proyecto. Además se hace un estudio de la competencia mediante la observación directa de los establecimientos que son los preferidos por los moradores y también de los que tienen

URL productos similares a los del proyecto.
<http://repositorio.uct.edu.ec/handle/123456789/324>

- **Antecedente 2:** se hace referencia al siguiente proyecto ejecutado en la ciudad de Guayaquil.

Título de la Tesis	CREACIÓN DE LA CAFETERÍA TEMÁTICA COFEE BOOK EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL
Autor	HERRERA MOREIRA MARÍA JOSÉ IBARRA TRIVIÑO KAREN VIVIANA OTERO OCHOA GABRIELA LISBETH
Fecha de Publicación	2010
Descripción	La cafetería Coffee Book es una propuesta innovadora y original de un servicio que actualmente se está realizando en la ciudad. Esta cafetería incluye la venta de sánduches y postres además de exquisitos sabores del café en diferentes presentaciones, calientes y frías, con los más altos estándares de sabor y calidad que ninguna otra cafetería podría proporcionar. Coffee Book es un tipo de negocio que debe combinar el buen servicio con la calidad de sus productos en el que es factible determinar los costos en los que se incurre para efectuar el proyecto. En este negocio habrá una inversión inicial para todos los materiales y equipos necesarios para acondicionar el negocio. Además se debe estimar los costos fijos que incluyen sueldos del personal, y los costos variables como los materiales e insumos utilizados en la preparación de los productos.
URL	http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-43150.pdf

- **Antecedente 3:** se hace referencia al siguiente proyecto ejecutado en la ciudad de Tulcán.

Título de la Tesis	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI
Autor	VAICILLA VARGAS PAOLA V.

Fecha de Publicación	09 Marzo 2011
Descripción	Con la finalidad de sustentar la idea de negocio de crear una cafetería que se dedique a la venta de alimentos y bebidas, la autora ha procurado realizar una exposición clara y ordenada de su contenido, con explicaciones basadas en fuentes bibliográficas, de campo e investigación científica. Tomando en cuenta que el mercado es cada vez más competitivo, éste proyecto ha sido realizado mediante la aplicación de herramientas de mercadeo, técnicas, financiera, administrativas, legales y ambientales para ofertar servicios que satisfagan las necesidades del turista y consumidor de hoy, diseñando estrategias con las que la organización puede introducirse y mantenerse en el mercado. A través de los resultados obtenidos en la presente tesis, se puede mostrar la factibilidad de llevar a cabo la ejecución del proyecto, cuyo propósito fundamental es satisfacer las necesidades del cliente, obtener niveles de rentabilidad y mantener un compromiso con la sociedad a través de la generación de fuentes de empleo.
URL	http://186.5.26.141/handle/123456789/68

- **Antecedente 4:** se hace referencia al siguiente proyecto ejecutado en la ciudad de Quito.

Título de la Tesis	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LUCERNA EXECUTIVE COFFE PLACE, CAFETERÍA ESPECIALIZADA EN EL SEGMENTO EJECUTIVO Y EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE QUITO
Autor	GONZALEZ URQUIZO GISSELA PAULINA
Fecha de Publicación	OCTUBRE 2009
Descripción	El presente plan de negocios muestra el esquema para la creación de una cafetería especializada en el segmento de ejecutivos y empresarios en la ciudad de Quito. El proyecto inicia con el análisis de la oportunidad de negocio de acuerdo a los resultados obtenidos a través de una investigación de mercados. Complementariamente los factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos que afectan al sector de

cafeterías y restaurantes a nivel local y nacional. Se incluye la evaluación externa de la industria concluyendo en los lineamientos que determinan el direccionamiento estratégico del negocio. Finalmente, se presenta el mix de mercadeo y la evaluación financiera del proyecto, constituyéndose en una propuesta válida para los inversionistas, empresarios y público en general interesado en crear un negocio en el sector de cafeterías y restaurantes en la ciudad de Quito.

URL <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/238>

- **Antecedente 5:** se hace referencia al siguiente proyecto ejecutado en la ciudad de Quito.

Título de la Tesis	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA CAFETERÍA "COFFEE VIP" EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Autor	CRISTINA GERMANIA BUENAÑO LOJANO
Fecha de Publicación	SANGOLQUI, SEPTIEMBRE 2012
	<p>Con el presente estudio se va a determinar si existe la factibilidad para la creación de una cafetería en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito. La misma que estará enfocada a brindar un ambiente agradable, con un talento humano de excelente presencia, con uniformes y atuendos llamativos, n atractivo innovador y no existente en negocios de este tipo.</p> <p>En el Primer capítulo se realiza una breve introducción acerca de la evolución de las cafeterías desde pequeños sitios donde la atención se centraba en tomar una buena y caliente taza de café hasta un lugar donde se formalizan actividades empresariales, siendo esta costumbre adoptada en varios países del mundo a lo largo de los años.</p> <p>El segundo capítulo se centra en la investigación de mercado la cual ayudó a determinar la existencia de una demanda insatisfecha, la cual va a ser cubierta por la nueva cafetería, además de conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes que serán cubiertas con estrategias de comercialización acertadas</p>

para incursionar en el mercado de alimentos y bebidas. En el tercer capítulo se consideran los aspectos técnicos operativos para tener una apreciación de los recursos necesarios para el funcionamiento de la cafetería, además de su micro y macrolocalización, su capacidad para la presentación de servicio, la distribución física y las medidas de prevención que se tomarán para el cuidado y conservación del medio ambiente.

En el cuarto capítulo se define la misión, visión, principios y valores de la empresa, los cuales sirven de guía para el correcto desenvolvimiento del personal tanto administrativo como operativo, lo que motivará a que exista un compromiso fuerte y sólido con la empresa.

Finalmente el estudio se concluye con la demostración de la rentabilidad del proyecto empleando los criterios de evaluación financiera, los cuales muestran que el negocio es atractivo.

URL <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/238>

2.1.3. Fundamentación

Administración

Para (HITT, 2006)⁶, define administración como:

“La administración es un proceso que consta de un conjunto de acciones y procedimientos, como la planeación, la dirección y la evaluación; involucra organizar y usar una serie de recursos entre ellos los financieros, humanos, de información, y los recursos materiales, la administración no realiza acciones adoptadas al azar, sino acciones con un objetivo y una dirección bien delimitadas.” p.8

⁶ HITT, Michael, PEREZ DE LARA, María Isabel: *Administración*, p. 8.

Para George Terry en el libro de (RAMÍREZ, 2007)⁷:

"La Administración es aquella que está en busca de un solo objetivo éste es encontrar la satisfacción de una entidad estructurada mediante esfuerzo humano en forma coordinada ". p.4

Según (HURTADO, 2008)⁸:

"La administración es el proceso general para la planeación, la organización, y la integración de las actividades del trabajo, lo que se basa en el uso de los recursos para alcanzar un objetivo determinado." p.40

Origen Etimológico e Histórico

Según (RAMÍREZ, 2007)⁹:

"Etimológicamente administrar proviene del latín Administrare, que significa servir, por lo tanto se puede definir a la administración como el acto de servir o de cuidar los recursos propios o de otros. ." p.3

También se puede decir que administrar es dirigir el destino de la empresa de tal forma que se logre el alcance de las metas propuestas y el bienestar de la empresa.

Administración

Según (ROBBINS & COULTER, 2005)¹⁰:

"La administración consiste en la coordinación de las actividades del trabajo manera que se ejecuten en forma

⁷ RAMÍREZ CARDONA, Carlos: *Fundamentos de Administración*, p.4.

⁸ HURTADO, Darío: *Principio de Administración*, p. 40.

⁹ RAMÍREZ CARDONA, Carlos: *Fundamentos de Administración*, p. 3.

¹⁰ ROBBINS, Stephen;COULTER,Mary: *Administración*, p. 7. <http://books.google.com.ec/books?id=YP1-InmORdgC&printsec=frontcover&hl=es>

eficaz y eficiente, la coordinación del trabajo de los demás es lo que diferencia el puesto gerencial de los demás, lo que no quiere decir que los gerentes pueden hacer lo que deseen, cómo y cuándo deseen, ya que la administración necesita la terminación eficaz y eficiente de todas las actividades que se realizan en la empresa.” p.7

FUNCIONES BÁSICAS

- **“Planificación** para (BOLAND, GISMANO, STANCATTI, CARRO, & BANCHIERI, 2007)¹¹

Entiende la selección de los objetivos de la empresa y las actividades para llegar a ellos. La planificación o planeación pretende establecer una conexión entre una circunstancia real y una circunstancia futura. Por lo tanto la planificación proporciona de una orientación racional para el logro de las metas establecidas.

La planeación o planificación es la función más básica de la administración y entiende la selección de los objetivos de la empresa y las actividades que se deben ejecutar para lograrlos.

La planificación comprende Objetivos Estratégicos (visión y misión de la empresa), Objetivos Tácticos (objetivos departamentales) y Objetivos Operativos (metas).”p.48

Dentro de las funciones que establecen un proceso administrativo se destacan las siguientes, según lo muestra (DA SILVA, 2002)¹²:

- **“Organización**

La organización es el proceso para ordenar tareas, agrupar acciones departamentales y consignar recursos para los departamentos de la empresa.

- **Dirección**

Es la influencia o liderazgo para que los demás ejecuten sus tareas de forma que se logren los objetivos y metas implantadas, lo que incluye la persuasión a los colaboradores de la empresa.

¹¹ BOLAND, Lucrecia, CARRO: *Funciones de la administración*, p. 48.

¹² DA SILVA. Reynaldo: *Teorías de la Administración*, p. 10

- **Control**

Es la función de la administración encargada de la comparación de desempeño real con las medidas establecidas con anterioridad.” p.10

“**LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y EL EMPRESARIO**, comenta Roberta Salvi en la Revista (EconoMundo, 2011)¹³:

La planificación estratégica tiene en su contra el prejuicio del “negocio grande”, el cual implica una formalización y estructura que se ajusta bien a las organizaciones grandes establecidas que cuentan con recursos abundantes. Sin embargo, muchos conceptos de planificación estratégica, pueden aplicarse directamente a aquellos que quieren seguir la ruta empresarial en la administración, pero con un enfoque diferente.

El énfasis estratégico del empresario es impulsado por la percepción de la oportunidad más que por la disponibilidad de recursos. La inclinación del empresario es vigilar el entorno con cuidado en busca de oportunidades. Los recursos a su disposición ocupan un segundo puesto para identificar una idea que pueda ser desarrollada.

Una vez que se identifica una oportunidad, el empresario empieza a buscar forma de aprovecharla, ya que las características de personalidad de un empresario comprenden generalmente un trabajo duro, confianza en sí mismo, optimismo decisión y un alto nivel de energía. El empresario confía que la oportunidad pueda explotarse más aún, el empresario no teme arriesgar su oportunidad financiera, las oportunidades en su carrera. Los empresarios tienden a ignorar los hechos fríos acerca de las oportunidades de éxito de un nuevo negocio.

En un estudio se determinó que el 40% de los nuevos negocios fracasa durante el primer año, el 60% al final del segundo año y el 90% al final del décimo año. No obstante, el empresario que ve una oportunidad tiene la confianza y determinación para creer que será uno de los sobrevivientes.

Solo hasta que el empresario ha identificado una oportunidad y la forma de explotarla, empieza a preocuparse por los recursos, pues las prioridades del

¹³ SALVI, Roberta: “La Estrategia y el Empresario” *Economundo*, N° 34, Quito, 2011, pp. 28 – 30.

empresario son primero determinar que recursos son necesarios y luego como pueden obtenerse. Esto contrasta con el gerente burocrático común que hace énfasis en los recursos a disposición.

Los empresarios con frecuencia son capaces de hacer uso eficiente e imaginativo de cada recurso por limitado que este sea, además, conforme el espíritu de empresario ha adquirido mayor popularidad, la disponibilidad de recursos financieros para apoyar nuevas empresas crece.

Como superar los obstáculos para abrir un negocio

En ocasiones puedes tener una idea para iniciar un negocio, pero encuentras uno de estos obstáculos:

- **Falta de dinero:** hay negocios que para empezar necesitan una dosis de capital inicial, para eso tendremos que tener más cuidado en la elaboración de tu plan de negocios, análisis financieros y entre otras cosas.
- **Falta de tiempo:** si realmente quieres iniciar un negocio, no utilices la falta de tiempo como una excusa. Ajusta tus prioridades y tus hábitos para lograrlo.
- **Falta de experiencia:** la mejor forma de obtenerla es iniciando un negocio.
- **Falta de habilidades y conocimientos:** el objetivo principal es aprender y luego aplicar lo aprendido y hacer de su empresa una escuela de negocio que les paga.
- **Falta de poder de decisión:** el empresario debe ser arriesgado y es la única persona a cargo de tomar una decisión.

Como saber si las buenas ideas son para iniciar un negocio.

No se puede saberlo. Lo mejor que se puede hacer para averiguarlo es implementar tu idea y verla funcionando en el mundo real. Y lo peor que puede suceder es que dejes pasar una oportunidad y te quedes siempre con la duda sobre si realmente iba a funcionar o no tu idea.

En cuanto a si tu idea no es original, no importa, pues no es ilegal o inmoral implementar una idea que ya se le ocurrió a alguien antes.

Algunas personas no quieren que se les conozcan sus ideas de negocios antes de implementarlas por miedo a que se les las roben, sólo que el problema en realidad no es que se roben la idea, el problema es que si se roban detalles de la posible implementación. Para eso existen las patentes, acuerdo de confidencialidad, etc.

Lo recomendable que la idea este afín a tus gustos y habilidades actuales. Observa detenidamente tu currículum y busca conexiones que no hayas notado antes.

Característica de un empresario

El proceso de formación de empresas tiene como uno de sus pilares fundamentales al hombre o a la mujer con espíritu empresarial, conocidos tradicionalmente como empresarios.

Podemos decir que basta con tres cualidades para que una persona pueda ser un empresario/a de éxito.

- **La pasión por lo que hace:** es lo que prevalece para enfrentar obstáculos y problemas que vencer. La pasión por lo que se quiere hacer es la única manera de acercarse al éxito.
- **La tenacidad:** nos ayudará a vencer obstáculos y problemas, el empresario debe ser persistente y no declararse vencido fácilmente.
- **La confianza:** es parte de la conciencia con las habilidades que se cuentan y fe en el concepto de negocio que se quiere desarrollar.”

El empresario

“El hombre razonable se adapta al mundo, el hombre no razonable intenta adaptar el mundo a sí mismo. Por lo tanto, todo progreso depende del hombre no razonable.”¹⁴

Historias empresariales

“En todos los países, se han hecho grandes esfuerzos con el propósito de documentar historias de empresarios y eventos empresariales. Estos procesos investigativos han producido gran cantidad de libros, artículos y vídeos. Aunque el

¹⁴ VARELA, Rodrigo: *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*, 3era. Edición, Pearson Prentice Hall, España, 2001.

análisis de la vida de cualquier empresario es muy útil a todo lector de este texto, se tomó la decisión de no incluir en esta sección la historia de un empresario en particular de alguna nación, pues no tiene relevancia.

Sin dudas, la mejor manera de conocer a un empresario es poder conversar con él, con el propósito de obtener información directa. Por ello, la recomendación es invitarlo a que busque su comodidad una persona que, a su juicio, cumpla el perfil de empresario.”¹⁵

“La señora Isabel Noboa tiene en su corazón el compromiso social. Es fundadora de muchas instituciones sociales como FANN, Fundación “Semillas de Amor”, para prevención y tratamiento del uso de drogas, Fundación Luis A. Noboa Naranjo, y Fundación NOBIS, ya que a más de 100.000 personas beneficia anualmente en el Ecuador. Es quién estableció la campaña de valores en el año 2000 “Ecuador Triunfador”, la cual premia año a año a varias personas universitarias con valores de solidaridad, honestidad, trabajo tenaz, creatividad e investigación.

Es Presidenta del directorio de Nobis desde 1997, que congrega a empresas en diversos ámbitos de la producción, éstos son Compañía Azucarera Valdez, que posee el 33% del mercado azucarero del país, Universal Sweet Industries, Promotores Inmobiliarios PRONOBIS, empresa que ha edificado más de 30 proyectos inmobiliarios evaluados alrededor de 300 millones de dólares, los cuales se pueden nombrar, el centro comercial Mall del Sol, Ciudad del Sol, una ciudad dentro de Guayaquil con hoteles, edificios ejecutivos, entre otras empresas. Es muy querida y admirada se ha ganado el respeto en todo ámbito social por la famosa trayectoria empresarial, Isabel Noboa se identifica con la parábola Lucas 19, (11-28) el motivo de servir: “El Señor nos enseña que todos en la vida tenemos una misión que cumplir de acuerdo a los dones y facultades que Él nos ha entregado y así mismo, tenemos una responsabilidad inmensa de rendirle cuentas a Él, utilizando a su favor esos talentos y facultades”.

La responsabilidad social la lleva desde la niñez, a través de las enseñanzas inculcadas por sus padres y abuelos.

Un verdadero ejemplo de empresario sin duda Isabel Noboa lo es y en conclusión: “No le demos pescado a la gente. Enseñémosle a pescar, pero además

¹⁵ VARELA, Rodrigo: *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*, 3era. Edición, Pearson Prentice Hall, España, 2001.

enseñémosle a procesar el pescado y a colocarlos en el mercado; Volvámoslos empresarios del pescado” (Adaptado al proverbio chino).¹⁶

Concepto de modelo de empresario

“Hoy se habla de muchos tipos de empresarios: sociales, cívicos, públicos, corporativos, solidarios, privados, cuya diferenciación está más en el tema de la naturaleza de la actividad que realizan y en el tipo de riquezas generadas, que en lo que podemos denominar características básicas de la acción dinámica del empresario. Por ello, el concepto de empresario ha vuelto a ser crucial en todos los sectores sociales y económicos, en todas las profesiones, en todos los campos del accionar humano. Es muy importante que tengamos claro la amplitud del concepto empresario y no nos inventemos definiciones limitadas que le quitan alcance y significado.”¹⁷

“La literatura técnica habla mucho de business concept (concepto de negocio) y business model (modelo de negocio). A veces resulta difícil entender bien la diferencia entre estos dos elementos fundamentales del proceso empresarial. Es más, en ocasiones, los dos conceptos se mezclan en el lenguaje propio de la planeación estratégica y se habla de visión, misión, filosofía, competencias centrales, valores empresariales, formato de empresa, etc., lo cual acaba de complicar el proceso.

Vamos a recurrir, de nuevo, al eclecticismo práctico, y vamos a generar algunas nociones que nos permitan comprender, en una forma con alta posibilidad de aplicación lo que esto significa en el ámbito de la creación de una nueva empresa.

El concepto de Empresa lo vamos a interpretar como una abstracción que refleja todo lo que la empresa es o puede llegar a ser, en la cual se integran un conjunto de elementos asociados a algunas ideas empresariales.

Dorf y Byers, lo llaman visión y lo definen como un enunciado de intención, ambición, propósito y discernimiento de lo novedoso que va a realizar la organización. Le

¹⁶ REVISTA ENLACE: *Entrevistas*, <http://www.fundasen.org.ec/enlace/entrevistas/isabel-noboa.php>, extraído el 22 de diciembre del 2012.

¹⁷ VARELA, Rodrigo: *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*, 3era. Edición, Pearson Prentice Hall, España, 2001.

adjudican cuatro características: claridad (que esté enfocada y sea fácil de entender), consistencia (que pueda tener permanencia en el tiempo sin que ello evite los ajustes necesarios), unicidad (que sea específica para la organización) y llena de propósito (que indique la razón de ser). Aportan cuatro ejemplos con los que ilustran bien el concepto de empresa.

- **McDonald's:** “Comida rápida, para gente escasa de tiempo, servida en un restaurante aseado al máximo”.
- **Google:** “Búsqueda confiable, rápida y relevante de información en Internet”.
- **E-Bay:** “Ayuda a la gente a comercializar cualquier tipo de bien a través de Internet”.
- **Ford (1910):** “Producir un carro económico, fuerte, poderoso, moderno tecnológicamente y construido con los mejores materiales. Debe ser capaz de llevar pasajeros a cualquier sitio donde un carruaje tirado por caballos pueda ir, sin generar temor en el conductor”.

Obsérvese que estos ejemplos no se centran en los bienes o servicios (productos) que la empresa va a ofrecer a los clientes, pues sin dudas esos productos se multiplicarán y cambiarán en el tiempo, pero el concepto de empresa permanece como guía central del proceso. En el sitio Amazon.com, por ejemplo, aparece una gran variedad de marcas y de líneas de productos, pero el concepto de empresa sigue siendo el mismo: “Comercializar por Internet.

Empresa

Este concepto de empresa provee orientación, pues da respuesta al gran problema (necesidad, deseo o gusto) que la empresa ha identificado en sus clientes. Es, como dijo Collins: “El corazón que aglomera la organización, que la integra y le da proyección hacia el futuro. Da un modelo mental de a qué se dedicará la empresa y cómo cumplirá su contenido”.

Las empresas como todos los sabemos son de distintos tipos: privadas, públicas y mixtas, cuando se considera el tema del origen del capital; con y sin ánimo de lucro, cuando se considera la finalidad económica de su gestión; anónimas, limitadas, asociativas, corporaciones, en comandita, de hecho, de capital limitado, unipersonales, cooperativas, etc., cuando se considera su organización jurídica; extractivas, de manufactura, comerciales o de servicio, cuando se considera el sector económico en el cual se desempeñan; muy pequeñas, pequeñas, medianas o grandes, cuando se considera su tamaño; estables o en crecimiento cuando se considera su dinamismo; de alta tecnología tradicional, cuando se considera la base científico- tecnológica que las soporta. Así, podríamos hacer múltiples clasificaciones pero hay un solo hecho claro y uniforme: todas ellas son empresas y los que las crean y las lideran son empresarios.”¹⁸

Proceso

Para Juan J. Juran en el libro de (MUÑOZ MACHADO, 1999)¹⁹, define Proceso:

“Como una serie de acciones sistemáticas dirigidas al logro de un objetivo.”p.227.

Según lo indica los autores (JURAN, J. M.; GRAYNA, Franc M. Jr.; BINGHAM, R. S. Jr., 1990)²⁰:

“El proceso es una composición ideal de hombres, equipos, metodologías, materia prima y máquinas implicados en la producción. Es posible apartar y medir el resultado de las variables que entran en esta composición y tal disociación puede ser clarificadora.”p.209.

Para (VILAR BARRIO, 1999)²¹:

“Un proceso es una cadena de actividades que convierten entradas en respuestas. El proceso tiene como objetivo

¹⁸ VARELA, Rodrigo: *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*, 3era. Edición, Pearson Prentice Hall, España, 2001.

¹⁹ MUÑOZ MACHADO, Andrés: *La gestión de la calidad total en la administración pública*, p.227.

²⁰ JURAN, J., GRAYNA, Frank y BINGHAM: *Manual de control de la calidad*, p. 209.

²¹ VILAR BARRIO, José: *Cómo mejorar los procesos en su empresa*, p. 13

generar respuestas incrementando valor a las entradas."p.13.

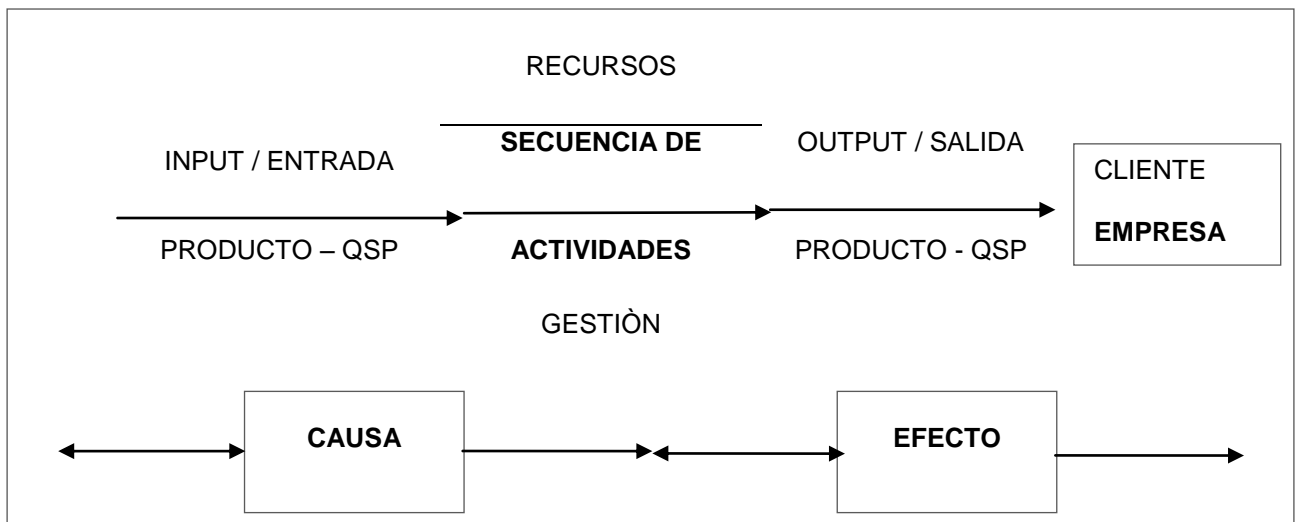
Concepto de Proceso según (PÉREZ FERNÁNDEZ DE VELASCO, 2012)²² :

"Una sencilla definición de proceso, secuencia ordenada de actividades repetitivas cuyo producto tiene valor intrínseco para su usuario o cliente".p.49.

Razonando que Valor es como todo aquello que se considera o estima, por el que lo avista al tomar el producto (clientes, accionistas, personal, proveedores, sociedad); obviamente, valor no es un concepto absoluto sino relativo

¿Qué es un proceso?

Cuadro 1. Proceso



Fuente: PÉREZ HERNÁNDEZ DE VELASCO, José: *Gestión de Procesos*, p. 51

POLÍTICAS

Son importantes las políticas ya que suponen el compromiso al desarrollar a través de los niveles jerárquicos de la empresa, reforzando así el compromiso y participación del personal.

²² PÉREZ HERNÁNDEZ DE VELASCO, José Antonio: *Gestión por procesos*, p. 49.

Para (PUCHOL, 2007)²³:

“Se entiende por políticas de empresas a ideas o declaraciones usuales que constituyen la perspectiva oficial de la empresa ante diferentes situaciones, y que facilitan la toma de decisiones conformes a la cultura de la organización. Las políticas por escrito y transmitidas ayudan a los directores ya que estos tienen la seguridad de acciones seguir en diferentes situaciones, y que facilitan la toma de decisiones en diferentes situaciones confusas, y son de interés para toda la organización, por lo tanto se sabe con anterioridad lo que se puede hacer, pedir, etc.”p.25.

Para (VAN DEN BERGHE R., 2008)²⁴ :

“Pasos para implementar las políticas empresariales.

- Conocer los objetivos de la organización y los de cada segmentación o área de ésta.
- Establecer las funciones de las segmentaciones que forman la empresa.
- Comprobar el estatus de la organización central y ordenar la acción de la organización, como un todo.
- Centrar el control de todas las actividades ejecutivas de la organización en su gerente general, para que a continuación éste pueda recomendar lo que considere beneficioso para la empresa.
- Delimitar la cantidad de ejecutivos que dependen claramente del gerente general, con el objetivo de que este pueda planear, coordinar y supervisar las políticas de la organización.
- Establecer mecanismos de control para poder observar las políticas y los objetivos de cada segmentación de la organización, estableciendo las desviaciones y proyectando las medidas correctivas.

²³PUCHOL, Luis: *Dirección y Gestión de Recursos Humanos. 7a. Edición*, p. 25.

²⁴ VAN DEN BERGHE, Edgar: *Gestión y gerencia empresariales: Aplicadas al siglo XXI*, p. 70.

- Aprobar que los ejecutivos de cada segmentación tengan acceso y puedan consultar a la gerencia general, con el objeto de que cada departamento se despliegue en la dirección de la organización, como un todo.”p.70.

Procedimientos de control:

Son las políticas y los procedimientos que ayudan a asegurar que se llevan a cabo las directivas de la administración, por ejemplo, que se toman las acciones necesarias para direccionar los riesgos hacia el logro de los objetivos de la entidad. Los procedimientos de control tienen diversos objetivos y se aplican en distintos niveles organizacionales y funcionales.

CONTROL

Para (MANTILLA B. & CANTE S., 2008)²⁵:

“Control es un conjunto de reglas, procesos y técnicas mediante las cuales se mide y corrige el trabajo para cerciorar la obtención de objetivos y técnicas. Como conjunto compone un todo, un que, esto es, un objetivo. Por esto está muy unido al poder (religioso, político, social, económico, cultural, etc.). Por eso el control, como tal, busca asegurar la consecución de los objetivos.

El control usa distintos, COMO, esto es, diferentes medios (métodos, metodologías, procedimientos, técnicas). En un desarrollo óptimo, esto es, que no necesita correcciones, la técnica funciona de forma óptima y asegura el cumplimiento de los objetivos.

Por lo tanto involucra que control interno es un poder. Siendo así, se hace destacado entender la ubicación de éste en los distintos niveles, así como sus etapas, acentuando importancia en los roles y responsabilidades derivadas.”pp.3,4

FINANZAS

Para (BODIE & MERTON, 2003)²⁶:

“Las finanzas estudian la forma de la asignación de los recursos a través del tiempo. Su teoría se constituye de un conjunto de definiciones que ayudan en la

²⁵ MANTILLA, Samuel Alberto, CANTE, Sandra Yolima: *Auditoría del Control Interno*, pp. 3,4.

²⁶ BODIE y MERTON, Robert: *Finanzas*, p. 2.

organización de la manera de la asignación de los recursos, así como un grupo de patrones cualitativos que ayudan en el estudio de posibilidades, así como la toma de decisiones y su ejecución.

Uno de los principios básicos de las finanzas determina que la principal función es la satisfacción de las particularidades de consumo de las personas así como sus necesidades básicas.”p.2.

Para (HAIME LEVY, 2005)²⁷:

“Las finanzas tienen por objeto la maximización de los recursos de la organización, comprendiéndose como la adquisición de recursos de la forma más económica para la empresa y la ejecución de proyectos más beneficiosos o convenientes para la organización. Para lograr esto existe una serie de técnicas que ayuden al administrador financiero en la toma de decisiones precisas en referencia a las fuentes económicas de recursos y la ejecución óptima de los recursos.

En resumen las finanzas es el hecho de proveer de los recursos necesarios para hacer frente a los pagos además cubre la planeación financiera lo que incluye la evaluación de las entradas y salidas de dinero de caja para la parte operativa, la generación de los recursos financieros y operativo, así mismo la utilización de la inversión, la distribución y el control de estos.”p.39.

Aspectos de las Finanzas

Las finanzas están formadas por tres aspectos financieros:

- **Mercados de dinero y de capitales:**

Para (VAN HORNE & WACHOWICZ, 2008)²⁸ :

“El mercado de dinero hace referencia a la compra venta de instrumentos de corto plazo; el mercado de capital se manipula instrumentos de largo plazo.”p.24.

²⁷ HAIME LEVY, Luis: *Planeación Financiera en la empresa moderna*, p. 39

²⁸ VAN HORNE, Jhon: *Fundamentos de administración financiera*, p. 24.

- **Inversiones:**

Para (GITMAN & JOEHNK, 2008)²⁹:

“La inversión es el instrumento en el que se pueden poner dinero con el objetivo de que dará mayores beneficios económicos.”p.4.

- **Administración financiera:**

Para (VAN HORNE & WACHOWICZ, 2008)³⁰ define como Administración Financiera:

“Hace referencia al proceso de adquirir, al financiamiento y la administración de los recursos de la empresa con un objetivo establecido.”p.2

“Administración Financiera

1. Se encarga de ciertos aspectos específicos de una organización que varían de acuerdo con la naturaleza de acuerdo con la naturaleza de cada una de estas funciones, las funciones más básicas que desarrolla la Administración Financiera son: La Inversión, El Financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de una organización.
2. La Administración financiera es el área de la Administración que cuida de los recursos financieros de la empresa. La Administración Financiera se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la rentabilidad y la liquidez. Esto significa que la Administración Financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo.”³¹

PRESUPUESTOS

“En conocimientos usuales, el término Presupuesto amparada por la Economía Industrial, es: “La técnica de planeación y predeterminación de cifras sobre las bases estadísticas y apreciaciones de hechos y fenómenos aleatorios”.

²⁹ GITMAN, Lawrence, J. JOEHNK. Michael: *Fundamentos de inversión*, p.4

³⁰ VAN HORNE, James; WACHOWICZ, John Jr.: *Fundamentos de administración financiera*, p. 2.

³¹ BARROS, Paola: *Administración Financiera*, 2013.

Refiriéndose al el Presupuesto como herramienta de la Administración, se le puede conceptualizar como: “La estimación programada, en forma sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por su organismo en un periodo determinado”.³²

“TIPOS DE PRESUPUESTOS

- **Presupuesto estático o rígido.-** Se elabora cuando se usa para su cálculo un nivel de actividad de ingresos y gastos pronosticados que no se concertará con posterioridad. Esta clase de presupuesto es acorde cuando el nivel de actividad real difiere poco del previsto, al principio las desviaciones son poco significativas.
- **Presupuesto flexible.-** Permite crear distintos tipos de presupuestos en función de los distintos niveles de actividad, está vinculado a las variaciones en los costos fijos y los costos variables. Tiene como ventaja ser un presupuesto más exacto al momento de comparar costos e ingresos previstos y reales. como desventaja este tipo de presupuesto es más laborioso al momento del análisis de todos los costos.
- **Presupuesto por programas.-** Este tipo de presupuesto se calcula y se desprende en sub-actividades. Sirve como apoyo en la administración pública, ya que obliga a planear con mayor nivel de estudio las inversiones y el gasto público.
- **Presupuesto base cero.-** No considera experiencias antiguas para la planificación de nuevos acontecimientos: Es un método de planeación y creación de presupuesto que trata de reevaluar anualmente los programas y gastos de una organización.
- **Presupuesto por actividades.-** Se utiliza en empresas que usan el sistema de costos basados en actividades.

³² DEL RÍO GONZALEZ, Cristóbal, DEL RÍO SANCHEZ, Raymundo: *El Presupuesto*, p. 7.

Cuadro 2. Presupuesto Tradicional frente al Presupuesto por Actividades.

	Tradicional	Actividades
Unidad del Presupuesto	Expresada como el costo de las áreas funcionales o de categorías de gastos	Expresa como el costo de desarrollo en las actividades
Interés en	Recurso Requeridos	Output o trabajo a realizar
Orientación	Historia	Mejora continua.
Papel de los proveedores y clientes	No se considera formalmente a los clientes y proveedores en el presupuesto	Coordinación con proveedores y consideración de las necesidades del cliente en el presupuesto
Objetivo de Control	Maximizar el desempeño del gestor	Control de proceso para sincronizar todas las necesidades de la empresa
Base de Presupuesto	Basado en patrones de comportamiento de costos: fijos y variables	Basado en la capacidad utilizada y no utilizada

Fuente: MUÑIS LUIS: *Control presupuestario: Planificación, Elaboración y seguimiento del presupuesto*, pp. 50- 52.

ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

(PERDOMO MORENO, 2008)³³:

“Aquellos documentos que muestran la situación económica de la empresa, capacidad de pago de la misma, en una fecha determinada, pasada, presente, o futura; o bien el resultado de las operaciones obtenidas en situaciones normales o especiales.”p.1.

El análisis de los estados financieros tiene como objeto dar a conocer y familiarizarse con los estados financieros principales de la organización, ya que

³³ PERDOMO MORENO: *Análisis e Interpretación de los Estados Financieros*, p. 1.

ayuda a determinar la importancia, la estructura y el contenido de los estados financieros de la organización.

Para (ESTUPIÑÁN GAITÁN & ESTUPIÑÁN GAITÁN, 2006)³⁴:

- **“ANÁLISIS VERTICAL.-** Consiste en la determinación de la colaboración de las cuentas del estado financiero haciendo referencia al total de los activos, pasivos y el patrimonio para el balance general o sobre el total de ventas del estado de resultados.
- **ANÁLISIS HORIZONTAL.-** Plantea problemas de desarrollo desordenado de ciertas cuentas, así como la carencia de coordinación con las políticas de la organización. Se centra en los cambios de las cuentas, estos cambios se pueden registrar en valores relativos y absolutos; los valores relativos se hallan por la relación porcentual del año base con el de comparación, el valor absoluto se halla por la diferencia de un año base y el año anterior.”pp.111,117.

Análisis Vertical se lo llama así porque accede comparar dos o más partidas de un mismo período, este tipo de análisis permite obtener una visión general de la estructura financiera ya sean estas en el Balance General o en los Estados de Pérdidas y Ganancia.

Análisis Horizontal determina la variación cuando un rubro ha sufrido en un período respecto a otro, lo cual es importante para establecer cuánto ha crecido en un tiempo explícito.

Para (TANAKA NAKASONE, 2008)³⁵:

Ratio Financieros

“Son unidades contables que miden dos partidas de los estados financieros de una empresa. Lo ratios o razones financieras se fraccionan en índices de liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad.

³⁴ ESTUPIÑÁN GAITÁN: Orlando: *Análisis financiero y de gestión*, pp. 111, 117.

³⁵ TANAKA NAKASONE, Gustavo: *Análisis de estados financieros para la toma de decisiones*, pp. 320 -329.

Razones de Liquidez

Las razones de liquidez miden de forma acercada la capacidad de la organización para cumplir con las obligaciones con plazo menor a un año.

- **Liquidez general**

$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Establece de forma general la liquidez de la empresa y su capacidad de cubrir obligaciones a corto plazo.

- **Prueba ácida**

$$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Cargas diferidas} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Es una forma más directa de medir la liquidez ya que esta resta los gastos pagados por adelantado y las existencias, lo que permite dar una medida exacta de la liquidez de la empresa.

- **Liquidez absoluta**

$$\frac{\text{Caja bancos} - \text{Valores negociables}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Relaciona el activo corriente y el pasivo corriente, ayuda a conocer el tiempo que podrá operar la organización.

Razones de solvencia

Las razones de solvencia permiten establecer la capacidad de endeudamiento que tiene la organización.

- **Endeudamiento del activo total**

$$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

Da a conocer el porcentaje de inversión se ha financiado por las deudas a terceros. Cuando la razón financiera es alta el financiamiento a terceros también, lo que muestra que el apalancamiento financiero es mayor a la autonomía de la organización.

- **Endeudamiento patronal**

$$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$$

Mide el financiamiento de terceros y el de los accionistas y la utilidad que está generando la organización.

- **Endeudamiento patrimonial al largo plazo**

$$\frac{\text{Pasivo no corriente}}{\text{Patrimonio}}$$

Mide el respaldo con el que cuentan para cubrir las deudas a largo plazo.

Ratios de utilidad

Muestran la utilidad que ha generado la organización de forma comparativa.

- **Margen bruto**

$$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

Muestra el porcentaje de la utilidad bruta que se adquiere de las ventas netas.

Ratios de rentabilidad

Muestra la eficiencia de las inversiones ejecutadas por la empresa.

- **Rentabilidad neta de las inversiones ROA**

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

Muestra la eficiencia de las inversiones que han sido efectuadas por la empresa.

- **Rentabilidad neta del patrimonio**

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Mide la rentabilidad que han tenido las inversiones efectuadas por los accionistas.

- **Rentabilidad neta del capital ROE**

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital social}}$$

Muestra la utilidad por cada acción que tiene la empresa.

Ratios de gestión

Muestran el desarrollo que ha tenido la organización mediante el análisis de los estados financieros, así mismo miden sus cuentas por cobrar, sus ingresos y su utilidad.

- **Rotación de cuentas por cobrar**

$$\frac{\text{Cuentas por cobrar comerciales X 360}}{\text{Ventas netas}}$$

Establece el número de días que se demora la organización en el cobro de los créditos otorgados a sus clientes.

- **Rotación de inventarios**

Inventario promedio X 360

Costo de ventas

Da a conocer el número de días que demora la organización en vender la mercadería.

- **Rotación de cuentas por pagar**

Cuentas por pagar a proveedores

Compras a crédito

Muestra el número de días que se demora la empresa para pagar las compras que se han efectuado.” pp. 320 -329.

MARCO LEGAL

Constitución de la Empresa

Como es de conocimiento existen dos tipos de Leyes, las de carácter Orgánico y de carácter Ordinarias.

El Régimen Jurídico y Administrativo de la función Ejecutiva.

El Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva vigente fue dictado por el Dr. Gustavo Noboa Bejarano en su calidad de Presidente Constitucional de la República, mediante Decreto Ejecutivo 2428 publicado en el R.O. No. 536 de 18 marzo del 2002, el cual ha tenido varias reformas.

Para analizar la categoría de este cuerpo legal, es menester señalar que el Art. 272 de la Constitución Política señala: "La Constitución prevalece sobre cualquier otra norma legal. Las disposiciones de leyes orgánicas y ordinarias; decretos - leyes; decretos, estatutos; ordenanzas; reglamentos; resoluciones y otros actos de los poderes públicos deberán mantener conformidad con sus disposiciones y no tendrán

valor si, de algún modo estuvieren en contradicción con ella o alteraren sus prescripciones.

Si hubiere conflicto entre normas de distinta jerarquía las Cortes, Tribunales, jueces y autoridades administrativas lo resolverán mediante la aplicación de la norma jerárquicamente superior".

El Art. 142 de la Carta Política en el numeral 1ro. Establece "Las leyes serán orgánicas y ordinarias.

Permisos

Todo negocio sin importar su finalidad debe cumplir con lo que dispone la ley en los ámbitos legales, tributarios, sanitarios, etc. Para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Entre estos puntos procedemos a desglosar los parámetros a cumplirse para su funcionamiento.

- ❖ Permisos al Municipio (Tasa de Habilitación del Funcionamiento del Local, Uso de Vía Pública)
- ❖ Permisos de Bomberos
- ❖ Certificados Sanitarios
- ❖ Elaboración de Facturas
- ❖ Patentes
- ❖ Afiliación a Cámaras

Declaración de Impuestos

La empresa estará regida bajo la Ley Tributaria un Ente regulador como es el Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), con todas las obligaciones; como es el Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.), en nuestros productos y la entrega de mencionados valores al S.R.I.

Según (Ley Orgánica de Régimen Tributario)

Del Impuesto al valor Agregado, Objeto del Impuesto.- Se establece el impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y

derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé la Ley.

En las prestaciones de servicios, en el momento en que se preste efectivamente el servicio, o en el momento del pago total o parcial del precio o acreditación en cuenta, a elección del contribuyente, hecho por el cual, se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.

Los sujetos pasivos del IVA declararán el impuesto de las operaciones que realicen mensualmente dentro del mes siguiente de realizadas, salvo de aquellas por las que hayan concedido plazo de un mes o más para el pago en cuyo caso podrán presentar la declaración en el mes subsiguiente de realizadas, en la forma y plazos que se establezcan en el reglamento.

La Obligación de emitir comprobantes de ventas y comprobantes de retención.- Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere.

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aún cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado.

La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado.

El Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, establecerá el monto sobre el cual las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y aquellas inscritas en el Régimen Impositivo Simplificado, deberán emitir comprobantes de venta.

De igual manera, se establecerá la periodicidad de la emisión de un comprobante de venta resumen por las transacciones efectuadas correspondientes a valores inferiores a los establecidos en la mencionada resolución.

Este proyecto va a ser un aporte para el país ya que el servicio que va a prestar este proyecto grava el 12% del Impuesto al Valor Agregado.

En cuanto a la justicia Legal que se indica en la Constitución del Ecuador no tenemos por el momento que cumplir con la misma ya que esta dicta: Que cada 20 empleados laborando se debe contratar una persona con Capacidades Especiales (Discapacidades de cualquier tipo CONADIS). Y al momento no contaríamos con esa cantidad de empleados.

El Código del Trabajo establece, a partir del 2010, contratar al menos el 4% del total de los trabajadores de la empresa, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los años sucesivos (Art. 42 núm. 33 CT).

El artículo 42 numeral 33 del Código del Trabajo determina que el empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad. A partir del año 2009, el porcentaje obligatorio de contratación de personas con discapacidad, es del 4% del total de trabajadores de cada empresa o patrono persona natural.

COMPROBANTES DE VENTAS Y FACTURACIÓN

“Los comprobantes de venta Son documentos autorizados previamente por el SRI, que respaldan las transacciones efectuadas por los contribuyentes en la transferencia de bienes o por la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos, a excepción de los documentos emitidos por las instituciones del Estado que prestan servicios administrativos y en los casos de los trabajadores en relación de dependencia.

Los comprobantes de venta podrán ser llenados en forma manual, mecánica o a través de sistemas computarizados. Las facturas en original y copia deben ser llenadas en forma simultánea mediante el uso de papel carbón, carbonado o

autocopiativo químico; en cualquier caso las copias deberán ser idénticas al original, caso contrario no serán válidas.

La falta de emisión o entrega de documentos autorizados, la emisión incompleta o falsa de éstos, constituyen casos de defraudación que serán sancionados de conformidad con el Código Tributario.

La emisión de comprobantes de venta, comprobantes de retención y documentos complementarios se encuentra condicionada a un tiempo de vigencia dependiendo del comportamiento tributario del contribuyente. Recuerde que usted debe mantener en archivo los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios durante 7 años.

Cuadro 3. Plazo de autorizaciones para comprobantes de venta

PLAZOS DE AUTORIZACIÓN PARA COMPROBANTES DE VENTA	
1 año	Cuando esté al día en sus obligaciones tributarias.
3 meses	Cuando tiene pendiente alguna obligación tributaria. Este permiso se otorga una sola vez, hasta que el contribuyente regularice su situación.
Sin autorización	Cuando ya se le otorgó la autorización por 3 meses y no ha cumplido con sus obligaciones tributarias pendientes; o no se le ubica en el domicilio declarado; o su RUC se encuentra cancelado.” ³⁶

Fuente: Servicio de Rentas Internas

³⁶ SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: *Comprobantes de Venta*, <http://www.sri.gob.ec/web/10138/93>

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Activo: "Recurso económicos del ente, conjunto de bienes y derechos de una persona o empresa, representa los bienes y los derechos de propiedad del ente y las partidas imputables contra ingresos atribuibles a periodos futuros."³⁷

Administración: "Actividad encaminada hacia la dirección de una organización, en lo concerniente al cuidado de los bienes y el patrimonio, a las operaciones vinculadas con la producción, la comercialización, el control y el manejo de las actividades que se encuentran relacionadas con las dos últimas, tales como financieras (obtención de créditos, relaciones con las instituciones bancarias, etc.), abastecimientos, manejo de personal."³⁸

Administración Financiera: "Comprende las tareas del administrador financiero en la organización de los negocios. El conjunto de sistemas, órganos normas y procedimientos administrativos que hacen posible la obtención de los recursos públicos y su aplicación para el cumplimiento de los objetivos."³⁹

Análisis Contable: "Comprende el estudio de los diversos estados contables tanto del patrimonio, financiero y económico de una entidad."⁴⁰

Análisis Financiero: "Uso de técnicas determinadas para verificar los documentos financieros de una empresa y para examinar los movimientos de fondos, bienes y servicios propios de la empresa y la influencia de los externos."⁴¹

Análisis Horizontal: "Análisis que se realiza entre dos o más estados contables."⁴²

Análisis Vertical: "Análisis que se realiza dentro de un mismo estado contables evaluando diferentes tipos de información referidos a las cuentas rubros y/o capítulos."⁴³

³⁷ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable". p.21.

³⁸ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable". p.28.

³⁹ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable". p.28.

⁴⁰ Sanz, Carlos Javier: "Diccionario Económico, Contable, Comercial y Financiero", p.14.

⁴¹ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable". p. 48.

⁴² GRECO, Orlando: "Diccionario Contable". p.48.

Beneficio: "Ganancia, Utilidad, Renta, Rendimiento, Provecho. Derecho que compete a alguien por ley o privilegio lucro."⁴⁴

Café: Bebida que se hace por infusión con esta semilla tostada y molida.

Cafetería: Establecimientos cualquiera que sea su denominación que su oferta se base principalmente en el servicio de bebidas frías y calientes como helados batidos refrescos. Platos fríos y calientes simples o combinados elaborados generalmente en la plancha esta son sánduches, bocadillos, etc.⁴⁵

Calidad del resultado: Capacidad del resultado contable para proporcionar información útil para la toma de decisiones. Para ello debe gozas de una serie de características. Aunque no hay acuerdo sobre cuáles deben ser esas características, en general se asocia con conservadurismo del resultado, ya que ello supone una garantía de que la cifra no está hinchada y puede tener una cierta persistencia. También asocia calidad a capacidad predictiva, persistencia, ausencia de variabilidad y proximidad entre resultado y tesorería de las operaciones.

Calidad laboral: "Situación laboral en la que se disfruta de un buen trabajo, una buena paga e incentivos, el trabajo es interesante y se puede conseguir promociones profesionales."⁴⁶

Calidad del servicio: "Es el grado en que las cualidades del servicio o del producto entregado coinciden con lo solicitado por el cliente."⁴⁷

Capacitación: "Acción y efecto de capacitar. Acción y entrenamiento para determinadas funciones y tareas."⁴⁸

⁴³ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable", p. 49.

⁴⁴ SANZ, Carlos Javier: *Diccionario Económico Comercial y Financiero*, p.19

⁴⁵ (J.M.Rosenberg, 1998)

⁴⁶ SASTRE, CASTILLO, Miguel Ángel: "Diccionario de dirección de empresas y marketing", p. 31.

⁴⁷ SASTRE, CASTILLO, Miguel Ángel: "Diccionario de dirección de empresas y marketing", p. 31.

⁴⁸ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable", p. 100.

Capital: "Monto neto aportado por el o por los titulares de una empresa, aplicado a su actividad. Monto de dinero aplicado en una inversión financiera que devenga intereses."⁴⁹

Capital Accionario: "Capital de las sociedades por acciones, representativo del valor nominal de las acciones suscritas por los accionistas."⁵⁰

Comprador: "Es la persona física o entidad que adquiere un servicio o un bien mediante el pago de su precio."⁵¹

Control: Enfrentar una situación y manejarla con capacidad física y mental para ejecutar procedimientos de acuerdo con los planes y políticas establecidas.

Control Interno: Métodos coordinados y medidas que adopta una organización para comprobar la exactitud y veracidad de la información y la salvaguarda del patrimonio.

Consumidor: Persona que demanda un bien o servicio generado por una necesidad o deseo y que cuenta con el poder adquisitivo para satisfacer esa necesidad o deseo.

Costos: Valor cedido por una entidad para la obtención de bienes o servicios. El costo es el valor cedido a fin de obtener una mercancía en la cantidad requerida y transportada al lugar deseado. Todos los gastos son costos, pero no todos los costos son gastos.

Clientes: Personas y empresas que consumen los bienes y servicios que proporciona la entidad. Desde la perspectiva contable los clientes son derecho de cobro derivados de la venta de viene o prestación de servicios por parte de la empresa, siempre que constituya su actividad principal.

⁴⁹ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable", p. 100.

⁵⁰ GRECO, Orlando: "Diccionario Contable", p. 100.

⁵¹ SASTRE, CASTILLO, Miguel Ángel: "Diccionario de dirección de empresas y marketing", p. 51.

Demanda: Cantidad y calidad de servicios y bienes que pueden ser obtenidos en los distintos precios del mercado por el consumidor.

Dulcería: Sinónimo de Confitería, es la casa donde se hacen los dulces y las tiendas donde los venden.

Eficiencia: "Puede medir porcentualmente la producción real para el nivel de producción esperado, también se puede decir que tan bien funciona algo con relación a las expectativas."⁵²

Emprendedor: "Cualquiera que asume el riesgo financiero de la iniciación operativa y administración de un determinado negocio o actividad."⁵³

Empresa: "Cualquier iniciativa comercial que implique riesgos. Institución caracterizada por la organización de los factores económicos de la producción. A diferencia del concepto de sociedad, la empresa no tiene personalidad jurídica."⁵⁴

Empresario: "Actividad de un individuo u organización que implica producción, comercio y/o servicio."⁵⁵

Estrategia: Líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.

Estudio de mercado: Estudia el comportamiento del consumidor para descubrir sus necesidades y la forma para satisfacerlas.

Factibilidad: Disponibilidad de recursos para ejecutar objetivos o metas planificadas.

Gasto.- "Es el pago o una obligación irrecuperable con el fin de cumplir los objetivos establecidos."⁵⁶

⁵² MUÑOZ, Rubén Darío, MORA, Luis Aníbal: *"Diccionario de Logística y negocios internacionales"*, p. 6.

⁵³ VALLETA, Laura: *"Diccionario de Derecho Comercial"*, p. 170.

⁵⁴ VALLETA, Laura: *"Diccionario de Derecho Comercial"*, p. 170.

⁵⁵ VALLETA, Laura: *"Diccionario de Derecho Comercial"*, p. 171.

Impuesto: "Carga fiscal creada por el gobierno y que recae en personas físicas o jurídicas."⁵⁷

Implementación: "Planear y/o poner en práctica una idea, programa método o propuesta."⁵⁸

Innovación: "Cambio en la tecnología disponible, por el que puede producirse el mismo volumen de producción con menos cantidad de al menos uno de los factores de producción necesarios, dejando el resto constante."⁵⁹

Inversión: "Empleo del capital en alguna actividad con el objeto de incrementarlo."⁶⁰

Investigación.- "Proceso sistemático que se ejecuta con el objetivo de obtener nuevos conocimientos generalmente alineados ya sea a corto o largo plazo en la solución de problemas."⁶¹

Legislación.- "Conjunto de leyes mediante las que se rige, administra o gobierna un Estado determinado."⁶²

Muestreo.- "Es la selección de muestras características de un todo, es decir una pequeña parte de la población."⁶³

Obleas: Hoja delgada hecha con harina, sal y agua, que se utiliza como cubierta o base de algunos dulces.

Obligación tributaria.- "Es la relación entre el contribuyente (deudor) y el estado (acreedor) en el pago de los tributos."⁶⁴

⁵⁶ GRECO, Orlando: "Diccionario de comercio exterior", p.116.

⁵⁷ GRECO, Orlando: "Diccionario de comercio exterior", p.116.

⁵⁸ GRECO, Orlando: "Diccionario de comercio exterior", p.116.

⁵⁹ GRECO, Orlando: "Diccionario de comercio exterior", p.117.

⁶⁰ GRECO, Orlando: "Diccionario de comercio exterior", p.117.

⁶¹ CASTILLO SANCHEZ, Mauricio: *Guía para la formulación de proyectos de investigación*, p. 11.

⁶² GRECO, Orlando: *Diccionario de comercio exterior*, p. 142.

⁶³ GRECO, Orlando: *Diccionario de comercio exterior*, p. 160.

⁶⁴ GRECO, Orlando: *Diccionario de comercio exterior*, p. 166.

Orden: "Cuando se dispone las cosas en un determinado lugar o método mediante el cual se realiza algo."⁶⁵

Organismo:"Se rige a un conjunto de leyes, usos y costumbres por las que se gobierna un cuerpo o institución".⁶⁶

Organización: "Estructura funcional de un organismo, sistema social integrado por individuos bajo una estructura dentro de un contexto, desarrollando actividades aplicando recursos a favor de ciertos valores comunes"⁶⁷.

Pasivos.- "Son las deudas que posee la organización en el efecto de su actividad comercial."⁶⁸

Pastelería: Local donde se hacen pasteles, pastas u otros dulces.

Producción: Criterio de eficacia que se refiere a la capacidad de una organización para suministrar los bienes demandados por su entorno. Cualquier forma de actividad que añade valor a bienes y servicios, incluyendo creación, transporte y almacenamiento hasta su uso.

Procesos: Conjunto de actividades que se ejecutan con un fin específico.

Proyectos de inversión: Es un plan que se le destina cierta cantidad de capital y demás recursos para generar un bien o servicio.

Rentabilidad.- "Nivel de beneficio que se obtiene de una inversión"⁶⁹

Tributario

Servicio: "Es el conjunto de acciones que responden a satisfacer las necesidades del cliente."⁷⁰

⁶⁵ LÓPEZ, LÓPEZ José Isauro: Diccionario Contable Administrativo Fiscal, p. 195.

⁶⁶ GRECO, Orlando: *Diccionario Contable*, p.389.

⁶⁷ GRECO, Orlando: *Diccionario Contable*, p.389.

⁶⁸ ALCARRIA JALME, José: *Contabilidad financiera I*, p. 26.

⁶⁹ LAURENCE, J., GITMAN, Michael: *Fundamentos de inversión*, p. 90.

Sistema de Control: "Conjunto de métodos y normas coordinados adoptados para una organización así preservar los activos, comprobar la exactitud y la corrección de sus datos contables".⁷¹

Utilidad: "Se obtiene de algo que se saca interés o provecho, es la ganancia obtenida en una empresa durante el desarrollo de las diferentes operaciones durante un periodo."⁷²

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

HG: El Estudio de Factibilidad incide en la inversión para la creación de una Cafetería y Dulcería exclusiva en la ciudad de Milagro.

2.3.2 Hipótesis Particulares

- ✓ **HP1:** La inversión en seguridad lógica y física garantiza la confianza del cliente.
- ✓ **HP2:** La contratación de personal capacitado permite cumplir con un excelente servicio al cliente.
- ✓ **HP3:** Asesoría para el cumplimiento de los deberes formales en materia de impuestos garantiza que la empresa desarrolle con la cultura tributaria.
- ✓ **HP4:** La eficacia en los inventarios y el control interno mejora la organización de la empresa.

2.3.3 Declaración de Variables

Las variables de nuestra investigación son las siguientes:

⁷⁰ LAURENCE, J., GITMAN, Michael: *Fundamentos de inversión*, p. 90.

⁷¹ GRECO, Orlando: *Diccionario Contable*, p.473.

⁷² LÓPEZ, LÓPEZ José Isauro: *Diccionario Contable Administrativo Fiscal*, p. 270.

HIPÓTESIS GENERAL

Variable Independiente: Estudio de Factibilidad

Breve concepto: Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, este se apoya en tres aspectos básicos (1) Operativo, (2) Técnico, (3) Económico.

Variable Dependiente: Inversión para la creación de una Cafetería y Dulcería.

Breve concepto: Una inversión en el sentido económico, es una colocación de capital, para obtener una ganancia futura.

Hipótesis Particulares

HP1

Variable Independiente Inversión en Seguridad

Variable Dependiente Confianza del Cliente

HP2

Variable Independiente Contratación del Personal Capacitado

Variable Dependiente Excelente Servicio al Cliente

HP3

Variable Independiente Asesoría de Cumplimiento en Impuestos

Variable Dependiente Desarrollo con la Cultura Tributaria

HP4

Variable Independiente Eficacia de Inventarios y el Control Interno

Variable Dependiente Mejora la organización de la Empresa

2.3.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 4. Operacionalización de las variables.

Variables	Tipos de Variable	Indicador	Conceptualización
Hipótesis General <ul style="list-style-type: none">➤ Estudio de Factibilidad➤ Inversión en la Cafetería y Dulcería	Independiente Dependiente	Recuperación de la inversión Satisfacción de la demanda	Análisis de los resultados financieros, económicos y sociales de la inversión. Proponer Líneas Estratégicas para implementar un establecimiento diferentes a los ya existentes
Hipótesis Particular 1 <ul style="list-style-type: none">➤ Inversión en seguridad➤ Confianza del cliente	Independiente Dependiente	Niveles de Servicio de Seguridad Satisfacción del cliente	Empleo de capital para la evitar riesgo en la empresa. Ofrecer un ambiente seguro para comodidad del cliente.
Hipótesis Particular 2 <ul style="list-style-type: none">➤ Contratación de Personal Capacitado➤ Excelente Servicio al Cliente	Independiente Dependiente	Calidad de servicio al cliente Indicadores de atención	Contar con personal capacitado en su área de servicio. Buen control de los procesos de atención al cliente.
Hipótesis Particular 3 <ul style="list-style-type: none">➤ Asesoría de Cumplimiento en Impuestos➤ Desarrollo de la Cultura Tributaria	Independiente Dependiente	Desempeño tributario Solidez económica	Asistencia para el acatamiento de las obligaciones tributarias. Crecimiento del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
Hipótesis Particular 4 <ul style="list-style-type: none">➤ Eficacia de Inventarios y el Control Interno➤ Mejora la Organización de la Empresa	Independiente Dependiente	Rotación del inventario Evaluación de rendimientos financieros.	Controlar el buen manejo y uso de materia prima. Desarrollo eficaz y eficiente de la organización.

Elaborado: Alvarado Rosalyn y Quintero Silvana

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La investigación científica es un proceso en el que se busca adquirir información veraz a través del estudio del método científico, con el objeto de información sea aplicada al conocimiento.

Se detallan algunas características del tipo de investigación que se utiliza en el presente trabajo investigativo.

Según su finalidad

Para (CEGARRA SÁNCHEZ, 2011)⁷³ la investigación aplicada la define como:

“Alcanza el grupo de acciones con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos que puedan ejecutarse en productos o procesos nuevos.” p.42

Este tipo de investigación se aplica en el presente proyecto debido a que es una investigación formal de la que se desprenden otro tipo de investigaciones y que tiene por objeto describir las características del problema.

Según su objetivo

(RODRÍGUEZ MOGUEL, 2005)⁷⁴ dice que investigación descriptiva es:

“La que tiene por objeto la descripción, el análisis, la interpretación del fenómeno de estudio, este tipo de investigación tiene como característica principal dar a conocer una interpretación correcta del objeto de estudio, en las que las actividades que debe realizar el investigador son:

⁷³ CEGARRA SÁNCHEZ, José: *Metodología de la investigación científica y tecnológica*, p. 42.

⁷⁴ RODRÍGUEZ MOGUEL, Ernesto: *Metodología de la Investigación*, p. 24 y 25.

- *Describir el problema*
- *Definir y formular las hipótesis*
- *Marco teórico y marco conceptual*
- *Seleccionar el muestreo*
- *Recolección de datos*
- *Descripción de análisis e interpretación*
- *Conclusiones” p. 24 y 25.*

La investigación descriptiva es aplicable en este trabajo ya que da a conocer característica del problema mediante la recolección de datos basados en las hipótesis planteadas, además permite la exposición y el resumen de la información con el objeto de contribuir con el conocimiento.

(GOMEZ, 2006)⁷⁵ expresa que la investigación correlacional:

“Da a conocer la relación entre dos conceptos o variables que al relacionarse ayudan con cierta información explicativa.”p.68.

El propósito de este tipo de investigación es conocer el comportamiento de las variables entre sí y luego permitir el análisis de esta correlación.

Según su contexto

(MORENO BAYARDO, 1987)⁷⁶ habla que la Investigación de campo:

“Mediante este tipo de investigación se reúne la información necesaria acudiendo principalmente al contacto directo con el objeto de estudio, ya sea que los hechos o fenómenos estén ocurriendo de una forma ajena o no al investigador, en este tipo de información se busca la recolección de datos recurriendo directamente con las personas que la tienen.”p.42.

⁷⁵ GÓMEZ, Marcelo: *Introducción a la metodología de la investigación científica*, p. 68.

⁷⁶ MORENO BAYARDO, María Guadalupe, *Introducción a la metodología de la investigación educativa*, p. 42.

Este tipo de investigación permite la recolección de datos de forma directa, es decir en el ambiente real donde se ha detectado el problema, la cual es la principal fuente de la información.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

(ICART ISERN, 2006)⁷⁷:

“Población es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar.”p.55.

(JOHNSON, 2004)⁷⁸:

“Población finita es cuando se puede enumerar físicamente los elementos que pertenecen a una población.”p.9.

(JOHNSON, 2004)⁷⁹:

“Población infinita Cuando los elementos de una población son ilimitados se dice que la población es infinita.”p.9.

(GOMEZ, 2006)⁸⁰:

“Muestra es una parte de la población o universo a estudiar.”p.109.

3.2.1 Características de la población

La población a la que se orienta el presente proyecto pertenece al Cantón Milagro de la provincia del Guayas, entre sus características tenemos las siguientes:

⁷⁷ ICART ISERN, María Teresa, FUENTEELSAZ GALLEGU, Carmen y PULPÓN SEGURA, Anna: *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*, p.55.

⁷⁸ JOHNSON, Robert, KUBY, Patricia: *Estadística elemental: lo esencial*, p. 9.

⁷⁹ JOHNSON, Robert, KUBY, Patricia: *Estadística elemental: lo esencial*, p. 9.

⁸⁰ GÓMEZ, Marcelo: *Introducción a la metodología de la investigación científica*, p. 109.

Género: Masculino - Femenino

Nivel socioeconómico: Todo nivel

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Edad: 20 años en adelante.

3.2.2 Delimitación de la población

Cuadro 5. Estrato de la Población

Población	N°	%
Hombres	83,241	49.5
Mujeres	83,393	50.5
TOTAL	166,634	100%

Fuente: Censo 2010 - INEC

3.2.3 Tipo de muestra

(SALKIND, 1999)⁸¹:

“Muestra probabilística es un tipo de muestreo en el cual se conoce la probabilidad de seleccionar un miembro individual de la población.”p.97.

(SALKIND, 1999)⁸²:

“Muestra no probabilística es aquel que se desconoce la probabilidad de seleccionar cualquier miembro individual de la población.”p97.

Para la ejecución de este proyecto se utiliza el tipo de muestra no probabilística ya que este tipo de muestra permite al investigador seleccionar a cualquier individuo de la población por causas relacionadas con las características de la presente investigación.

⁸¹ SALKIND, Neil: *Métodos de investigación*, p. 97.

⁸² SALKIND, Neil: *Métodos de investigación*, p. 97.

3.2.4 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N-1) E^2 + p q}{Z^2}}$$

n: Tamaño de la muestra.

N: Tamaño de la Población

p: Posibilidad de que ocurra un evento, $p=0,5$

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q=0,5$

E: Error, se considera el 5%; $E=0,05$

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, $Z=1,96$

$$n = \frac{166334(0,5)(0,5)}{\frac{(166334-1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)}{(1,96)^2}}$$

$$n = \frac{41583,5}{\frac{415,83 + 0,25}{3,84}}$$

$$n = \frac{41583,5}{108,35}$$

$$n = 383,79 \text{ o su equivalente próximo entero a } 384.$$

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección se va a realizar mediante muestra por cuotas, también denominado en ocasiones "accidental". Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y de los individuos más representativos o adecuados para los fines de la investigación. Mantiene semejanzas con el muestreo aleatorio estratificado, pero no tiene el carácter de aleatoriedad de aquél. En este tipo de muestreo se fijan unas "cuotas" que consisten en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones. Una vez

determinada la cuota se eligen los primeros que se encuentren que cumplan esas características.

Este procedimiento es aplicable a esta investigación ya que esta técnica permite el sondeo de opiniones.

Los lugares para realizar la encuesta son la Universidad Estatal de Milagro, el Paseo Shopping y entre las principales calles del cantón tales como la calle García Moreno en donde la afluencia de las personas es constante.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

El palabra método, procede de las raíces: meth, que significa meta, y odos, que significa vía. Es decir, el método es el camino para alcanzar un objetivo.

Para (EYSSAUTIER DE LA MORA, 2008)⁸³:

“Se comprende por método a la manera de decir o hacer algo bajo una regla u orden , es decir es el proceso que se sigue para el alcance de un objetivo propuesto.”p.92.

La técnica es necesaria en el transcurso de la investigación científica, ya que compone la distribución por medio de la cual se constituye la investigación, La técnica procura establecer las fases de la investigación, contribuir instrumentos para manipular la información, Llevar un control de los datos, orientar la obtención de conocimientos.

3.3.1 Método Teórico

En esta investigación se va a utilizar el método hipotético – deductivo.

Este método se compone de varios pasos fundamentales: Observación del problema a estudiar, la Creación de una hipótesis para exponer dicho fenómeno, Deducción de resultados o Propositiones más primordiales que la propia hipótesis, y

⁸³ EYSSAUTIER DE LA MORA, Maurice: *Metodología de la investigación: desarrollo de la inteligencia*, p. 92.

Verificación o Comprobación de la verdad de los enunciados concluidos comparándolos con la experiencia.

Este método exige al científico a ajustar la reflexión racional o momento racional a través de la formación de la hipótesis y la deducción, con la observación de la realidad o momento empírico a través de la observación y la verificación.

3.3.2 Método Empírico

Para el proceso de esta investigación se va usar el método de la observación, ya que el investigador conoce el problema y el objeto de la investigación estudiando su curso natural, sin alteración de sus condiciones naturales, es decir la observación tiene un aspecto contemplativo.

Según (HEINEMANN, 2003)⁸⁴ :

“La observación es la captación planificada y el registro de los datos de forma controlada con un objetivo para la investigación, a través de lo que vemos, hace referencia a las técnicas de captación de los aspectos de un fenómeno que son primordiales para el objeto de estudio.”p.135.

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

Técnicas:

Según (YUNI & URBANO, 2008)⁸⁵:

“Conjunto extenso de conocimientos alineados al desempeño de los instrumentos de medición y evaluación y utilización acorde a las características del problema.”p.57.

Según (GRANDE, 2005)⁸⁶:

“La encuesta es una técnica primaria se obtiene de la información sobre la base de un objetivo, coherente y

⁸⁴ HEINEMANN, Klaus: *Introducción a la metodología de la investigación empírica*, p. 135

⁸⁵ YUNI, José, URBANO, Claudio: *Técnicas para investigar*, p. 57.

⁸⁶ GRANDE, Ildelfonso, ABASCAL, Elena: *Análisis de encuestas*, p.14

articulado de preguntas, la cual garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables, es decir se puedan extraer conclusiones a partir de datos parciales o pertenecientes a un ámbito diferente a aquel que se aplican"p.14.

La recolección de los datos para esta investigación será efectuada mediante la información lograda de la técnica de la Encuesta, y las observaciones, estudiadas y procesadas documentalmente, son complementos que nos admiten tener una alta visión de la investigación.

Instrumentos:

Ficha de trabajo.- Es una forma para organizar la información documental usada en los trabajos de investigación de cualquier tipo. Se utiliza para recopilar, resumir o anotar los contenidos de las fuentes o datos utilizados en la investigación.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para esta investigación se utiliza como técnica la encuesta de la cual los resultados serán procesados en Microsoft Excel ya que permite la tabulación, el análisis de los datos conseguidos en la encuesta, y la elaboración de gráficos estadísticos, los cuales suministran información general de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La ciudad de Milagro, actualmente, carece de un sitio, seguro, cómodo y confiable donde su pueda disfrutar de un excelente café y un delicioso postre, los lugares que se dedican a la venta de dulces lo realizan de manera que el cliente no se siente satisfecho.

En este capítulo, se realiza análisis de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en el cantón Milagro, el cual tiene como fin, identificar gustos, intereses, exigencias o conexiones de estos hacia lugares ya existentes.

Para realizar este cuestionario, primeramente se realizó una investigación cualitativa, la misma que consistió en una investigación exploratoria en los establecimientos dedicados a la venta de dulces, con la finalidad de observar las actitudes, comportamiento, exigencias de los clientes, explorar los grupos de personas que conforman este mercado, esta investigación cualitativa también sirvió para formular las preguntas que conforman la encuesta.

Cabe indicar que se aplicó el análisis F.O.D.A en esta investigación para tener un visión más clara de los ventajas y posibles desventajas ante el mercado al cual nos dirigimos.

Análisis F.O.D.A

FORTALEZAS

- La atención de los vendedores y el servicio que brindan.
- Amplio surtido en los productos y calidad en los mismos

- Instalaciones confortables, seguras y atractivas para los clientes.
- Precios accesibles al mercado.

OPORTUNIDADES

- Incremento en el consumo de café y postres
- Posibilidad de seguir expandiendo en toda la ciudad por el incremento de la demanda
- Mercado mal atendido o insatisfecho
- Negocios no posicionados en el mercado

DEBILIDADES

- Posición poco favorable por ser una nueva marca ante la actual competencia
- Debido a los costos de inversión, se puede incurrir en márgenes de ganancias bajos hasta tomar posición en el mercado
- No capacitar adecuadamente el personal
- Elección de productos de mala calidad por bajar costos

AMENAZAS

- Marca líder y competencia posicionada en el mercado
- Inseguridad, delincuencia (robos)
- Poca aceptación de marca – producto
- Aumento de precios en materia prima
- Publicidad agresiva de la competencia

Figura 1. F.O.D.A



Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

Cuadro 6. Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS - Servicio al cliente excelente - Excelente calidad del producto final - Excelente infraestructura - Precios competitivos	DEBILIDADES - Falta de capacitación - Problemas con la calidad - Inadecuado control en los inventarios - Marca nueva en el mercado
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES - Competencia débil - Mercado mal atendido - Posibilidad de expansión - Productos sin competencia real	FORTALEZAS - OPORTUNIDADES FO1.- Clientes satisfechos FO2.- Mayor Rentabilidad FO3.- Posicionarse en el mercado FO4.- Aumento de clientes	DEBILIDADES - OPORTUNIDADES DO1.- Disminución de clientes DO2.- Pocos Ingresos DO3.- Deficiente control interno DO4.- Poco Interes
AMENAZAS - Competencia muy agresiva - Ubicación poco privilegiada del establecimiento - Competencia consolidada en el mercado - Aumento de precios de materia prima	FORTALEZAS - AMENAZAS FA1.- Limitaciones FA2.- Ventas bajas FA3.- Aspecto negativo FA4.- Aumento en precio final	DEBILIDADES - AMENAZAS DA1.-Mejorar Publicidad DA2.- Reclamos DA3.- Desorganización DA4.- Pérdidas elevadas

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

A continuación se detalla los siguientes sub-problemas para el respectivo análisis por medio del Diagrama de Pareto:

- 1) Falta de un sitio exclusivo y seguro para disfrutar con tranquilidad.
- 2) Mala atención al cliente y pésima calidad en los productos.
- 3) Incumplimiento a las leyes tributarias.
- 4) Falta de control interno y de inventarios en la cafetería.

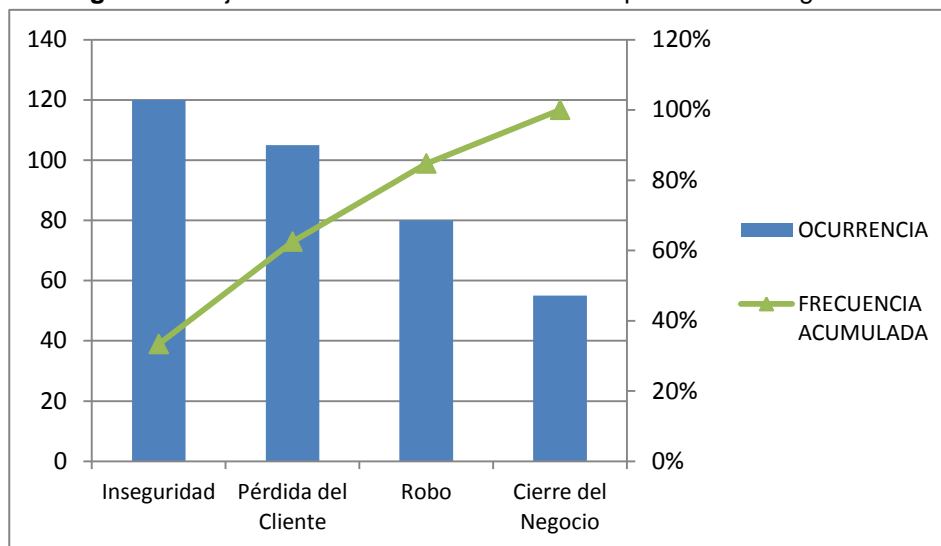
4.2.1 Sub-problema # 1

Cuadro 7. Perjudica a la inversión no mantener personal de seguridad

SUBPROBLEMA # 1	OCURRENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Inseguridad	120	33%	33%
Pérdida del Cliente	105	29%	63%
Robo	80	22%	85%
Cierre del Negocio	55	15%	100%
	360		

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 2. Perjudica a la inversión no mantener personal de seguridad



Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

En el gráfico apreciamos que la inseguridad se presenta en una frecuencia relativa del 39% y la pérdida del cliente se presenta en un 29% de frecuencia, siendo las principales causas del sub-problema 1.

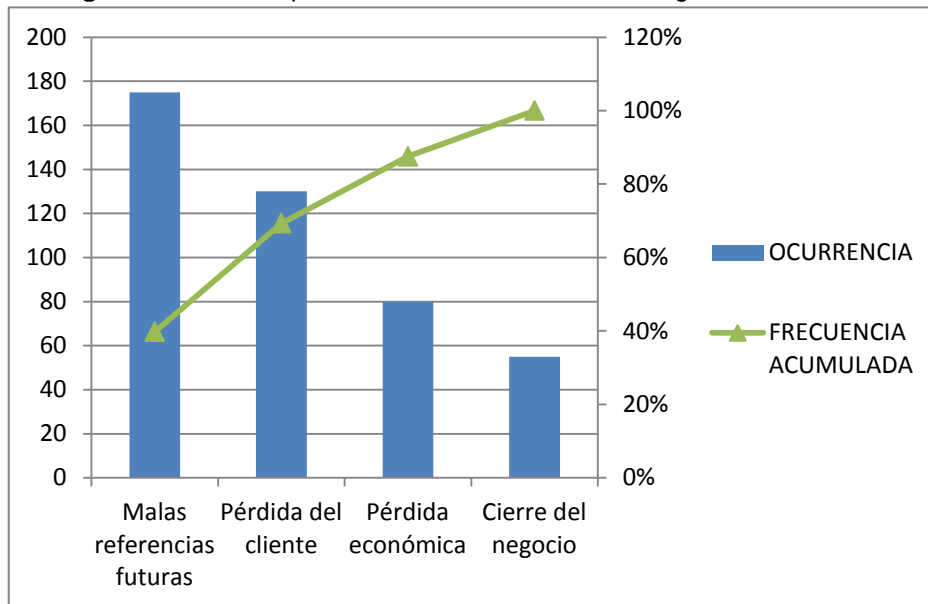
4.2.2 Sub-problema # 2

Cuadro 8. Formas que afectan la rentabilidad del negocio

SUBPROBLEMA # 2	OCURRENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Malas referencias futuras	175	40%	40%
Pérdida del cliente	130	30%	69%
Pérdida económica	80	18%	88%
Cierre del negocio	55	13%	100%
	440		

Elaborado Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 3. Formas que afectan la rentabilidad del negocio



Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Como podemos evaluar en el siguiente gráfico las principales causas de este sub-problema son las malas referencias futuras se presentan en una frecuencia relativa del 40% y la pérdida del cliente se presenta en un 30% de frecuencia.

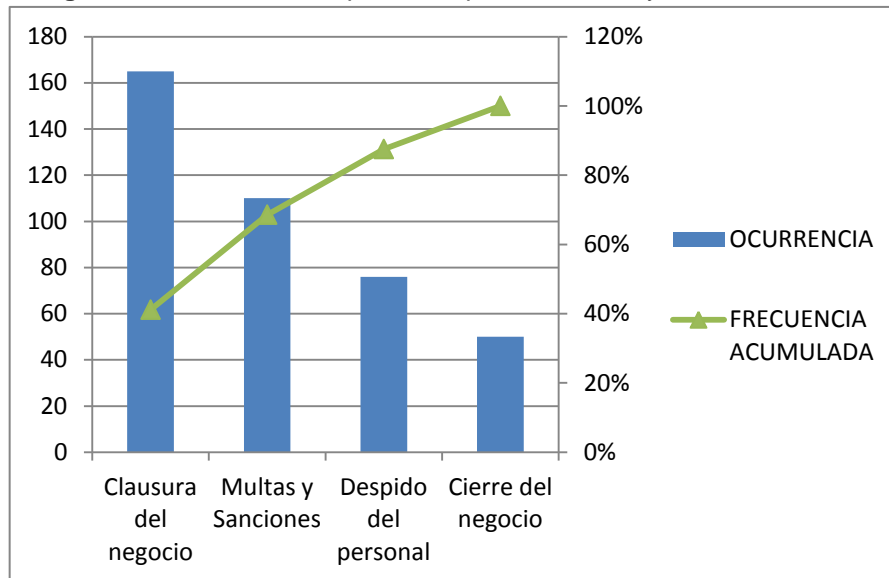
4.2.3 Sub-problema # 3

Cuadro 9. Consecuencias por Incumplimiento de Leyes Tributarias

SUBPROBLEMA # 3	OCURRENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Clausura del negocio	165	41%	41%
Multas y Sanciones	110	27%	69%
Despido del personal	76	19%	88%
Cierre del negocio	50	12%	100%
	401		

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 4. Consecuencias por Incumplimiento de Leyes Tributarias



Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Evaluamos en este gráfico que las principales causas de este sub-problema son la clausura del negocio y las multas y sanciones por parte de organismos reguladores y se presentan en una frecuencia relativa del 41% y 27% respectivamente.

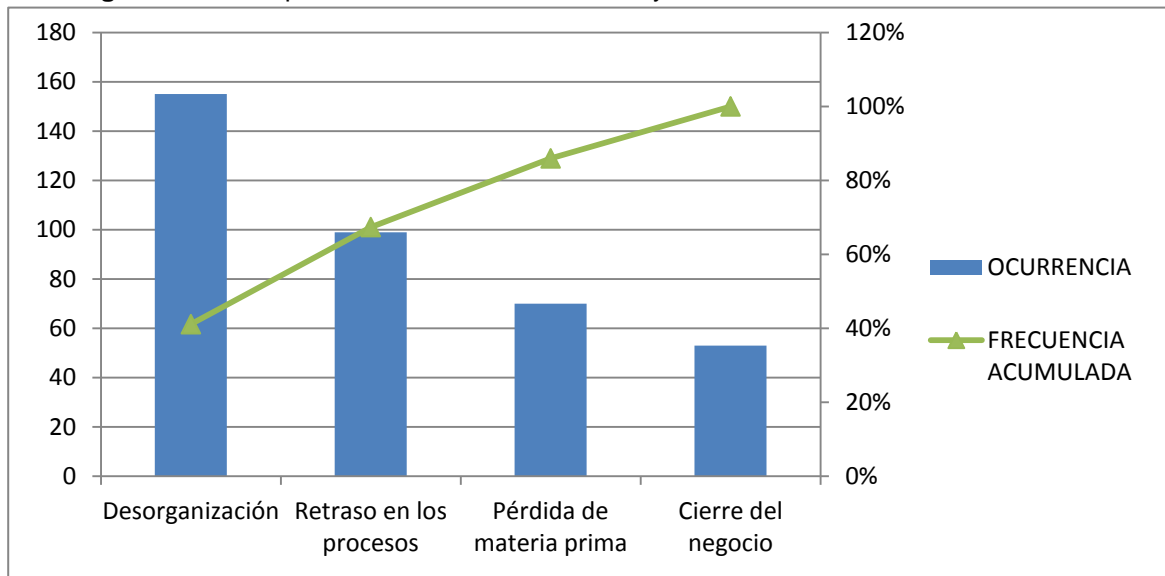
4.2.4 Sub-problema # 4

Cuadro 10. Causas por carencia de control interno y de inventarios

SUBPROBLEMA # 4	OCURRENCIA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA
Desorganización	155	41%	41%
Retraso en los procesos	99	26%	67%
Pérdida de materia prima	70	19%	86%
Cierre del negocio	53	14%	100%
	377		

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 5. Causas por carencia de control interno y de inventarios



Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Realizando una evaluación del siguiente gráfico notamos que la desorganización tiene una frecuencia relativa de 41% y el retraso en los procesos con 26% de frecuencia relativa los que nos indica que estos son las principales causas de este sub-problema.

4.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1) ¿LE GUSTARÍA A USTED DISFRUTAR DE UNA CAFETERÍA EXCLUSIVA EN LA CIUDAD DE MILAGRO?

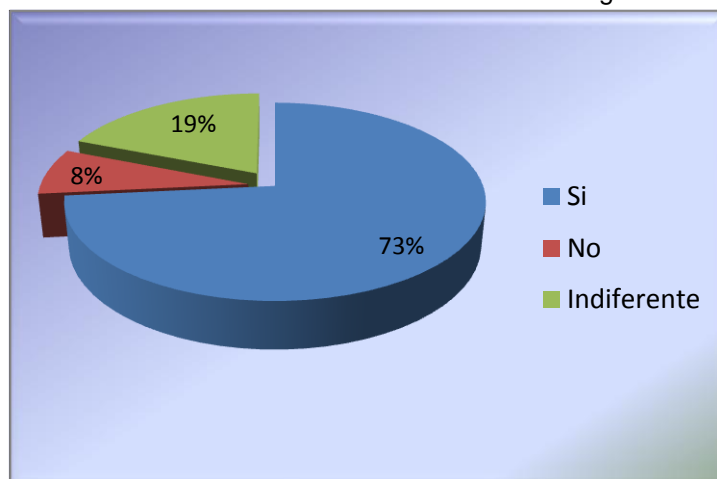
Cuadro 11. Disfrutarías de una cafetería exclusiva en Milagro

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	282	73%
No	29	8%
Indiferente	73	19%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 6. Disfrutarías de un cafetería exclusiva en Milagro



Análisis e interpretación de la pregunta 1:

Como señala la muestra, la población de Milagro si le gusta disfrutar de una cafetería exclusiva en un 73%, el 19% es indiferente y un mínimo porcentaje que no, lo que se puede deducir que la factibilidad de implementar este negocio es positiva.

2) ¿CREE USTED, QUE LA ESTABILIDAD DE UN NEGOCIO DEPENDE DE?

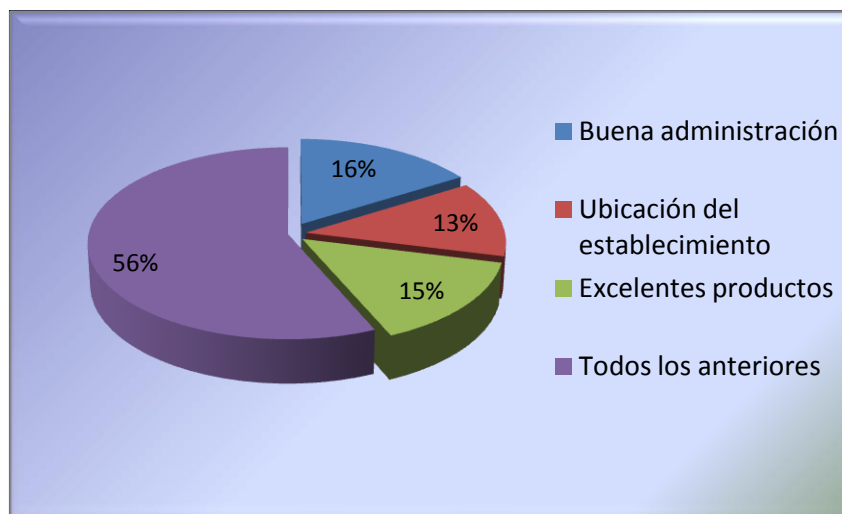
Cuadro 12. Factores de la estabilidad de un negocio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena administración	62	16%
Ubicación del establecimiento	49	13%
Excelentes productos	56	15%
Todos los anteriores	217	57%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 7. Factores de la estabilidad de un negocio



Análisis e interpretación de la pregunta 2:

La mayor parte de las personas respondieron con un 57% que una buena administración, ubicación y excelentes productos serían nuestra fortaleza ya que es uno de los puntos importantes que este proyecto se basa está en la calidad de atención al cliente.

3) ¿CONSIDERA USTED QUE EN UN SITIO COMO ÉSTE ES NECESARIO LA SEGURIDAD DE LOS CLIENTES?

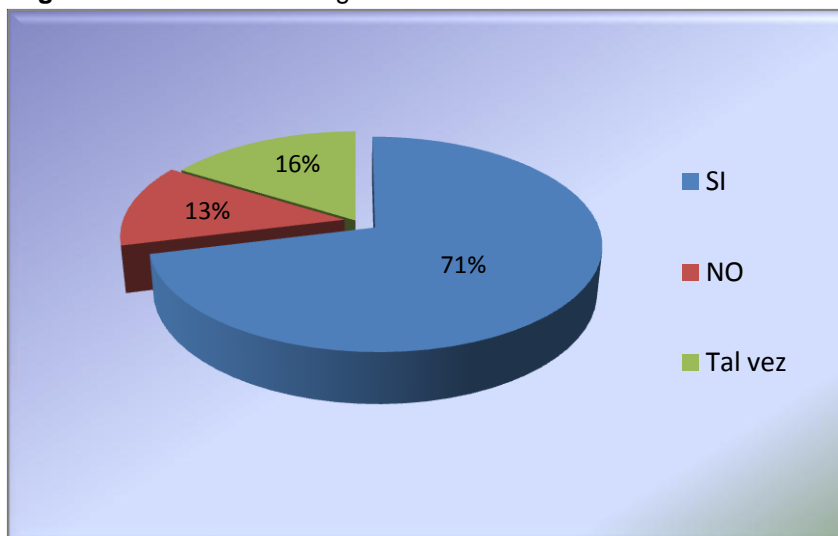
Cuadro 13. Necesidad de Seguridad en sitios exclusivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	273	71%
No	49	13%
Tal vez	62	16%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 8. Necesidad de Seguridad en sitios exclusivos



Análisis e interpretación de la pregunta 3:

Apreciamos que entre las tres alternativas de este tipo de pregunta el Si obtuvo un 71% ya que es necesario garantizar la tranquilidad y confiabilidad de estar en un ambiente seguro.

4) ¿CON CUÁNTOS TIPOS DE SEGURIDAD DEBE CONTAR EL ESTABLECIMIENTO?

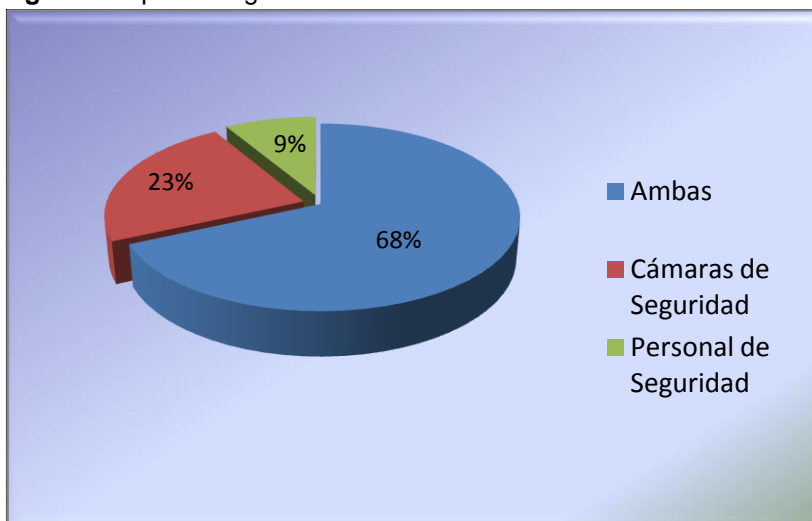
Cuadro 14. Tipo de seguridad en establecimientos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cámaras de Seguridad	89	23%
Personal de Seguridad	33	9%
Ambas	262	68%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 9. Tipo de seguridad en establecimientos



Análisis e interpretación de la pregunta 4:

La muestra nos indica que en cuanto a seguridad en este tipo de lugares es fundamental siendo estas tanto el guardia como las cámaras de seguridad ya que estas garantizan la confianza del cliente hacia nosotros hasta para futuras referencias.

5) ¿QUÉ CONSIDERA USTED. PARA QUE UN ESTABLECIMIENTO DE CAFETERÍAS Y POSTRES LO HACE EXCLUSIVO?

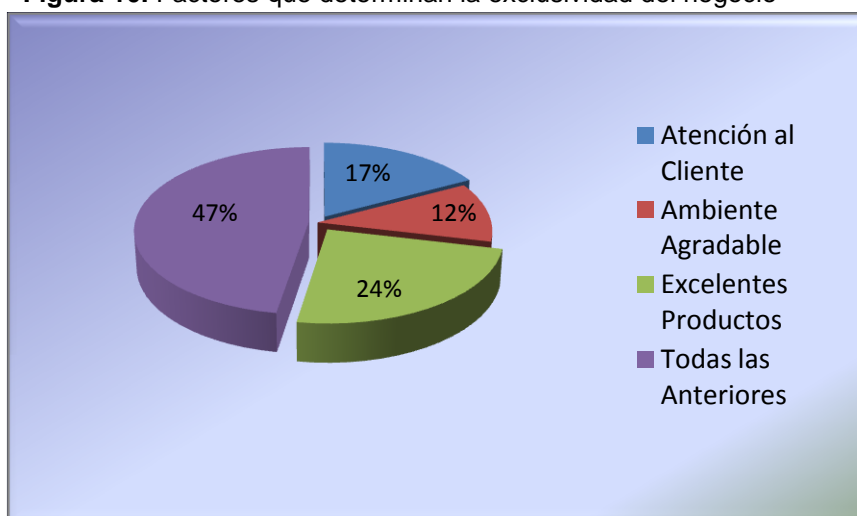
Cuadro 15. Factores que determinan la exclusividad del negocio

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención al Cliente	66	17%
Ambiente Agradable	44	12%
Excelentes Productos	92	24%
Todas las Anteriores	182	47%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 10. Factores que determinan la exclusividad del negocio



Análisis e interpretación de la pregunta 5:

En la pregunta # 5 un nutrido grupo de la población encuestada afirma que para que un sitio sea considerado exclusivo debe poseer factores importantes tales como servicio al cliente, ambiente agradable y calidad del mismo, ejerciendo una misma función todas tal como lo indica la muestra del 47%.

6) ¿USTED CONSIDERA, QUE UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE DEPENDE DE?

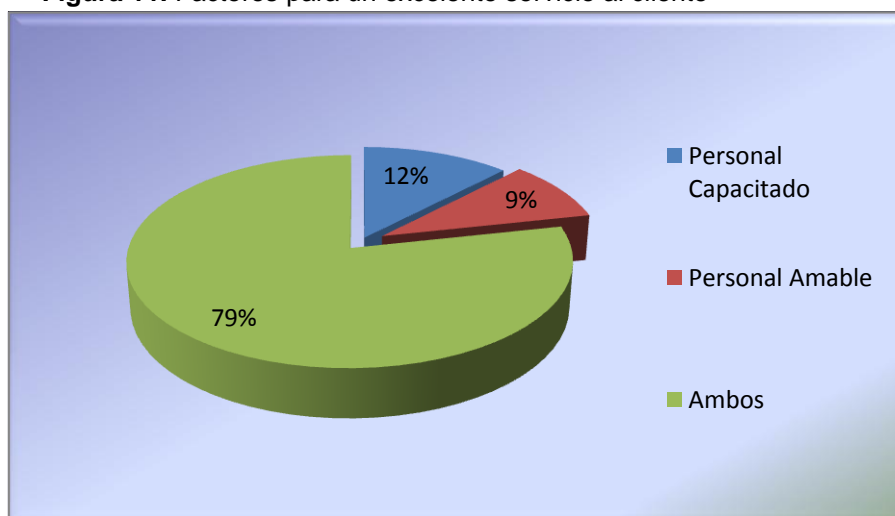
Cuadro 16. Factores para un excelente servicio al cliente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personal Capacitado	47	12%
Personal Amable	36	9%
Ambos	301	79%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 11. Factores para un excelente servicio al cliente



Análisis e interpretación de la pregunta 6:

La mayoría de las personas dieron un grado máximo de importancia en un 78%, que un establecimiento debe capacitar al personal ya que la atención que ellos brinden aparte de la calidad garantiza el éxito del negocio.

7) ¿CONSIDERA USTED QUE UN ESTABLECIMIENTO DEBA CUMPLIR CON LAS LEYES TRIBUTARIAS?

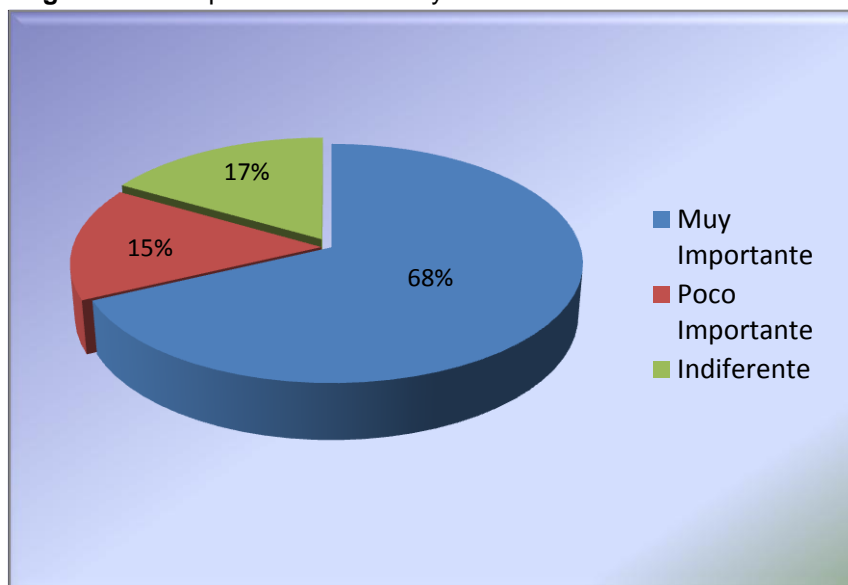
Cuadro 17. Cumplimiento de la Leyes Tributarias

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Importante	261	68%
Poco Importante	59	15%
Indiferente	64	17%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 12. Cumplimiento de las Leyes Tributarias



Análisis e interpretación de la pregunta 7:

Cabe indicar que el tema de actualidad hoy en día son las leyes tributarias y su constantes cambios, por lo que debemos estar bien informados para no incurrir en multas, sanciones que perjudiquen el giro del negocio tal como indica el 68% de encuestados.

8) ¿ES IMPORTANTE QUE LOS ESTABLEMIENTOS ENTREGUEN FACTURAS A SUS CLIENTES?

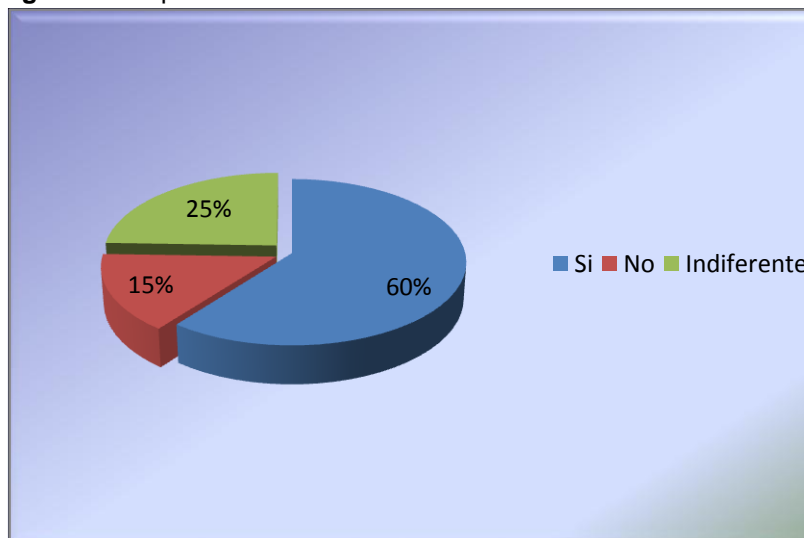
Cuadro 18. Importancia de emitir facturas a los clientes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	232	60%
No	58	15%
Indiferente	94	25%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 13. Importancia de emitir facturas a los clientes



Análisis e interpretación de la pregunta 8:

En presente análisis volveremos a recalcar que es primordial en un 60% debe estar actualizado y capacitado ante los cambios que disponga Rentas Internas sobre la información financiera de todas las empresas debemos entregarles y sobre todo el tema de facturas y retenciones, y que el cliente está en su obligación de solicitar donde reciba un servicio o realice una compra.

9) ¿LA EXCELENCIA DE POSTRES Y DEMÁS PRODUCTOS DEPENDE DE?

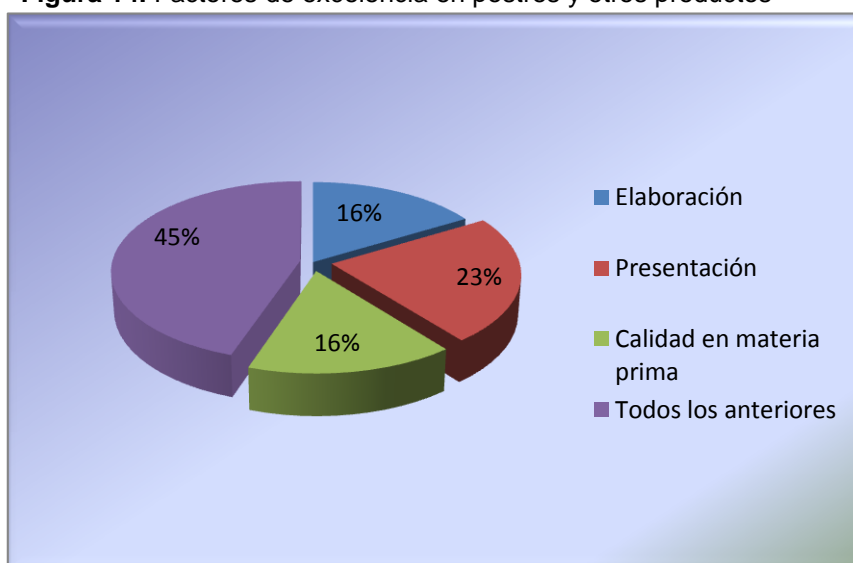
Cuadro 19. Factores de excelencia en postres y otros productos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Elaboración	63	16%
Presentación	88	23%
Calidad en materia prima	61	16%
Todos los anteriores	172	45%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 14. Factores de excelencia en postres y otros productos



Análisis e interpretación de la pregunta 9:

Las personas encuestadas respondieron en un 45% ya que es primordial que un producto este completo tanto en calidad como cantidad y sobre todo la presentación ya que primero que se vende es estos tipos de negocios es la imagen que uno proyecte al consumidor.

10) ¿CONSIDERA UD., QUE LOS NEGOCIOS DE ÉSTA CIUDAD TIENEN UN ADECUADO CONTROL DE CALIDAD DE SERVICIO Y PRODUCTOS?

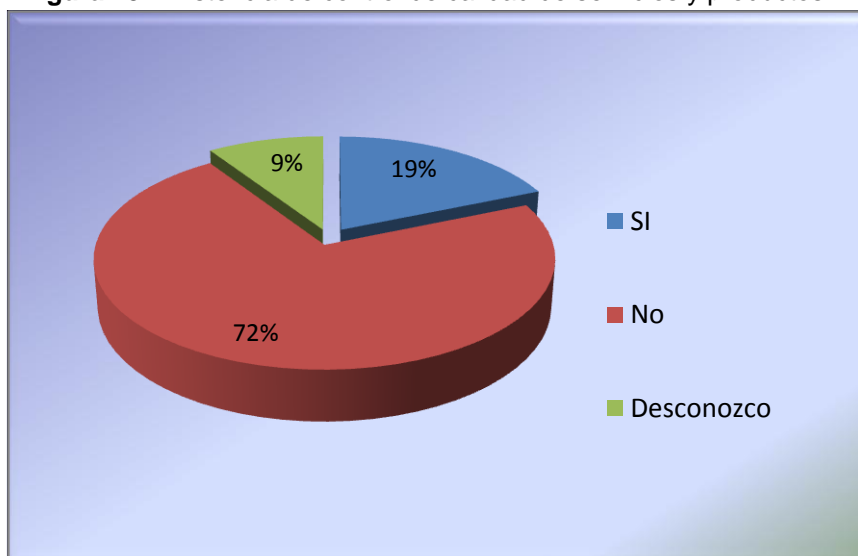
Cuadro 20. Existencia de control de calidad de servicios y productos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	72	19%
No	276	72%
Desconozco	36	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 15. Existencia de control de calidad de servicios y productos



Análisis e interpretación de la pregunta 10:

Como hemos analizado mediante encuestas e investigar al cliente y los negocios encontramos un punto importante aunque no lo parezca como es el tema de los controles de calidad tal como arroja la muestra del 72%.

Análisis Comparativo

Se ha efectuado la investigación de campo, acerca de Propuesta Estudio de Factibilidad para la Creación de un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, para el año 2013. No existen cafeterías que brinden un servicio de calidad con alimentos de primera calidad, que cumplan con las expectativas del cliente, la población encuestada manifiesta que existe una demanda insatisfecha por adquirir un buen servicio lo que es factible para la creación de la Cafetería y Dulcería "Milagro Sweet", este proyecto va a tener un gran impacto en la satisfacción de un mercado específico en el Cantón Milagro.

En la actualidad el cantón Milagro no cuenta con un lugar o establecimiento que brinde un servicio eficiente, calidad en sus productos y que cumpla con las normas de higiene establecidas, esa es la necesidad que se planifica satisfacer con la propuesta de Estudio de Factibilidad para la Creación de un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, para el año 2013.

.

Evolución

La microempresa, evidencian en Ecuador un desarrollo y crecimiento explosivo en los últimos cinco años. Alrededor de 1.5 millones de microempresas conforman este sector crucial para la generación de empleo y de ingresos familiares.

La microempresa ecuatoriana emplea más de 1 millón de trabajadores de ingresos medios y bajos, lo que representa alrededor del 25% de la mano de obra urbana y el aporte al Producto Interno Bruto.⁴⁹

El 52% de las microempresas comenzaron a funcionar desde 1999, muchos trabajadores se volcaron hacia la microempresa luego de perder sus empleos debido a la crisis del 99, además también existe una alta rotación de microempresas, muchas abren y funcionan un par de años y luego cierran, mientras de otras pese a la competitividad, con perseverancia y esfuerzo se mantienen.

Tendencia y la Perspectiva

La perspectiva de la propuesta Estudio de Factibilidad para la Creación de un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, para el año 2013, es obtener una relación bilateral con sus clientes, sobre todo hacer

de ésta una relación duradera, otorgando valor agregado a sus servicios para mantener su nivel competitivo y tratar de mantener sus expectativas sobre el servicio que brinda, de éste modo crecer como empresa, aumentar sus ingresos y seguir participando en el mercado que cada vez es más competitivo y exigente a través de indicadores como el nivel de satisfacción.

RESULTADOS

En relación a los objetivos y las hipótesis efectuadas sobre el Estudio de Factibilidad para la Creación de la Cafetería y Dulcería “Milagro Sweet” diferenciada en la ciudad de Milagro, tal propuesta es viable para su ejecución, ya que la microempresa podrá aprovechar el acaparamiento de clientes y generar utilidades con la demanda de clientes y habitantes del cantón Milagro, y porque no de otras ciudades cercanas, además esta empresa tendrá oportunidades de crecimiento, no solo en ganancias sino también en estructura debido a la demanda insatisfecha que existe, y un punto fundamental generará fuentes de trabajo.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 21. Verificación de Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
<p>Hipótesis General</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudio de Factibilidad - Inversión en la Cafetería y Dulcería 	<p>En la encuesta se evidencia que la propuesta de implementación tiene acogida con la factibilidad debido a la inversión para brindar calidad y buen servicio, lo verificamos en las 2 primeras preguntas de nuestra encuesta</p>
<p>Hipótesis Particular 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversión en seguridad - Confianza del cliente 	<p>La mayoría de las personas dieron un grado máximo de importancia, en que un establecimiento deba existir personal de seguridad para sentirse más seguros ya que el índice de delincuencia cada vez es más alto, y esta es una de las estrategias que tiene el proyecto tal como se verifica en las preguntas 3 y 4 de la encuesta.</p>
<p>Hipótesis Particular 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contratación de Personal Capacitado - Excelente Servicio al Cliente 	<p>En la preguntas 5 y 6 de la encuesta los futuros clientes nos dan la pauta que un establecimiento debe brindar aparte de calidda de los productos que ofrece una excelente atención al cliente para lo cual debe requerir del la contratación de personal apto para estas actividades o en su defecto capacitarlo, esto asegura el éxito y las metas u objetivos trazados.</p>
<p>Hipótesis Particular 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesoría de Cumplimiento en Impuestos - Desarrollo de la Cultura Tributaria 	<p>En esta se manifiesta que la población está culturizándose en el tema del cumplimiento de los impuestos los cual es importante para nuestra comunidad, los encuestados piensan que todo establecimiento debe cumplir con las leyes tributarias, y son pocas las personas que desconocen aún de la situación, tal como lo muestra el las preguntas 7 y 8 de la encuesta.</p>
<p>Hipótesis Particular 4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eficacia de Inventarios y el Control Interno - Mejora la Organización de la Empresa 	<p>La población encuestada está de acuerdo que la falta de control interno y control de inventarios hace que estas desaparezcan en poco tiempo del mercado. Esta hipótesis se verifica las preguntas 9 y 10 ya que se denota los beneficios que trae un buen control para una buena toma de decisiones y mejora la organización del negocio.</p>

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de Factibilidad para la creación de un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Administración.- La administración es una ciencia social y técnica que se encarga de la planificación, distribución, orientación y examen de los recursos humanos, financieros, materiales, es el eje de la organización, por medio del cual obtenemos beneficios posible, estos beneficios pueden ser económicos o social, dependiendo de los fines metas trazadas de la organización.

Para la presente propuesta es la administración nos permitirá utilizar de manera correcta los recursos, tomar decisiones adecuadas que encaminen al normal desarrollo de la empresa, obteniendo beneficios tanto económicos como sociales.

Planificación.- Consiste en la determinación del curso de las acciones que se habrán de seguir, fijando principios que lo habrán de administrar y orientar, siguiendo la continuidad de procesos necesarios para alcanzar la fijación de criterios, el tiempo, presupuesto, recursos, etc., necesarias para alcanzar los objetivos.

Organización.- Se refiere a la estructuración técnica de las relaciones que deben darse entre las funciones, jerarquías y obligaciones individuales necesarias en un organismo social para su mayor eficiencia.

Se advierten claramente las tres: Funciones, Jerarquías, Puestos.

Dirección.- Es impulsar, vigilar las acciones de cada miembro y grupo de organismo social con el fin de que el conjunto de todas ellas realicen del modo más eficaz los planes señalados por lo tanto comprende las siguientes etapas:

Autoridad y Mando, Comunicación, Delegación, y Supervisión

Podemos decir que Dirigir es forma de influir o es tener la capacidad de inspirar a los subordinados por medio del liderazgo para poder arribar a los objetivos fijados los cuales se basan para la toma de decisiones usando modelos lógicos y también intuitivos.

Control.- Consiste en el establecimiento de sistemas que permiten medir los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba a fin de corregir y mejorar y además para formular nuevos planes.

En resumen es la comprobación del desempeño de lo ejecutado, comparando así los objetivos y las metas fijados; detectando las posibles variantes para tomar las medidas necesarias para corregirlos

Empresa.- Las empresas como se sabe son de distintos tipos: privadas, públicas y mixtas, se considera el tema del origen del capital; con y sin ánimo de lucro, cuando se considera la finalidad económica de su gestión; anónimas, limitadas, asociativas, corporaciones, en comandita, de hecho, de capital limitado, unipersonales, cooperativas, etc., cuando se considera su organización jurídica; extractivas, de manufactura, comerciales o de servicio, cuando se considera el sector económico en el cual se desempeñan; pequeñas, medianas o grandes.

Procesos.- Son las políticas y los procedimientos que aseguran que se llevan a cabo las directivas de la administración, por ejemplo, que se toman las acciones necesarias para direccionar los riesgos hacia el logro de los objetivos de la empresa.. Los procedimientos de control tienen diversos objetivos y se aplican en distintos niveles organizacionales y funcionales.

Políticas.- son normas o reglamentos que se establecen para generar un clima propicio para un buen desempeño de todo el personal.

Presupuesto.- es la base de un sistema financiero establecido, es un instrumento que se utiliza para proyectar el beneficio económico de la empresa, comprende procedimientos, departamentos, técnicas, y se evalúan de los ingresos y gastos. Dentro de un estudio de factibilidad; se necesita la elaboración de un presupuesto para saber en qué se va a invertir.

Milagro, una ciudad que ha progresado bastante y que es muy visitada, por lo que hace que exista una población consumista, pero al mismo tiempo crea la desconfianza de dichos lugares y por ende los productos que en ellos se ofrecen, los mismos que cuentan con las normas y garantías de higiene necesarias para un consumo seguro.

Este estudio muestra que en Milagro, existe un importante sector dentro de este campo que aun no ha sido explotado como se debe, con excelentes estrategias de mercado y una adecuada administración en los pocos lugares de esta línea ya existentes.

Otro aspecto en el tema de seguridad en dichos lugares, que hacen que le cliente solo vaya al sitio indicado, algunas veces adquieran algún producto que allí se ofrezca, y se retire de inmediato por no sentirse a gusto en dicho lugar.

Debemos anotar que el cliente muy aparte de buscar calidad a buen precio, busca una atención personalizada, por ello se ha considerado la oportunidad de explotar este mercado con la creación de un lugar, en el cuál no solo encontrarán productos tales como un café, un postre, u otras variedades, de excelente calidad, a un precio accesible, sino también un ambiente agradable, acogedor con total seguridad, donde aparte de consumir, podrá disponer de una momento de charla, sintiéndose como en su hogar.

La visión de este proyecto está dirigida a los clientes consumidores, los mismos que buscan de un lugar así, sin la necesidad de salir de la ciudad de Milagro, lo cual genera mayores ingresos para nuestro cantón y crea otra cultura de consumo como las ya existentes en las grandes ciudades.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Al momento de realizar el estudio de mercado, se ha notado en la ciudad de Milagro se ha generado una expansión en cuanto a lugares donde se comercian dulce y postres, pero al realizar las encuestas respectivas, los usuarios no están satisfechos muchos con el lugar, con la atención, y sobre todo con la calidad de sus productos.

En vista de la necesidad de esta población consumista, surge la necesidad de crear un lugar diferente, con una atención personalizada, lo cual la convierte en una propuesta factible si aplican las adecuadas y respectivas estrategias de marketing para entrar a este mercado por cierto muy competitivo, pero al mismo tiempo con muchas falencias, las mismas que son tomadas en cuenta para brindar un excelente servicio a los asiduos clientes.

Otros de los factores que se deben acotar es la falta de seguridad en estos lugares, este proyecto propone la creación de un sitio diferente, a los ya existentes, la diferencia radica no tan solo en la calidad y atención, sino que va más allá, se basa en la necesidad de lugar seguro, donde aparte de disfrutar de un buen café, un rico postre, se pueda charlar y pasar momentos amenos, en un ambiente acogedor, haciendo sentir al cliente como en casa.

Por las razones ya acotadas, este proyecto se basa en satisfacer las necesidades de la población de Milagro, brindando un servicio de excelente calidad, con precios accesibles, con estándares de primera.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Desarrollar un estudio que permita conocer los motivos por los cuáles falta un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro.

5.4.2 Objetivos Específicos

- Ofrecer a la ciudadanía un ambiente seguro y acogedor, donde se pueda degustar deliciosos postres, y que cuente con personal calificado y capacitado que cumplan con las expectativas del cliente.

- Motivar al personal y generar un clima organizacional para cumplir las metas propuestas y alcanzar niveles de excelencia, tanto en atención, calidad y producción.
- Efectuar controles internos periódicos y ajustes necesarios en los procesos para mejorar la administración de recursos y lograr los objetivos.
- Mantener las obligaciones tributarias al día, evitando multas y sanciones.

5.5 UBICACIÓN

País: Ecuador

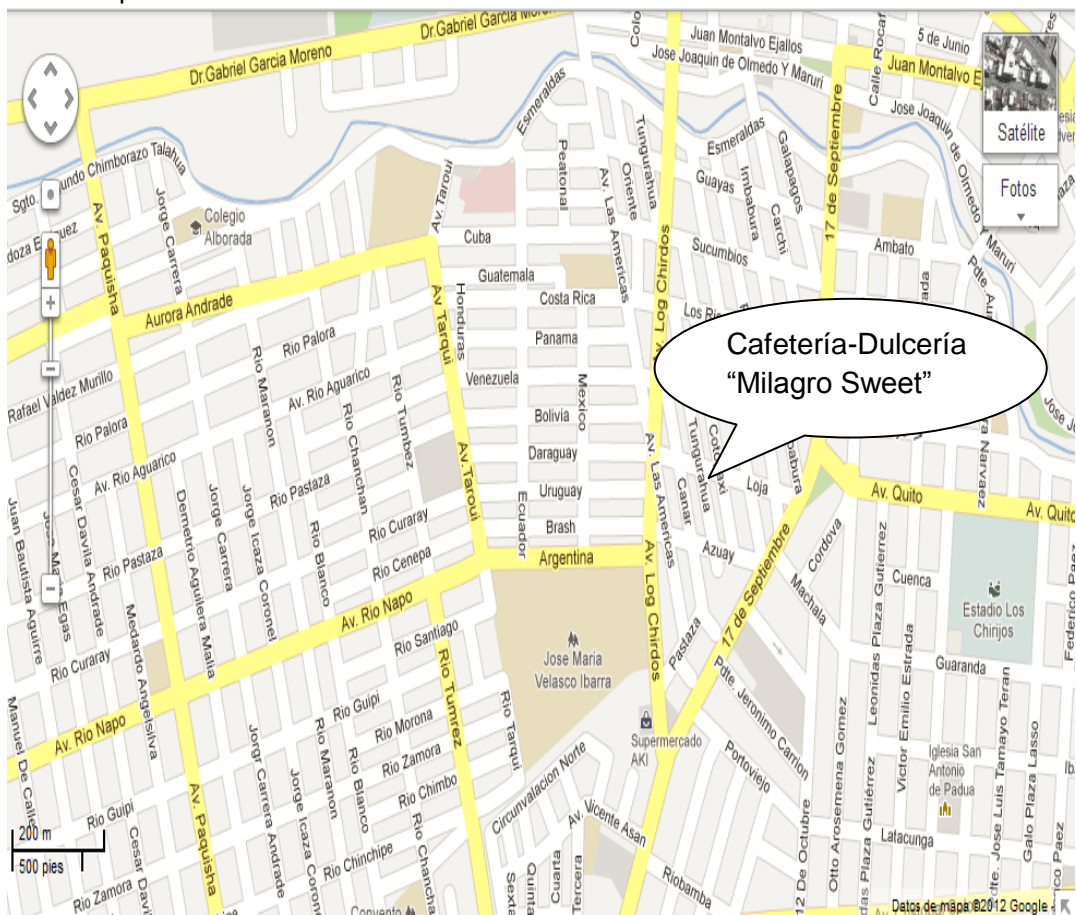
Provincia: Guayas

Ciudad: San Francisco de Milagro

Dirección: Cdla. Rosa María calles Tungurahua y El Oro # 210

Analizando todos los puntos y lugares, se escogió este lugar para la ubicación del establecimiento por estar situada, en un lugar estratégico donde se existe masiva concurrencia, ya que está muy cerca de la avenida principal.

Figura 16. Croquis de Ubicación del Establecimiento



Fuente: Google - Maps

5.6 FACTIBILIDAD

El presente estudio es factible, ya que al analizar los problemas existentes, se establece una propuesta para solucionar el problema, la factibilidad se logra luego de evaluar, modificar, sugerir, ejecutar todas las actividades, y la necesidad de mejorar las condiciones actuales.

5.6.1 Estudio Técnico

El estudio técnico aportará información cualitativa y cuantitativa de los factores productivos que deben contener una unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para el nueva proceso productivo.

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año” ⁸⁷

Haremos énfasis en buscar soluciones optimas desde el punto de vista técnico, esto sin dejar a lado el punto de vista económico, que priva al proyecto en su conjunto de competitividad lo cual implica menores costos y gastos tanto de tipo operativo como financieros.

En el estudio de todos los factores que intervienen en la estructura y el proceso de la cafetería como son:

Tamaño de las instalaciones: 10 Metros. x 7 Metros.

Capacidad máxima: 50 personas

Ubicación: Zona centro de la ciudad de Milagro

El proceso de producción también es parte del procedimiento técnico a ser utilizado en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de los insumos y esto se lo

⁸⁷BACA URBINA, G. (s.f.). *Evaluación de Proyectos* (IV ed.). (McGraw-Hill, Ed.)

conoce como la transformación de materias primas para convertirlas en productos mediante un proceso de manufactura.

La organización y distribución de los recursos financieros destinados para cada actividad, son los factores más importantes para ejecutar todas y cada una de las actividades y tareas que componen este proceso.

Los pasos a seguir en el proceso de producción son:

- Adquisición de las materias primas.
 - a. Se elabora el listado de productos a adquirir.
 - b. Selección de los productos
 - c. Llamar al proveedor y solicitar los productos
 - d. Los productos son entregados por el proveedor.
 - e. Inspección de calidad
 - f. Cancelar la factura de compra
 - g. Desempacar, clasificar y distribuir los productos.
 - h. Almacenar los productos.
 - i. Elaborar en respectivo reporte para inventarios de materia prima.

- Prestación del servicio.
 - a. El cliente realiza su pedido
 - b. El encargado receipta y prepara la orden.
 - c. El encargado entrega la orden y la factura al cliente.
 - d. Cliente cancela la factura.

Los suministros a emplearse se clasifican de la siguiente manera:

Insumos de limpieza o también llamados suministros de aseo, son los que sirven para mantener la higiene y presentación del local y de esta forma brindar un excelente servicio de calidad y hacer placentera la visita del cliente.

Cuadro 22. Suministros de aseo

DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
TRAPEADOR	1	\$ 1,67	\$ 1,67
ESCOBA	1	\$ 2,50	\$ 2,50
DETERSIVOS PARA PISO	2	\$ 2,00	\$ 4,00
BALDE	1	\$ 2,50	\$ 2,50
COLORO	1	\$ 2,00	\$ 2,00
GUANTES	1	\$ 2,50	\$ 2,50
TOALLAS	2	\$ 3,00	\$ 6,00
PAPEL HIGIENICO	6	\$ 0,50	\$ 3,00
TACHOS DE BASURA	5	\$ 1,50	\$ 7,50
FUNDAS DE BASURA	5	\$ 0,20	\$ 1,00
TOTAL			\$ 32,67

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Los suministros de oficina y servicio, son los que se utilizarán en la parte administrativa dentro del giro del negocio.

Cuadro 23. Suministros y materiales

DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
RESMAS DE PAPEL A4	1	\$ 4,70	\$ 4,70
GRAPADORAS	3	\$ 3,20	\$ 9,60
SACA GRAPAS	3	\$ 0,55	\$ 1,65
CLIP	3	\$ 0,86	\$ 2,58
GRAPAS	3	\$ 3,80	\$ 11,40
CARPETAS MANILAS	50	\$ 0,15	\$ 7,50
CAJAS BINCHAS PARA CARPETAS	2	\$ 3,80	\$ 7,60
PAQUETE POST - IT	5	\$ 0,50	\$ 2,50
CUADERNOS	3	\$ 1,50	\$ 4,50
REGLAS METALICAS	3	\$ 1,68	\$ 5,04
TIJERAS	3	\$ 1,10	\$ 3,30
CORRECTOR	3	\$ 2,24	\$ 6,72
RESALTADOR	3	\$ 1,20	\$ 3,60
SACAPUNTAS	3	\$ 0,30	\$ 0,90
MARCADOR DE AGUA	3	\$ 1,45	\$ 4,35
GOMA EN BARRA	3	\$ 0,80	\$ 2,40
PIZARRA ACRILICA	2	\$ 30,00	\$ 60,00
TELEFONO	1	\$ 19,50	\$ 19,50
TELEFONO FAX	1	\$ 45,00	\$ 45,00
CARTUCHOS TONER	3	\$ 55,00	\$ 165,00
TOTAL			\$ 367,84

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

Los insumos o materia prima necesarios para la elaboración de los productos son fáciles de encontrar para el adecuado aprovisionamiento, ya que existen negocios que brindan materiales e insumos para el área de alimentación.

Cuadro 24. Materia prima

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
HARINA DE TRIGO	QUINTAL	10	120	\$ 22,00	\$ 2.640,00
FECULA Y ALMIDONES	LIBRA	4	48	\$ 3,80	\$ 182,40
LEVADURA	UNIDAD	5	60	\$ 1,50	\$ 90,00
AZÚCAR	QUINTAL	10	120	\$ 32,00	\$ 3.840,00
AZÚCAR IMPALPABLE	LIBRA	30	360	\$ 0,87	\$ 313,20
HUEVOS	UNIDAD	1500	18000	\$ 0,12	\$ 2.160,00
LECHE ENTERA	LITRO	240	2880	\$ 0,56	\$ 1.612,80
LECHE EVAPORADA	LITRO	200	2400	\$ 0,78	\$ 1.872,00
LECHE CONDENSADA	LITRO	85	1020	\$ 0,80	\$ 816,00
LECHE EN POLVO	LIBRA	60	720	\$ 0,62	\$ 446,40
MARGARINA	LIBRA	500	6000	\$ 0,60	\$ 3.600,00
CREMA DE LECHE	LITRO	55	660	\$ 0,87	\$ 574,20
CHOCOLATE EN POLVO	LIBRA	140	1680	\$ 1,02	\$ 1.713,60
CHOCOLATE EN BARRA	KILOGRAMO	80	960	\$ 1,23	\$ 1.180,80
QUESO CREMA	LIBRA	30	360	\$ 1,35	\$ 486,00
SYRUP DE CARAMELO	GALON	3	36	\$ 5,76	\$ 207,36
SYRUP DE FRUTILLA	GALON	3	36	\$ 1,23	\$ 44,28
SYRUP DE CHOCOLATE	GALON	3	36	\$ 1,23	\$ 44,28
ESENCIA DE VAINILLA	GALON	3	36	\$ 1,80	\$ 64,80
ALMENDRAS	LIBRA	12	144	\$ 2,15	\$ 309,60
PASAS	LIBRA	10	120	\$ 0,95	\$ 114,00
NUECES	LIBRA	12	144	\$ 4,00	\$ 576,00
PULPA DE FRUTAS	LITRO	20	240	\$ 1,20	\$ 288,00
CAFÉ EN GRANO	LIBRAS	250	3000	\$ 3,00	\$ 9.000,00
AGUA	BIDONES	300	3600	\$ 1,50	\$ 5.400,00
CHOCLO	QUINTAL	5	60	\$ 35,00	\$ 2.100,00
SAL	LIBRA	50	600	\$ 1,20	\$ 720,00
FRUTAS VARIADAS	LIBRA	20	240	\$ 0,80	\$ 192,00
LICORES PARA PASTELERIA	LITRO	5	60	\$ 2,45	\$ 147,00
ESTABILIZANTES PARA PASTELERIA	LITRO	6	72	\$ 1,76	\$ 126,78
CREMAS PARA CAFÉ	LITRO	8	96	\$ 2,15	\$ 206,40
TOTALES					\$ 41.067,90

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

La mano de obra requerida es de alta calificación y especializada. Para analizar ésta fuerza vocacional, se han considerado factores como:

- Determinar cualitativa y cuantitativamente los diversos tipos de mano de obra necesaria en el proceso.
- Los niveles de sueldos y salarios en las posibles localizaciones del proyecto y su disponibilidad.

Cuadro 25. Mano de obra directa

CARGOS	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
CHEF - PASTELERO	1	\$ 763,75	\$ 9.165,02
ASISTENTE DE COCINA	1	\$ 550,15	\$ 6.601,75
CAJERA	1	\$ 599,44	\$ 7.193,28
AYUDANTE DE MOSTRADOR	1	\$ 550,15	\$ 6.601,75
GUARDIA DE SEGURIDAD	1	\$ 681,59	\$ 8.179,09
TOTALES		\$ 3.145,07	\$ 37.740,88

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cabe mencionar que el sitio donde se ubicará el establecimiento cuenta con todos los servicios básicos como son: agua, luz, teléfono, y servicio de Internet.

Cuadro 26. Servicios básicos

CARGOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
ENERGIA ELECTRICA	1	12	\$64,00	\$768,00
AGUA (CATEGORIA C)	1	12	\$16,00	\$192,00
TELÉFONO (CNT)	1	12	\$16,00	\$192,00
INTERNET (PUNTONET)	1	12	\$28,00	\$336,00
TOTALES			\$ 124,00	\$ 1.488,00

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Materia Prima	\$ 41.067,90
Mano de Obra Directa	\$ 37.740,88
Insumos Directos	\$ 1.488,00
Total de Costos Directos	\$ 80.296,78

Se toma el 80% de los servicios básicos para la parte operativa

Costos Indirectos

Cuadro 27. Gastos administrativos

DESCRIPCION	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRADOR	1	\$ 1.092,38	\$ 13.108,51
SECRETARIA CONTABLE	1	\$ 763,75	\$ 9.165,02
TOTALES		\$ 1.856,13	\$ 22.273,53

Elaborado por: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cuadro 28. Gastos generales

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
ARRIENDO	\$ 300,00	\$ 3.600,00
MATERIALES DE OFICINA	\$ 248,34	\$ 2.980,08
SUMINISTROS DE OFICINA (TONER, TELEFONOS)	\$ 119,50	\$ 119,50
SUMINISTROS DE ASEO	\$ 32,67	\$ 392,04
SERVICIOS BASICOS	\$ 59,00	\$ 708,00
PUBLICIDAD	\$ 195,00	\$ 195,00
TOTALES	\$ 954,51	\$ 7.994,62

Elaborado por: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

RESUMEN	TOTALES
Gastos Administrativos	\$22.273,53
Gastos Generales	\$7.994,62
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$30.268,15

Se toma el 20% de los servicios básicos para la parte operativa.

Cuadro 29. Detalle de activos

MUEBLES Y ENSERES			
MESAS CIRCULARES GRANDES	3	\$ 60,00	\$ 180,00
MESAS CIRCULARES PEQUEÑAS	2	\$ 25,00	\$ 50,00
TABURETES	10	\$ 13,00	\$ 130,00
SILLAS	50	\$ 95,00	\$ 4.750,00
SOFÀ	1	\$ 126,67	\$ 126,67
VITRINA PARA DULCES Y OTROS	1	\$ 160,00	\$ 160,00
PERCHA	2	\$ 110,00	\$ 220,00
PUERTA DE VIDRIO PRINCIPAL	1	\$ 310,00	\$ 310,00
MESA DE COCINA	1	\$ 45,00	\$ 45,00
ESCRITORIO	3	\$ 80,00	\$ 240,00
SILLAGIRATORIA	3	\$ 30,00	\$ 90,00
ARCHIVERO VERTICAL	3	\$ 40,00	\$ 120,00
ARCHIVERO HORIZONTAL	3	\$ 35,00	\$ 105,00
PAPELERA DE ESCRITORIO	3	\$ 15,00	\$ 45,00
EQUIPO DE COMPUTO			
COMPUTADORAS	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
COMPUTADORAS PORTATIL	1	\$ 980,00	\$ 980,00
IMPRESORA MULTIFUNCION	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
ESTUFA DE 6 HORNILLAS	1	\$ 35,00	\$ 35,00
CONGELADOR	1	\$ 350,00	\$ 350,00
CONGELADOR DE HELADOS	1	\$ 200,00	\$ 200,00
REFRIGERADOR VITRINA	1	\$ 850,00	\$ 850,00
DISPENSADOR DE SODA DE 4 SERV	1	\$ 85,00	\$ 85,00
SANDUCHERA	2	\$ 45,00	\$ 90,00
BATIDORA	2	\$ 250,00	\$ 500,00
HORNO PARA REPOSTERIA	1	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
HORNO MICROONDAS	1	\$ 850,00	\$ 850,00
MAQUINA AUTOMATICA DE CAFÉ	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
LICUADORA	2	\$ 75,00	\$ 150,00
AMPLIFICADORES	2	\$ 185,00	\$ 370,00
ACONDICIONADORES DE AIRE	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 450,00	\$ 450,00
LETRERO LUMINOSO	2	\$ 300,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 21.181,67

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Los muebles que el negocio utilizará serán cómodos y de funcionalidad múltiple de manera que se pueda aprovechar el espacio donde se va a ubicarlos.

Los equipos que se utilizarán permitirán al negocio optimizar recursos ya que se tendrá la información de manera rápida, además que los equipos a utilizarse son un apoyo en las actividades principales de la empresa porque suprimen operaciones manuales.

Cuadro 30. Paquetes de Servicios a ofrecer

#	PAQUETES DE SERVICIOS	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	VENTAS ANUALES
1	TORTA BIEN ME SABE DE COCO	15	180	\$ 16,00	\$ 2.880,00
2	TORTA DE NARANJA CON MANJAR	5	60	\$ 11,00	\$ 660,00
3	TORTA MOUSSE CHOCOLATE Y MANJAR	5	60	\$ 29,50	\$ 1.770,00
4	TORTA MOJADA DE CHOCOLATE	30	360	\$ 27,90	\$ 10.044,00
5	TORTA DE MANZANA Y NUEZ	5	60	\$ 16,50	\$ 990,00
6	QUESO DE LECHE	20	240	\$ 26,90	\$ 6.456,00
7	QUESO DE COCO	12	144	\$ 26,90	\$ 3.873,60
8	VOLTEADO DE PIÑA	10	120	\$ 17,90	\$ 2.148,00
9	PIE DE LIMON	5	60	\$ 19,90	\$ 1.194,00
10	PIE MANZANA Y NUEZ	5	60	\$ 12,50	\$ 750,00
11	DULCE DE TRES LECHE	20	240	\$ 17,40	\$ 4.176,00
12	DULCE DE CUATRO LECHE	10	120	\$ 29,90	\$ 3.588,00
13	TRIPLE FUDGE BROWNIE	10	120	\$ 15,50	\$ 1.860,00
14	MIL HOJAS	5	60	\$ 17,50	\$ 1.050,00
15	TARTA DE ESPINACA	10	120	\$ 12,90	\$ 1.548,00
16	TARTA DE JAMON Y QUESO	10	120	\$ 16,90	\$ 2.028,00
17	HUMITAS	200	2400	\$ 1,85	\$ 4.440,00
18	CAFÉ EXPRESSO	1500	18000	\$ 1,80	\$ 32.400,00
19	CAFÉ AMERICANO	1000	12000	\$ 1,80	\$ 21.600,00
20	CAFÉ LATE	800	9600	\$ 1,85	\$ 17.760,00
21	MOCACCINO	1000	12000	\$ 1,80	\$ 21.600,00
22	CAPUCCINO	1500	18000	\$ 1,80	\$ 32.400,00
23	CORTADITO	1000	12000	\$ 1,70	\$ 20.400,00
TOTALES		7.177	86.124	\$ 327,70	\$ 195.615,60

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

5.6.2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es el que indica si va a tener o no clientes el negocio o la empresa; es una herramienta de mercadeo que nos permite y facilita la obtención de datos, resultados que son analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtenemos los resultados la aceptación o no del producto.

En el estudio de mercado se analiza la estructura, los características del producto, el análisis de la demanda y la oferta, el análisis de precios y con estos insumos establecer la demanda insatisfecha en la ciudad de Milagro. Esto muestra una clara visión de las condiciones del mercado actual, que permite decidir si es conveniente la creación de la empresa.

Este estudio de mercado se realiza para determinar la demanda potencial de consumo de café y postres en la Ciudad de Milagro.

Segmentación del mercado

El mercado que se ha identificado para el proyecto mediante análisis referencial desde el punto de vista del consumidor, y considerando tres dimensiones: funciones o necesidades, tecnología y los grupos de compradores es la población de la ciudad de Milagro.

Este proyecto pretende satisfacer la necesidad que tienen los consumidores de encontrar una cafetería y dulcería con productos novedosos, donde se pueda pasar un buen momento solo o acompañado, pero siempre recibiendo una excelente atención. Estará dotado de todos los instrumentos que una cocina industrial moderna necesita, y además contará con los equipos necesarios para elaborar los productos que ofrece.

Está dirigido a personas del estrato social medio y alto de todos los géneros, a las personas que les agrada un buen café, un delicioso postre, y una excelente atención al cliente acompañada de la higiene alimenticia.

El Producto

Si hablamos de los productos de Milagro Sweet, estos poseen excelentes características tanto como su sabor, aroma, variedad y calidad, en lo que respecta a varias alternativas tanto en dulces, bocaditos de sal, postres, estos superan en imagen y sabor para que el cliente en si tenga una gama de opciones de productos que ofrecen dentro del menú.

En cuanto a los cafés, encontraremos los tradicionales Americano, Capuchino, Moccachino, entre otros. También ofrece variedad de bebidas a base y especialidades de la casa, así como también se ofrece el té como otra alternativa de bebidas.

Debido al entrenamiento y capacitación que obtienen los empleados a la hora de elaborar y servir el producto hace que los productos sean 100% confiables y garantizamos una excelente calidad.

Estrategia de Precio

Precio es el valor monetario que el comprador da a cambio de un bien o servicio que recibe.

Generalmente, los precios varían dependiendo del tipo y tamaño del producto o bebida, que acompañe a servirse.

La “estrategia de precios es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto”⁸⁸

Como parte de la estrategia de posicionamiento general.

- Se establecerán diferentes precios para la venta en dependiendo de las características del producto, diferenciándolos entre sí por el margen de utilidad que se dé a cada uno.

- Realizar estudios de marketing de la competencia a fin de establecer precios competitivos, esto nos servirá de mucho debido a que nuestro producto es permanente.

- Otorgar descuentos de acuerdo a la cantidad de productos que solicite el cliente y sobre todo a la lealtad de los mismos.

Estrategia de Promoción

La promoción es el conjunto formado por la publicidad, promoción de ventas, marketing directo y relaciones públicas que mediante un esquema de administración

⁸⁸ Lamb Charles, H. J. (2002). *Marketing* (Sexta ed.). International Thomson Editores.

busca informar, relacionar y convencer a los actuales clientes y potenciales, colaborando de esta manera obtener los objetivos de mercadotecnia de la empresa.

Las estrategias de desarrollo del proyecto serán:

- Manejo de folletos de los productos en la ciudad de Milagro.
- Realizar visitas personalizadas a las diferentes empresas para ofrecer los productos, durante la visita se entregará un catalogo que mostrando diferentes líneas de productos de la empresa.
- Se realizara publicaciones a través de la radio.
- Crear y publicar nuestra página web en la cual podrán conocer la labor la forma de contactarse con la empresa.

Estrategia de Distribución

Esta es de forma directa con el cliente debido a que este se encuentra en la misma ciudad, lo cual nos permite dar un trato de mejor manera cumpliendo con todas sus exigencias, y buscando estar lo más cerca posible a los clientes.

Estrategia de Comercialización

Las estrategias de comercialización para avalar el éxito de este proyecto está basado en precio, calidad y servicio al cliente como factor primordial.

El organigrama estructural del negocio está determinado estratégicamente con personal capacitado y calificado para corregir, optimizar, y lograr cada uno de los objetivos expuestos en la parte inicial.

Dentro de este contexto el personal de la empresa MILAGRO SWEET tendrán definido un instructivo de funciones de sus actividades y tareas a realizar dentro el cargo que tienen cada uno de ellos dentro de la misma.

Una programación de actividades o informe de venta, se efectuará inicialmente con una periodicidad semanal, el mismo que incluirá un resumen del informe de resultados de la semana anterior.

Políticas de Servicios

Los principios que Milagro Sweet ha desarrollado para cumplir de la mejor manera con sus clientes y empelados son:

- Excelencia en la prestación de sus servicios, a través del cumplimiento de las actividades.
- Calidad expresada en todos los productos.
- Eficacia en el trabajo para excelente resultados en un bien común.
- Lealtad por parte de los empleados son parte fundamental de la empresa.
- Puntualidad en la entrega de productos para captar la aceptación y confianza de nuestros clientes.

Políticas de Comercialización

La política comercial estará fundamentada en la responsabilidad, el respeto y la confianza como estrategia para conservar las relaciones interpersonales con los clientes, anunciar oportunamente los beneficios que nuestros productos le pueden brindar para satisfacer sus expectativas. Detallaremos a continuación algunas políticas de comercialización:

- Definir la organización estructural de negocio en los puestos de trabajo.
- Planificación de actividades.
- Capacitar al personal para optimizar, mejorar y lograr objetivos.

- Excelencia tanto en calidad como en atención.
- Coordinar con el equipo de trabajo la entrega de los productos.

Grupo Objetivo Primario y Secundario

Objetivo Primario.- Este objetivo primario los conforman las personas de la población de la ciudad de Milagro.

Cuadro 31. Población ciudad de Milagro

Parroquias	Rural		Urbano		Total
	Media - Alta	Media - Baja	Media - Alta	Media - Baja	
Milagro	298	11.205	48.130	85.415	145.048
Chobo	769	4.643	-	-	5.412
Mariscal Sucre	93	5.266	-	-	5.359
Roberto Astudillo	272	10.543	-	-	10.815
Total	1.432	31.657	48.130	85.415	166.634

Fuente: INEC

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Objetivo Secundario.- este grupo es llamado también "comparador eventual", hasta llegar a ser "cliente habitual" o "usuario", gracias a las referencias futuras que tenga sobre los clientes potenciales, en este grupo se puede incluir a la población cercana a la ciudad de Milagro, como las zonas rurales y otras ciudades.

5.6.3 Estudio Administrativo

Visión

Ofrecer a nuestra clientela gran variedad de servicios, una excelente atención, basándonos en altos estándares de calidad, obteniendo a través del trabajo en equipo, y con una programación y organización apropiada que responda a cualquier reto del mercado y de los consumidores.

Misión

Ser la empresa líder en servicios, seleccionada del segmento del mercado hacia donde estamos direccionados y ser reconocida, tanto por la calidad, como por la variedad y calidad de los productos y lo más importante la amabilidad de nuestros colaboradores.

Logotipo

Figura 17. Logotipo del Establecimiento

MILAGRO SWEET



Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Slogan

Nuestro slogan es muy fácil de memorizar y sencillo a la vez, pero con un mensaje que servirá como estrategia para entrar en el mercado milagreño.

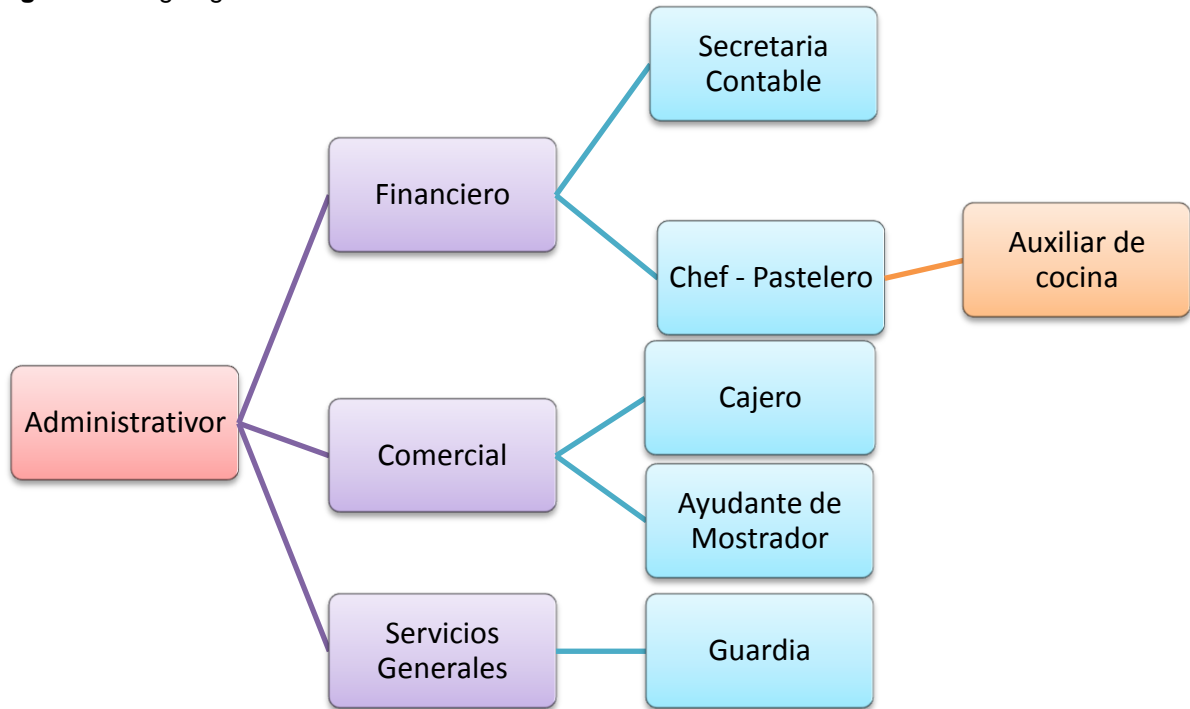
“Tu dulce Milagro”

Se contratará personal idóneo con perfiles de acuerdo a la naturaleza del negocio para cada cargo, a quienes se les brindará capacitación para su desempeño en cada función.

Organigrama

Se ha elaborado también un organigrama donde se detalla la estructura y las funciones del personal que labora en dicho establecimiento.

Figura 17. Organigrama Funcional




Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Según el análisis realizado a la propuesta se requiere el siguiente personal que a continuación detallamos en el siguiente cuadro con las actividades que cada uno de ellos realizará dentro del negocio.

Cuadro 32. Perfil del Personal Solicitado y Funciones a realizar

CARGO	PERFIL	ACTIVIDADES A REALIZAR
ADMINISTRADOR	CASADO DE 30 A 35 AÑOS EXPERIENCIA MINIMA 3 AÑOS EN CARGOS SIMILARES MASTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS EXPERIENCIA MANEJO DE EMPRESA	HABILIDAD TECNICA HUMANA INICIATIVA DE CRECIMIENTO DESARROLLO ORGANIZACIONAL MANEJO DE PERSONAL LIDERAZGO
SECRETARIA CONTABLE	SOLTERA DE 24 A 35 AÑOS EXPERIENCIA MINIMA 1,AÑO C.P.A. TITULADA	REALIZAR LLAMADAS A CLIENTE PAGO DE PLANILLAS SEGURO SOCIAL REALIZACION DE CARTAS DE PRESENTACION MANEJO DE NOMINA EMPLEADOS PREPARAR Y PRESENTAR DECLARACIONES AL SRI LLEVAR LA CONTABILIDAD
CAJERO (A)	SOLTERO (A) MAYOR DE 20 - 25 AÑOS	RETIRO Y ENVIO DE DOCUMENTACION REALIZAR DE OPERACIONES ASIGNADAS ENTREGA DE CARTAS Y REALIZAR DEPOSITOS EXCELENTE ATENCION AL CLIENTE
CHEF - PASTELERO	DE 30 A 35 AÑOS EXPERIENCIA MINIMA 3 AÑOS EN CARGOS SIMILARES CHEF TITULADO	ENCARGADO DE LA COCINA POSEER DESTREZAS Y CREATIVIDAD ELABORACION DE POSTRES Y DULCES
AYUDANTE DE PASTERIA	CASADO DE 30 A 35 AÑOS EXPERIENCIA MINIMA 3 AÑOS REF. HOTELES	AYUDAR AL CHEF PASTELERO PREPARACION DE MATERIA PRIMA TRABAJO DE LIMPIEZA
AYUDANTE DE MOSTRADOR	SOLTERO (A) MAYOR DE 20 - 25 AÑOS	TOMAR PEDIDOS A CLIENTES DESPACHAR LSO PEDIDOS DE LOS CLIENTES ATENDER OTRO REQUERIMIENTO DE LOS CLIENTES OTRAS
GUARDIA	CASADO MAYOR DE 25 AÑOS RECORD POLICIAL ESTUDIOS MILITARES	VIGILAR EL ESTABLECIMIENTO LLEVAR EL CONTROL DE INGRESOS DEL PERSONAL DE PERSONAS AJENAS AL TRABAJO PRESERVAR LA SEGURIDAD DEL ESTABLECIMIENTO

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

		Dulcería y Cafetería MILAGRO SWEET
CARGO:		ADMINISTRADOR
NIVEL:		1
SUBORDINACIÓN:		Secretaría Contable
COMUNICACIÓN COLATERAL:		NINGUNA
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liderar el proceso de organización estratégica, estableciendo los factores críticos de éxito. ➤ Crear y desarrollar habilidades generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. ➤ Establecer un ambiente en el que se puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. ➤ Implementar una estructura administrativa que contenga los compendios necesarios para el desarrollo de los planes de acción. ➤ Disponer descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por el administrador. ➤ Escoger personal competente y desplegar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades. ➤ Ejercer liderazgo dinámico para realizar operativos y ejecutar los planes y estrategias. ➤ Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los empleados. ➤ Supervisa constantemente los principales indicadores de la actividad con el fin de tomar decisiones adecuadas, para lograr un mejor desempeño de la empresa. ➤ Mantiene contacto continuo con proveedores de materias primas, insumos y productos más adecuados. ➤ Se encarga de la contratación y liquidación de personal. ➤ Está autorizado a firmar los cheques de la compañía. 		
REQUERIMIENTOS MENTALES		
INSTRUCCIÓN:		Ingeniero Comercial Msc. con conocimiento en Administración de Empresas
EXPERIENCIA:		3 años en cargos similares.
INICIATIVA:		Reflexivo, Analítico, Critico, Ordenado.
APTITUDES:		Liderazgo, Buenas relaciones humanas, buen comunicador,
REQUERIMIENTOS FÍSICOS		
SEXO:		Indistinto
EDAD:		30 – 35 años



Dulcería y Cafetería

MILAGRO SWEET

CARGO:	SECRETARIA CONTABLE
NIVEL:	1
SUBORDINACIÓN:	Cajera
COMUNICACIÓN COLATERAL:	NINGUNA

ACTIVIDADES

- ✓ Manejo de clientes, nómina, bancos y viáticos.
- ✓ Coordinación de la entrega de información a la empresa que realiza la contabilidad.
- ✓ Manejo de cuentas personales de la Gerencia General.
- ✓ Recepción de facturas y comprobantes de retención.
- ✓ Mantener el archivo de proveedores.
- ✓ Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.
- ✓ Conciliaciones bancarias.
- ✓ Manejo del libro de bancos.
- ✓ Manejo de papeletas de depósito y coordinación del depósito
- ✓ Recepción diaria de cobranza por ventas de contado.
- ✓ Archivo de facturas secuenciales del cliente.
- ✓ Manejo de facturas, notas de crédito, y comprobantes de retención.
- ✓ Encargada del proceso de nómina ingresos, descuentos, bonos de alimentación, seguros de asistencia médica, descuentos del IESS y retenciones de impuestos de los empleados.
- ✓ Creación de carpetas de empleados para registro de cédulas, documentos del IESS, contratos de trabajo, avisos de entrega, y cualquier otro documento relacionado con el empleado.
- ✓ Elaboración de memos de permisos.
- ✓ Lleva el control de vacaciones y permisos, así como de días adicionales de trabajo.
- ✓ Realizar facturas que sean autorizadas por las gerencias cuando se debe realizar una compra.
- ✓ Elaboración de reporte de ingresos y egresos.
- ✓ Mantener un control de los servicios básicos que hay que pagar

REQUERIMIENTOS MENTALES

INSTRUCCIÓN:	C.P.A Titulada
EXPERIENCIA:	1 año en cargos similares.
INICIATIVA:	Reflexivo, Analítico, Crítico, Ordenado.
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buen comunicación,

REQUERIMIENTOS FÍSICOS

SEXO:	Indistinto
EDAD:	24 – 35 años



Dulcería y Cafetería

MILAGRO SWEET

CARGO:	CAJERO-A
NIVEL:	1
SUBORDINACIÓN:	Ayudante de Mostrador
COMUNICACIÓN COLATERAL:	NINGUNA

ACTIVIDADES

- ✓ Responsabilidad sobre el dinero de caja.
- ✓ Emisión de facturas de clientes en general.
- ✓ Emitir las facturas.
- ✓ Emitir el reporte diario de caja para cuadro de la misma
- ✓ Coordinar para obtención de monedas para vueltos
- ✓ Verificar los pagos con tarjeta de crédito
- ✓ Verificación de dinero recibido.
- ✓ Su trabajo es eminentemente operativo por ello es que el 90 % de su tiempo se invierte en la emisión de facturas, cobro y verificar el dinero recibido.

REQUERIMIENTOS MENTALES

INSTRUCCIÓN:	Bachiller Contable
EXPERIENCIA:	1 año en cargos similares.
INICIATIVA:	Reflexivo, Ordenado.
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buena comunicación,

REQUERIMIENTOS FÍSICOS

SEXO:	Indistinto
EDAD:	20 – 25 años



Dulcería y Cafetería

MILAGRO SWEET

CARGO:	CHEF-PASTELERO
NIVEL:	1
SUBORDINACIÓN:	Ayudante de Cocina
COMUNICACIÓN COLATERAL:	NINGUNA

ACTIVIDADES

El Chef – Pastelero prepara, y cocina una amplia gama de postres, dulces y bocados aparte realiza otros deberes tales como mantener áreas de trabajo limpias y vigilar temperaturas de hornos.

En general, el chef – pastelero mide, mezcla, y cocina los ingredientes según recetas incluyendo los hornos y los mezcladores. Es la persona responsables de dirigir el trabajo de otros trabajadores del área de cocina, de estimar requisitos del alimento, y de realizar el pedido de la materia prima.

REQUERIMIENTOS MENTALES

INSTRUCCIÓN:	Chef acreditado por la Escuela de Chefs
EXPERIENCIA:	1 año en cargos similares.
INICIATIVA:	Reflexivo, Ordenado. Imaginativo e Innovador
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buena comunicación,

REQUERIMIENTOS FÍSICOS

SEXO:	Indistinto
EDAD:	30 – 35 años



Dulcería y Cafetería

MILAGRO SWEET

CARGO:	ASISTENTE DE COCINA
NIVEL:	1
SUBORDINACIÓN:	
COMUNICACIÓN COLATERAL:	NINGUNA

ACTIVIDADES

Realizan la rutina, tareas repetidoras tales como alistar los ingredientes para los postres, rebanar, mezclar bajo la dirección del chef. Pesan y miden los ingredientes a necesitarse en el proceso.

Sus responsabilidades también incluyen limpieza del área de trabajo, los equipos, utensilios, platos, cubiertos y demás.

REQUERIMIENTOS MENTALES

INSTRUCCIÓN:	Bachiller
EXPERIENCIA:	1 año en cargos similares. Referencias Hoteles
INICIATIVA:	Reflexivo, Ordenado. Pulcro
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buena comunicación,

REQUERIMIENTOS FÍSICOS

SEXO:	Indistinto
EDAD:	30 – 35 años



Dulcería y Cafetería

MILAGRO SWEET

CARGO:	AYUDANTE DE MOSTRADOR
NIVEL:	2
SUBORDINACIÓN:	
COMUNICACIÓN COLATERAL:	NINGUNA

ACTIVIDADES

Función Básica: Encargado de recibir el pedido del cliente una vez que haya sido cancelado en caja y luego entregar en forma rápida, ya que el cliente lo retira directo al bar.

Funciones Específicas:

- Servir los platos a los clientes.
- Atender cualquier requerimiento de los clientes.
- Retirar los platos sucios.
- Mantener el área de trabajo limpio.
- Otros requerimientos.

REQUERIMIENTOS MENTALES

INSTRUCCIÓN:	Bachiller
EXPERIENCIA:	1 año en cargos similares. Referencias Hoteles
INICIATIVA:	Reflexivo, Ordenado. Pulcro
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buena comunicación,

REQUERIMIENTOS FÍSICOS

SEXO:	Indistinto
EDAD:	20 – 25 años



Dulcería y Cafetería

MILAGRO SWEET

CARGO:	GUARDIA DE SEGURIDAD
NIVEL:	6
SUBORDINACIÓN:	
COMUNICACIÓN COLATERAL:	NINGUNA

ACTIVIDADES

- ✓ El la persona encargada de mantener la seguridad y el orden dentro del local, brindando así un clima confianza, donde el cliente se encuentre satisfecho con la atención brindada, y con la certeza de que ha escogido un lugar exclusivo para disfrutar en familia.

REQUERIMIENTOS MENTALES

INSTRUCCION:	Conocimientos o estudios Militares
EXPERIENCIA:	1 año en cargos similares.
INICIATIVA:	Reflexivo, Ordenado. Pulcro
APTITUDES:	Buenas relaciones humanas, buena comunicación,

REQUERIMIENTOS FÍSICOS

SEXO:	Indistinto
EDAD:	Mayor de 25 años

ROL DE PAGOS

Cabe recalcar que es el presente cuadro es un estimado de los valores correspondientes a cargos y sueldos del personal de la empresa con los cálculos respectivos que marca la ley.

Cuadro 33. Rol de Pagos de Empleados

GASTOS ADMINISTRATIVOS											
CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9.35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11.15%	13RO	14TO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0.50%	RET . I.R.	TOTAL
ADMINISTRADOR	650,00	99,64	281,66	103,88	54,17	24,33	54,15	27,08	3,25		1.092,38
SECRETARIA CONTABLE	450,00	68,98	195,00	71,92	37,50	24,33	37,49	18,75	2,25		763,75
SUBTOTAL	1100,00	168,63	476,66	175,80	91,67	48,67	91,63	45,83	5,50	0,00	1.856,13
MANO DE OBRA DIRECTA											
CARGO	SUELDO	APORTE IESS 9.35%	HORAS EXTRAS	APORTE PATRONAL 11.15%	13RO	14TO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	IECE 0.50%	RET . I.R.	TOTAL
CHEF - PASTELERO	450,00	68,98	195,00	71,92	37,50	24,33	37,49	18,75	2,25		763,75
ASISTENTE DE COCINA	320,00	49,06	138,67	51,14	26,67	24,33	26,66	13,33	1,60		550,15
CAJERA	350,00	53,65	151,67	55,94	29,17	24,33	29,16	14,58	1,75		599,44
AYUDANTE DE MOSTRADOR	320,00	49,06	138,67	51,14	26,67	24,33	26,66	13,33	1,60		550,15
GUARDIA DE SEGURIDAD	400,00	61,32	173,33	63,93	33,33	24,33	33,32	16,67	2,00		681,59
SUBTOTAL	1.840,00	282,07	797,34	294,06	153,33	121,67	153,27	76,67	9,20	0,00	3.145,07
TOTAL	2.940,00	450,70	1.274,00	469,86	245,00	170,33	244,90	122,50	14,70	0,00	5.001,20

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

5.6.4 Estudio Legal

El estudio legal se basa en los requisitos que necesitaremos para formar esta empresa desde su creación, esto comprende leyes, permisos y demás trámites de manera de manera detallada.

Para la Constitución de la empresa se requiere lo siguiente:

- Presentación, inscripción y aprobación de estatutos ante un notario (escritura pública), en donde se detalla los actos de comercio que se realizaran.
- Presentar ante la Superintendencia de Compañías un ejemplar de las escrituras públicas de la constitución de la empresa.

- Nombre aprobado por la Superintendencia de Compañías.
- Apertura una cuenta en un banco, la misma que es considerada como Capital inicial o acciones de los socios.

Ley de Compañías

Compañías Anónimas

Requisitos:

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas

Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6 sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, ni por objeto la actividad de consultoría, por lo que los numerales antes indicados le son aplicables, con las salvedades antes señaladas.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional, se requerirá que tal compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades

anónimas, según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R.O. 379 de 8 de agosto de 1998.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el caso de aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal para la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

Del Servicio de Rentas Internas

- Afiliación a la Cámara de Producción que corresponda el giro del negocio.
- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
- Elaboración e Inscripción de estos nombramientos en el Registro Mercantil.
- Registro de la marca en el IEPI.
- Obtención del R.U.C.

Requisitos Para Obtención Del Ruc De Persona Jurídica.

- Formularios RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.

Identificación del representante legal y gerente general:

- Ecuatorianos: copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.
- Extranjeros residentes: copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.
- Extranjeros no residentes: copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.
- Por inscripción o actualización tardía, copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa.
- Para la verificación de domicilio del establecimiento donde ejerce la compañía su actividad económica, deberán entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:
- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro;
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior;
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Requisitos para trámites realizados por Terceras Personas

- Carta de autorización, firmada por el representante legal o agente de retención, en la que se solicite el respectivo trámite relacionado con el RUC; en la que conste los nombres y apellidos completos, así como el número de la cédula de identidad de la persona que realizará el trámite.
- Entregar una copia de la cédula o pasaporte del representante legal o agente de retención designado y de la persona autorizada a realizar dicho trámite;
- Presentar el original de la cédula o pasaporte y el certificado de votación de la persona autorizada a realizar dicho trámite.

Como la empresa contará con personal humano tendrá que cumplir con las siguientes obligaciones como empleador:

Obligaciones del Empleador en Ecuador:

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar al trabajador a Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Sueldo básico que debes pagar es de \$ 318.00 .
- Asumir el porcentaje que corresponde al empleador por la seguridad social
- Cancelar las horas extras y suplementarias.
- Cancelar los décimos tercero y cuarto sueldos.
- Cancelar los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.

- Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral de los empleados y generar avisos de entrada.
- Actualización de datos del registro patronal.
- Elegir el sector que pertenece (Privado, Público y Doméstico)
- Digitar el número de RUC y seleccionar el tipo de empleador.
- Al final del formulario imprimir la solicitud de clave.
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copia de pago de servicios básicos (agua, luz o teléfono).

Obtener la Patente Municipal.

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento son:

- Formulario de solicitud llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de ciudadanía del propietario o del representante legal del establecimiento.

- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Croquis de ubicación y plano del establecimiento a escala 1:50.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.
- El costo del permiso de funcionamiento varía dependiendo de la naturaleza del negocio.

Permiso del Cuerpo de Bomberos

Este permiso es necesario puesto que es requerimiento principal para los permisos municipales, sus requisitos son:

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

Los permisos municipales también son requisitos importantes al momento de formar una empresa.

Permisos Municipales

Tasa de habilitación:

Se establecen los siguientes requisitos únicos para la obtención de la Tasa de Habilitación y Control, determinados en el Art 7 de la Reforma a la Ordenanza que regula la emisión de la Tasa de Habilitación y Control de actividades económicas en establecimientos.

- Copia de Patente Municipal del año exigible.
- Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso, provisional vigente o definitiva. Presentar original y copia.
- Se exige la Tasa Definitiva en el caso de establecimientos de alta afluencia de público, tales como: centros comerciales, bares, discotecas, así como para los sitios de almacenamiento y expendio de combustible.
- Consulta de Uso de Suelo No Negativa.
- Copia de última actualización del RUC.
- Tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación.
- Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica).
- Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural).
- Sólo en caso de que el local sea arrendado o concesionado, deberá presentar Copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas.

- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada.

Patente

Registro de Patente: Personas Jurídicas

Requisitos generales:

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
- Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
- Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
- Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
- Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

5.6.5 Estudio Financiero

El estudio financiero permite establecer la forma que en se va a utilizar el capital disponible así como la inversión y el manejo de fondos correspondientes para cada período de trabajo, es necesario en la actualidad establecer con precisión los

lineamientos que se deben de tomar en cuenta, además de contar con los recursos necesarios con el fin mantener un éxito constante para satisfacer las necesidades tanto de la empresa como de los clientes.

En este proyecto la evaluación financiera es indispensable, puesto que la empresa definirá en forma clara distintos puntos como: contable, financiero, técnico, económico, administrativo, etc., con un análisis conciso que fundamente un proyecto de inversión.

El Estudio Financiero determina las necesidades de recursos económicos, las fuentes y condiciones de financiamiento, estos son llamados Presupuestos de Inversión, como son activos fijos, activos intangibles, capital de trabajo.

Activos Fijos

Los activos fijos, son los bienes de propiedad de la empresa, tales como: terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros los mismos que son necesarios para el desarrollo del proyecto.

A continuación se muestran los activos fijos que requiere la empresa de Milagro Sweet para el inicio de sus actividades:

Cuadro 34. Equipos de Computación

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
COMPUTADORAS	2	750,00	1.500,00
COMPUTADORAS PORTATIL	1	980,00	980,00
IMPRESORA MULTIFUNCION	1	1.400,00	1.400,00
TOTAL			3.880,00

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cuadro 35. Materiales de oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
RESMAS DE PAPEL A4	1	\$ 4,70	\$ 4,70
GRAPADORAS	3	\$ 3,20	\$ 9,60
SACA GRAPAS	3	\$ 0,55	\$ 1,65
CLIP	3	\$ 0,86	\$ 2,58
GRAPAS	3	\$ 3,80	\$ 11,40
CARPETAS MANILAS	50	\$ 0,15	\$ 7,50
CAJAS BINCHAS PARA CARPETAS	2	\$ 3,80	\$ 7,60
PAQUETE POST - IT	5	\$ 0,50	\$ 2,50
CUADERNOS	3	\$ 1,50	\$ 4,50
REGLAS METALICAS	3	\$ 1,68	\$ 5,04
TIJERAS	3	\$ 1,10	\$ 3,30
CORRECTOR	3	\$ 2,24	\$ 6,72
RESALTADOR	3	\$ 1,20	\$ 3,60
SACAPUNTAS	3	\$ 0,30	\$ 0,90
MARCADOR DE AGUA	3	\$ 1,45	\$ 4,35
GOMA EN BARRA	3	\$ 0,80	\$ 2,40
PIZARRA ACRILICA	2	\$ 30,00	\$ 60,00
TELEFONO	1	\$ 19,50	\$ 19,50
TELEFONO FAX	1	\$ 45,00	\$ 45,00
CARTUCHOS TONER	3	\$ 55,00	\$ 165,00
TOTAL		\$ 177,33	\$ 367,84

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cuadro 36. Muebles y Enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
MESAS CIRCULARES GRANDES	3	\$ 60,00	\$ 180,00
MESAS CIRCULARES PEQUEÑAS	2	\$ 25,00	\$ 50,00
TABURETES	10	\$ 13,00	\$ 130,00
SILLAS	50	\$ 95,00	\$ 4.750,00
SOFÁ	1	\$ 126,67	\$ 126,67
VITRINA PARA DULCES Y OTROS	1	\$ 160,00	\$ 160,00
PERCHA	2	\$ 110,00	\$ 220,00
PUERTA DE VIDRIO PRINCIPAL	1	\$ 310,00	\$ 310,00
MESA DE COCINA	1	\$ 45,00	\$ 45,00
ESCRITORIO	3	\$ 80,00	\$ 240,00
SILLAGIRATORIA	3	\$ 30,00	\$ 90,00
ARCHIVERO VERTICAL	3	\$ 40,00	\$ 120,00
ARCHIVERO HORIZONTAL	3	\$ 35,00	\$ 105,00
PAPELERA DE ESCRITORIO	3	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL		\$ 1.144,67	\$ 6.571,67

Elaborador: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cuadro 37. Publicidad

DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
BANNER	2	\$ 50,00	\$ 100,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	5000	\$ 0,01	\$ 30,00
AFICHES	10	\$ 4,00	\$ 40,00
HOJAS VOLANTES	500	\$ 0,05	\$ 25,00
TOTAL			\$ 195,00

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cuadro 38. Maquinarias y equipos

CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
ESTUFA DE 6 HORNILLAS	1	\$ 35,00	\$ 35,00
CONGELADOR	1	\$ 350,00	\$ 350,00
CONGELADOR DE HELADOS	1	\$ 200,00	\$ 200,00
REFRIGERADOR VITRINA	1	\$ 850,00	\$ 850,00
DISPENSADOR DE SODA DE 4 SERVICIOS	1	\$ 85,00	\$ 85,00
SANDUCHERA	2	\$ 45,00	\$ 90,00
BATIDORA	2	\$ 250,00	\$ 500,00
HORNO PARA REPOSTERÍA	1	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
HORNO MICROONDAS	1	\$ 850,00	\$ 850,00
MÁQUINA AUTOMÁTICA DE CAFÉ	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
LICUADORA	2	\$ 75,00	\$ 150,00
AMPLIFICADORES	2	\$ 185,00	\$ 370,00
ACONDICIONADORES DE AIRE	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 450,00	\$ 450,00
LETRERO LUMINOSO	2	\$ 300,00	\$ 600,00
TOTAL			\$10.730,00

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cuadro 39. Activos diferidos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
ESCRITURA CONSTITUCIÓN DE LA CÍA.	1	\$ 400,00	\$ 400,00
PERMISO CUERPO BOMBEROS	1	\$ 120,00	\$ 120,00
PATENTE MUNICIPAL	1	\$ 150,00	\$ 150,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	1	\$ 80,00	\$ 80,00
HONORARIOS PROFESIONALES	1	\$ 380,00	\$ 380,00
TOTAL			\$ 1.130,00

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Inversiones

En el siguiente cuadro se presenta un resumen de las inversiones de este proyecto, incluidos los activos fijos, el capital de trabajo.

Cuadro 40. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCION	Valor
MUEBLES DE OFICINA	\$ 6.571,67
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 3.880,00
EQUIPOS	\$ 10.730,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.130,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 22.311,67
CAPITAL DE TRABAJO	
DESCRIPCION	VALOR
<u>NOMINA</u>	\$ 5.001,20
GASTOS ADMINISTRATIVOS \$ 1.377,30	
MANO DE OBRA DIRECTA \$ 2.344,11	
<u>SERVICIOS BASICOS</u>	\$ 455,00
ARRIENDOS \$ 300,00	
ENERGIA ELECTRICA \$ 80,00	
AGUA (CATEGORIA C) \$ 20,00	
TELÉFONO (CNT) \$ 20,00	
INTERNET (PUNTONET) \$ 35,00	
<u>INSUMOS</u>	\$ 281,01
MATERIALES DE OFICINA \$ 248,34	
SUMINISTROS DE ASEO \$ 32,67	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5.737,21
INVERSION DEL PROYECTO	
ACTIVO FIJO	\$ 22.311,67
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5.737,21
TOTAL ACTIVOS FIJOS + CAPITAL	\$ 28.048,88

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

La inversión inicial será de \$25.829,09 del cual el financiamiento estará determinado por un 30% de capital propio, y un 70% por medio de un crédito bancario.

Cuadro 41. Financiamiento del Proyecto

Inversión Total		\$28.048,88
Activos Fijos		\$22.311,67
Capital de Trabajo		\$5.737,21
Inversión Total	100%	\$28.048,88
Financiamiento	70%	\$19.634,22
Aporte Propio	30%	\$8.414,66

Cuadro 42. Tabla de Amortización

Capital	\$19.634,22			
Tasa de interés mensual	0,92%	11%	anual	
Plazo en años	5			
Forma de Pago	MENSUAL			
Total Periodos	60			
Periodos de Gracia	0			
Periodos Normales	60			
Valor Dividendo	\$427			
Años	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				\$19.634
1	\$ 2.013	\$ 3.114	\$ 5.127	\$16.520
2	\$ 1.651	\$ 3.476	\$ 5.127	\$13.043
3	\$ 1.248	\$ 3.879	\$ 5.127	\$9.164
4	\$ 797	\$ 4.330	\$ 5.127	\$4.833
5	\$ 294	\$ 4.833	\$ 5.127	\$0

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Cuadro 43. Flujo de Caja Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	0,00	195.615,60	205.396,38	215.666,20	226.449,51	237.771,98
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	0,00	195.615,60	205.396,38	215.666,20	226.449,51	237.771,98
<u>EGRESOS OPERATIVOS</u>						
INVERSIÓN INICIAL	28.048,88					
GASTOS ADMINISTRATIVOS		22.273,53	22.273,53	22.273,53	22.273,53	22.273,53
GASTOS DE VENTAS		195,00	195,00	195,00	195,00	195,00
GASTOS GENERALES		8.810,12	8.810,12	8.810,12	8.810,12	8.810,12
COSTO VARIABLE		80.296,78	84.311,62	88.527,20	92.953,56	97.601,24
15% PARTICIPACION EMPLEADOS			11.482,28	12.401,44	13.370,14	15.114,48
25% IMPUESTO A LA RENTA			14.965,24	15.460,46	16.668,11	18.842,72
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	28.048,88	111.575,43	142.037,79	147.667,75	154.270,46	162.837,09
FLUJO OPERATIVO	-28.048,88	84.040,17	63.358,59	67.998,45	72.179,05	74.934,90
Ingresos no operativos						
PRÉSTAMO BANCARIO	19.634,22					
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	19.634,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES						
PAGO CAPITAL	0,00	3.114,29	3.476,04	3.879,83	4.330,51	4.833,55
PAGO INTERESES		2.013,16	1.651,40	1.247,62	796,94	293,90
TOTAL DE EGRESOS NO OPERATIVOS	0,00	5.127,45	5.127,45	5.127,45	5.127,45	5.127,45
FLUJO NETO NO OPERATIVO	19.634,22	-5.127,45	-5.127,45	-5.127,45	-5.127,45	-5.127,45
FLUJO NETO GENERADO	-8.414,66	78.912,72	58.231,14	62.871,01	67.051,60	69.807,45
SALDO INICIAL DE CAJA		5.737,21	84.649,93	142.881,07	205.752,08	272.803,68
FLUJO ACUMULADO		\$ 84.649,93	\$ 142.881,07	\$ 205.752,08	\$ 272.803,68	\$ 342.611,13

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

% Incremento Anual

5,0%

Cuadro 44. Estado de Resultado Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
VENTAS	195.615,60	205.396,38	215.666,20	226.449,51	237.771,98	1.080.899,67
(Costos Directos)	80.296,78	84.311,62	88.527,20	92.953,56	97.601,24	443.690,42
Utilidad Bruta	115.318,82	121.084,76	127.139,00	133.495,94	140.170,74	637.209,26
GASTOS ADMINISTRATIVOS	22.273,53	22.273,53	22.273,53	22.273,53	22.273,53	111.367,65
GASTOS GENERALES	7.680,12	7.680,12	7.680,12	7.680,12	7.680,12	38.400,60
GASTOS DE DEPRECIACION	5.478,47	5.478,47	5.478,47	657,17	657,17	17.749,74
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00	5.650,00
GASTOS DE VENTAS	195,00	195,00	195,00	195,00	195,00	975,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	36.757,12	36.757,12	36.757,12	31.935,82	31.935,82	174.142,99
Utilidad Operacional	78.561,70	84.327,64	90.381,88	101.560,13	108.234,92	463.066,27
(Gastos Financieros)	2.013,16	1.651,40	1.247,62	796,94	293,90	6.003,02
Utilidad antes de Participación e Impuestos	76.548,54	82.676,24	89.134,26	100.763,19	107.941,03	457.063,25
UTILIDAD PARTICIPACION A TRABAJADORES (15%)	11.482,28	12.401,44	13.370,14	15.114,48	16.191,15	68.559,49
Utilidad antes de Impuestos	65.066,26	70.274,80	75.764,12	85.648,71	91.749,87	388.503,77
(Impuestos 23%)	14.965,24	15.460,46	16.668,11	18.842,72	20.184,97	86.121,49
Utilidad Neta	\$ 50.101,02	\$ 54.814,35	\$ 59.096,01	\$ 66.806,00	\$ 71.564,90	\$ 302.382,27

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

Cuadro 45. Balance General Proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS CORRIENTES						
CAJA - BANCOS	5.737,21	84.649,93	142.881,07	205.752,08	272.803,68	342.611,13
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	5.737,21	84.649,93	142.881,07	205.752,08	272.803,68	342.611,13
ACTIVOS FIJOS NETOS						
MUEBLES DE OFICINA	6.571,67	6.571,67	6.571,67	6.571,67	6.571,67	6.571,67
EQUIPOS DE OFICINA	3.880,00	3.880,00	3.880,00	3.880,00	3.880,00	3.880,00
EQUIPOS	10.730,00	10.730,00	10.730,00	10.730,00	10.730,00	10.730,00
(DEPRECIACIÓN ACUMULADA)		-5.478,47	-10.956,93	-16.435,40	-17.092,57	-17.749,74
TOTAL ACTIVOS FIJOS	21.181,67	15.703,20	10.224,74	4.746,27	4.089,10	3.431,93
ACTIVO DIFERIDO						
PRE OPERACIÓN (G. DE CONSTITUCION)	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00	1.130,00
TOTAL DE ACTIVO	28.048,88	101.483,13	154.235,81	211.628,35	278.022,78	347.173,06
PASIVO CORRIENTE						
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		11.482,28	12.401,44	13.370,14	15.114,48	16.191,15
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		14.965,24	15.460,46	16.668,11	18.842,72	20.184,97
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0,00	26.447,52	27.861,89	30.038,24	33.957,20	36.376,13
PASIVO A LARGO PLAZO						
PRÉSTAMO BANCARIO	19.634,22	16.519,93	13.043,89	9.164,06	4.833,55	0,00
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	19.634,22	16.519,93	13.043,89	9.164,06	4.833,55	0,00
TOTAL DE PASIVO	19.634,22	42.967,45	40.905,78	39.202,30	38.790,74	36.376,13
PATRIMONIO						
APORTE DE CAPITAL	8.414,66	8.414,66	8.414,66	8.414,66	8.414,66	8.414,66
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0,00	50.101,02	54.814,35	59.096,01	66.806,00	71.564,90
UTILIDADES AÑOS ANTERIORES	0,00	0,00	50.101,02	104.915,36	164.011,38	230.817,37
TOTAL PATRIMONIO	8.414,66	58.515,68	113.330,03	172.426,04	239.232,04	310.796,94
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 28.048,88	\$ 101.483,13	\$ 154.235,81	\$ 211.628,35	\$ 278.022,78	\$ 347.173,06

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

5.6.6 Evaluación Económica del Proyecto

Índices Financieros

De acuerdo a las evaluaciones realizadas se llega a la conclusión que el proyecto es factible ya que las valoraciones antes presentadas indican cómo funcionará el negocio, en la apreciación técnica se analizan los asuntos concernientes al evolución del mercado, la tecnología existente, los aspectos legales, la estructura organizacional, análisis financiero, lo cual nos indica que está preparado para su ejecución de manera inmediata.

Cuadro 46. Índices Financieros

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-28.048,88	78.912,72	58.231,14	62.871,01	67.051,60	69.807,45
<i>Flujo Acumulado</i>		84.649,93	142.881,07	205.752,08	272.803,68	342.611,13
Tasa de Descuento mensual	0,92%					
Tasa de Descuento anual	11%					
ÍNDICES NOMINALES						
Payback (Recuperación de la Inversión)		(Menor al plazo)				
Año de Recuperación de la Inversión		Año 1				
Diferencia con Inversión Inicial		\$28.049	\$0	\$28.049		
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete		\$62.871	12	\$5.239		
Número de Meses		\$28.049	\$5.239	5		
PAYBACK	1	Año (s)	5	Mes(es)		
Tasa de Rendimiento Promedio		(Mayor a la T. Dcto)				
<i>Sumatoria de Flujos</i>	\$78.912,72					
<i>Años</i>	5					
<i>Inversión Inicial</i>	\$28.048,88					
TRP	56,3%					
ÍNDICES DESCONTADOS						
<i>Suma Flujos Descontados</i>	\$78.196					
Valor Actual Neto (VAN)		(Positivo)	\$308.825			
Índice de Rentabilidad (IR)		(Mayor a 1)	2,79			
Rendimiento Real (RR)		(Mayor a la T. Dcto)	179%			
Tasa Interna de Retorno (Tir)		(Mayor a la T. Dcto)	262%			

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es donde los egresos son iguales a los ingresos, es decir no registramos ni pérdidas ni ganancias para la empresa este procedimiento sirve para comprobar el volumen de ventas en que la empresa cubre sus costos sin pérdida ni ganancia.

En unidades

$$Pe = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Cuadro 47. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			VENTA	
COSTOS FIJOS	PRECIO VTA. PROM	COSTO VARIABLE	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES
\$ 80.296,78	\$2,18	\$0,35	3.665	43.983

#	DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
1	CAFÉ EXPRESSO	771	9.252
2	CAFÉ AMERICANO	514	6.169
3	CAFÉ LATE	411	4.932
4	MOCACCINO	514	6.169
5	CAPUCCINO	771	9.252
6	CORTADITO	514	6.169
7	MOJADA DE CHOCOLATE	15	180
8	QUESO DE LECHE	10	120
9	QUESO DE COCO	6	72
10	VOLTEADO DE PIÑA	5	60
11	DULCE DE TRES LECHES	11	132
12	DULCE DE CUATRO LECHES	5	60
13	TRIPLE FUDGE BROWNIE	5	60
14	TARTA DE ESPINACA	5	60
15	TARTA DE JAMON Y QUESO	5	60
16	HUMITAS	103	1.236
	TOTAL	3.665	43.983

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

5.7.1. Actividades

Cuadro 48. Plan de Ejecución

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTOS
Desarrollar un estudio que permita conocer los motivos por los cuáles falta un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro.	Realizar el estudio de mercado Resultados de estudio realizado Evaluación de Resultados Búsqueda de alternativas	Visitas Encuestas Estudios de evaluación	\$ 1.050,00
Ofrecer a la ciudadanía un ambiente seguro y acogedor, donde se pueda degustar deliciosos postres ya sea solo, en familia o con amigos.	Ejecución de la Propuesta Adecuación del Local Instalación de Cámaras de Seguridad	Camaras de Seguridad Personal de Seguridad Sensores Proyectores	\$ 1.170,00
Contar con personal calificado y capacitado que cumplan con las expectativas del cliente.	Reclutamiento del Personal Selección del Personal Instruir al Personal de Seguridad	Solicitudes carpetas Lista de aspirantes	\$ 0,00
Motivar al personal y generar un clima organizacional para cumplir las metas propuestas	Actividades de Integración	Incentivos monetarios	\$ 250,00
Alcanzar niveles de excelencia en cuanto a la atención al cliente, calidad y diversidad de los productos	Capacitación del Personal del área producción	Instructor Capacitador	\$ 450,00
Efectuar controles internos periódicos y ajustes necesarios en los procesos para mejorar la administración de recursos y lograr los objetivos.	Realización de Inventarios Evaluación y resultados de Inventarios	Kardex Libro bancos Folletos	\$ 290,00
Mantener las obligaciones tributarias al día, evitando multas y sanciones	Asesoría Tributaria Capacitación Tributaria	Asesor Tributario Documentación Completa	\$ 780,00
TOTAL			\$ 3.990,00

Elaborado: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

5.7.2. Recursos, Análisis Financiero

Cuadro 49. Recursos

MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
MESAS CIRCULARES GRANDES	3	\$ 60,00	\$ 180,00
MESAS CIRCULARES PEQUEÑAS	2	\$ 25,00	\$ 50,00
TABURETES	10	\$ 13,00	\$ 130,00
SILLAS	50	\$ 95,00	\$ 4.750,00
SOFÁ	1	\$ 126,67	\$ 126,67
VITRINA PARA DULCES Y OTROS	1	\$ 160,00	\$ 160,00
PERCHA	2	\$ 110,00	\$ 220,00
PUERTA DE VIDRIO PRINCIPAL	1	\$ 310,00	\$ 310,00
MESA DE COCINA	1	\$ 45,00	\$ 45,00
ESCRITORIO	3	\$ 80,00	\$ 240,00
SILLAGIRATORIA	3	\$ 30,00	\$ 90,00
ARCHIVERO VERTICAL	3	\$ 40,00	\$ 120,00
ARCHIVERO HORIZONTAL	3	\$ 35,00	\$ 105,00
PAPELERA DE ESCRITORIO	3	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL		\$ 1.144,67	\$ 6.571,67

EQUIPO DE CÓMPUTO			
CONCEPTO	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
COMPUTADORAS	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
COMPUTADORAS PORTÁTIL	1	\$ 980,00	\$ 980,00
IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
TOTAL			\$ 3.880,00

MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
ESTUFA DE 6 HORNILLAS	1	\$ 35,00	\$ 35,00
CONGELADOR	1	\$ 350,00	\$ 350,00
CONGELADOR DE HELADOS	1	\$ 200,00	\$ 200,00
REFRIGERADOR VITRINA	1	\$ 850,00	\$ 850,00
DISPENSADOR DE SODA DE 4 SERVICIOS	1	\$ 85,00	\$ 85,00
SANDUCHERA	2	\$ 45,00	\$ 90,00
BATIDORA	2	\$ 250,00	\$ 500,00
HORNO PARA REPOSTERÍA	1	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
HORNO MICROONDAS	1	\$ 850,00	\$ 850,00
MÁQUINA AUTOMÁTICA DE CAFÉ	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
LICUADORA	2	\$ 75,00	\$ 150,00
AMPLIFICADORES	2	\$ 185,00	\$ 370,00
ACONDICIONADORES DE AIRE	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 450,00	\$ 450,00
LETRERO LUMINOSO	2	\$ 300,00	\$ 600,00
TOTAL			\$10.730,00

PUBLICIDAD			
DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
BANNER	2	\$ 50,00	\$ 100,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	5000	\$ 0,01	\$ 30,00
AFICHES	10	\$ 4,00	\$ 40,00
HOJAS VOLANTES	500	\$ 0,05	\$ 25,00
TOTAL			\$ 195,00

GASTOS GENERALES			
DESCRIPCION	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
ARRIENDO	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	1	\$ 80,00	\$ 960,00
AGUA (CATEGORÍA C)	1	\$ 20,00	\$ 240,00
TELÉFONO (CNT)	1	\$ 20,00	\$ 240,00
INTERNET (PUNTONET)	1	\$ 35,00	\$ 420,00
TOTAL			\$ 3.660,00

FUNCIONAMIENTO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESCRITURA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	\$ 400,00				
PERMISO CUERPO BOMBEROS	\$ 120,00	\$ 23,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 25,00
PATENTE MUNICIPAL	\$ 150,00	\$ 235,00	\$ 255,00	\$ 265,00	\$ 280,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	\$ 80,00				
HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 380,00				
TOTAL	\$ 1.130,00	\$ 258,00	\$ 279,00	\$ 289,00	\$ 305,00

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

5.7.3 Cronograma de Actividades

Cuadro 50. Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	Cronograma de Actividades															
	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
- REALIZAR EL ESTUDIO DE MERCADO	■	■														
- RESULTADOS DE ESTUDIO REALIZADO		■														
- EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS			■													
- BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS				■												
- EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA					■											
- ADECUACIÓN DEL LOCAL					■	■										
- INSTALACIÓN DE CAMARAS DE SEGURIDAD							■									
- INSTRUIR AL PERSONAL DE SEGURIDAD								■								
- RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL									■							
- SELECCION DEL PERSONAL										■						
- CAPACITACION DEL PERSONAL											■					
- ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN											■	■				
- REALIZACIÓN DE INVENTARIOS													■			
- EVALUACIÓN Y RESULTADOS INVENTARIOS														■	■	
- ASESORÍA TRIBUTARIA															■	
- CAPACITACIÓN TRIBUTARIA																■

Elaborado: Rosalyn Alvarado y Silvana Quintero

5.7.4 Impacto

Al realizar este proyecto, generará fuentes de trabajo, lo cual permitirá la contratación de personal de la ciudad de Milagro, esto crea un impacto en el área social, ya que reducirá el índice de desempleo, el cuál es un problema social, permitiendo así fortalecer la parte productiva de la empresa.

En lo que al área financiera respecta aumentaran los proveedores, permitiendo así una lograr una rentabilidad deseada, ya que se ofertarán productos rentables, innovadores y de excelente calidad muy buen precio, produciendo posicionamiento en el mercado, con una visión de desarrollo e imagen empresarial.

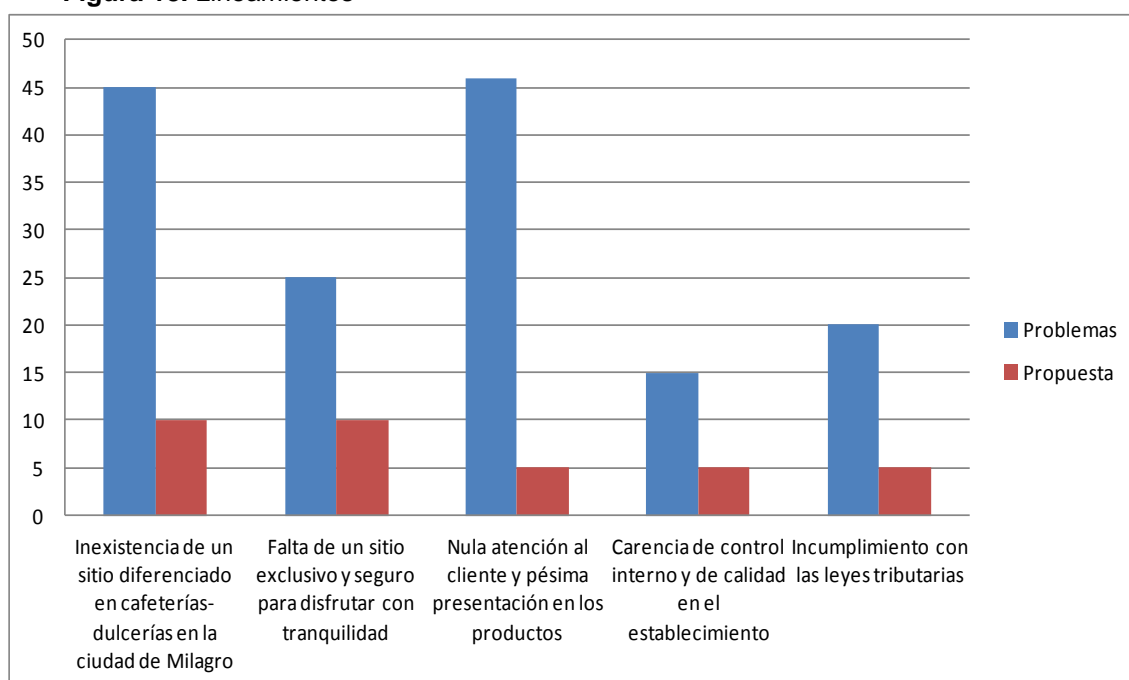
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Cuadro 51. Lineamientos

Causas	Problemas	%	Propuesta	%
Inexistencia de un sitio diferenciado en cafeterías y dulcerías en la ciudad de Milagro	Al no existir otras opciones dentro de Milagro las personas buscan otras ciudades	60	Crear un establecimiento diferentes a los ya existentes	10
Falta de un sitio exclusivo y seguro para disfrutar con tranquilidad	Desconfianza del cliente puesto que no hay personal de seguridad	55	Ofrecer un ambiente seguro para comodidad del cliente.	10
Nula atención al cliente y pésima presentación en los productos	Malas referencias, baja en ventas, y pérdidas de clientes	70	Contar con personal capacitado en su área de servicio y atención al cliente	5
Carencia de control interno y de calidad en el establecimiento	Materia prima de baja calidad y pérdida de productos	60	Controlar el buen manejo y uso de materia prima.	5
Incumplimiento con las leyes tributarias	Clausura del negocio por desconocimiento del tema	65	Asistencia para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.	5

Elaborado por: Rosalyn Alvarado
Silvana Quintero

Figura 18. Lineamientos



✓ **Inexistencia de un sitio diferenciado en cafeterías y dulcerías en la ciudad de Milagro**

Al no existir opciones de cafeterías y dulcerías dentro de la ciudad de Milagro las personas prefieren viajar a otras ciudades cercanas en busca de otras alternativas, dejando los recursos en ella, motivo por el cual la propuesta es realizar un estudio de factibilidad para la creación de un establecimiento diferente a las opciones que ya existen dentro del mercado otorgando una idea innovadora la cual aparte de ofrecer una atención de primera genera progreso para nuestra ciudad.

✓ **Falta de un sitio exclusivo y seguro para disfrutar con tranquilidad**

Se podría indicar que los establecimientos ya existentes no cuentan con un ambiente que propicie comodidad y mucho menos seguridad, haciéndolos vulnerables a los continuos robos, en esta propuesta planteamos el tema seguridad como uno de los factores importantes ya que el cliente al visitar la cafetería, encontrará un ambiente agradable en el que se sentirá seguro y cómodo del cual expresará y dará buenas referencias a futuros clientes.

✓ **Nula atención al cliente y pésima presentación en los productos**

Otra de las causas por el que los negocios no prosperan es la mala atención al cliente acompañados de una pobre inversión en cuanto a la presentación de los productos que expenden, para lo cual en nuestra propuesta la capacitación del personal en todas las áreas, , es fundamental puesto que ellos depende el éxito del negocio para dar un excelente servicio al cliente.

✓ **Carencia de control interno y de calidad en el establecimiento**

La falta de controles internos afecta la toma de decisiones en los negocios existentes ya que los administradores no realizan o no capacitan al personal para realizar inventarios de productos, lo que ocasiona perdida de materia prima ya que al no existir un orden ocasiona el desconocimiento de la existencia de esta como tal, por ende su uso, es un factor importante la propuesta de un debido control interno para una efectiva futura toma de decisiones.

✓ **Incumplimiento con las leyes tributarias**

La cultura tributaria es un tema del cual no todos tienen el debido conocimiento por esta causa el cierre o clausura de muchos establecimientos, se propone brindar con las debidas capacitaciones y asesorías tributarias para cumplir con las normativas y reglamentos.

CONCLUSIONES

- El trabajo realizado a través de las encuestas, es notorio que no existe dentro de Milagro un lugar diferenciado de dulcerías y cafeterías, por lo tanto no cuenta con mayor competencia lo que nos permite alcanzar un mercado atractivamente rentable, la ubicación de la empresa permitirá tener un mejor contacto con los clientes.
- Cabe recalcar que los lugares existentes no cumplen con los gustos exigencias de los usuarios lo cual determina que existe una demanda insatisfecha creciente lo cual permite conocer los gustos y preferencias del cliente para ofrecer un servicio acorde a sus requerimientos.
- Esto conlleva a que tengan que salir fuera de Milagro y dejar los recursos económicos en otras ciudades, señalan también las encuestas la importancia que tiene la atención al cliente al momento de recibir un servicio.
- La estructura corporativa y el talento humano están encaminados hacia una estrategia de desarrollo e innovación, basada en una estructura que permite responder oportunamente a la expectativa del mercado, otro factor que el cliente toma en consideración es la seguridad dentro del establecimiento.
- De acuerdo a la evaluación financiera, y cumpliendo con las leyes y reglamentos, los índices muestran que el proyecto es viable en sus etapas, siendo factible su implementación, la misma que genera utilidades.

RECOMENDACIONES

- El porcentaje de factibilidad y de aceptación de este proyecto según las encuesta es de un 86%, puesto que se comprobó su rentabilidad a través del estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.
- Se deben tomar en cuenta todos los requerimiento de los clientes y que estos sean satisfechos para afianzar la clientela
- Estudiar los tipos de clientes, para conocer sus gustos y exigencias, al momento de ofrecer nuevas alternativas, actualización constante y eficiente los estudios de mercado para conocer y satisfacer las insuficiencias de los consumidores de manera oportuna.
- Para que la empresa pueda desarrollar sus actividades de manera que logre sus objetivos, deberá contar con personal que comprometido con el trabajo para lo cual ofrecerá la capacitación necesaria y oportuna, así también se organizarán programas de distinción a los empleados para conservar un clima organizacional idóneo para trabajar.
- Cumplir con las normativas, reglamentos y disposiciones vigentes que regularizan esta actividad económica, para el normal funcionamiento de la misma y su reconocimiento dentro del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- BODIE, Z., & MERTON, R. C. (2003). *Finanzas*. México: Pearson Educación.
- BOLAND, L., GISMANO, Y., STANCATTI, M. J., CARRO, F., & BANCHIERI, L. (2007). *Funciones de la Administración*. Bahía Blanca ,Argentina: Ediuns.
- CEGARRA SÁNCHEZ, J. (2011). *Metodología de la investigación científica y tecnológica* . Madrid: Diaz de Santos S.A.
- DA SILVA, R. (2002). *Teorías de la Administración*. Mexico: Económico Administrativo.
- EconoMundo. (agosto de 2011). La estrategia y el Empresario. (G. Burbano, Ed.) *EconoMundo* , 27,28,29,30.
- ESTUPIÑÁN GAITÁN, R., & ESTUPIÑÁN GAITÁN, O. (2006). *Análisis Financiero y de Gestión*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- EYSSAUTIER DE LA MORA, M. (2008). *Metodología de la Investigación: Desarrollo de la Inteligencia*. México: Thomson.
- GARCÍA ORTÍZ, F. G. (2011). *Operaciones Básicas y Servicios en Bar y Cafetería*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
- GITMAN, L. J., & JOEHNK, M. D. (2008). *Fundamentos de Inversión*. Madrid, España: Pearson Educación.
- GOMEZ, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Cordoba, Argentina: Brujas.
- GRANDE, I. A. (2005). *Análisis de Encuestas*. Madrid, España: Esic.
- HAIME LEVY, L. (2005). *Planeación Financiera en la Empresa Moderna 7ma.Edición*. México: Ediciones fiscales ISEF.
- HEINEMANN, K. (2003). *Indroducción a la Metodología de la investigación Empírica*. Barcelona, España: Paidotribo.
- HITT, B. P. (2006). *Administración*. México: Pearson Prentice Hall.
- HURTADO, C. D. (2008). *Principios de Administración*. Medellín, Colombia: Instituto Tecnológico Metropolitano.

- ICART ISERN, M. F. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona, España: Graficas Rey S.L.
- JOHNSON, R. ., (2004). *Estadística Elemental: lo esencial*. México: Math.
- JURAN, J. M.; GRZYNA, Franc M. Jr.; BINGHAM, R. S. Jr.,. (1990). *Manual de Control de la Calidad Volumen 1 Segunda Edición*. Barcelona, España: Reverté.
- MANTILLA B., S. A., & CANTE S., S. Y. (2008). *Auditoría del Control Interno 1a.Edición*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- MORENO BAYARDO, M. G. (1987). *Introducción a la Metodología de la Investigación Educativa 1*. México: Progreso.
- MUÑOZ MACHADO, A. (1999). *La Gestión de Calidad Total en la Administración Pública*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- PERDOMO MORENO, A. (2008). *Análisis e Interpretación de Estados Financieros*. México: International Thomson Editores.
- PÉREZ FERNÁNDEZ DE VELASCO, J. A. (2012). *Gestión de Procesos 5ta. Edición*. Madrid, España: Esic.
- PUCHOL, L. (2007). *Dirección y Gestión de Recursos Humanos 7a. Edición*. España: Díaz de Santos.
- RAMÍREZ, C. C. (2007). *Fundamentos de Administración*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones Ltda.
- ROBBINS, S., & COULTER, M. (2005). *Administración 8va.Edición*. México: Pearson Prentice Hall.
- RODRÍGUEZ MOGUEL, E. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rogg, H. W. (2000). *Manejo Integrado de Plagas en Cultivos de la Amazonía Ecuatoriana*. Quito, Ecuador: Imprenta Mossaico.
- SALKIND, N. J. (1999). *Métodos de Investigación 3era. Edición*. México: Prentice Hall Hispanoamérica S.A.
- TANAKA NAKASONE, G. (2008). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones*. Perú: Fondo Editorial.

- VAN DEN BERGHE R., E. (2008). *Gestión y Gerencia Empresariales Aplicadas al Siglo XXI- 1a.Edición*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- VAN HORNE, J., & WACHOWICZ, J. J. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- VILAR BARRIO, J. F. (1999). *Cómo mejorar los Procesos en su Empresa*. Fundación Confemetal.
- WAGNER, R. (2001). *Historia del Café de Guatemala*. Bogotá,Colombia: Benjamin Villegas & Asociados.
- YUNI, J., & URBANO, C. (2008). *Técnicas para Investigar y formular Proyectos de Investigación*. Argentina: Brujas.

LINKOGRAFÍA

- CRISOL: La pastelería. Un oficio con historia, http://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/pasteleria/la_pasteleria_un_oficio_con_historia_/7/
- PASTELERÍA: <http://destp.minedu.gob.pe/plancurricular/1130.doc>
- <http://www.starbucks.es/about-us/company-information/mission-statement>
- <http://www.starbucks.es/about-us/company-information/business-ethics-and-compliance>
- http://juanvaldezcafe.com/index.php/page/show/36/menu_internal
- <http://sweetandcoffee.com.ec/>
- <http://repositorio.uct.edu.ec/handle/123456789/324>
- http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-43150.pdf
- <http://186.5.26.141/handle/123456789/68>
- <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/238>
- <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/238>
- REVISTA ENLACE: Entrevistas, <http://www.fundasen.org.ec/enlace/entrevistas/isabel-noboa.php>, extraído el 22 de diciembre del 2012.
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: Comprobantes de Venta, <http://www.sri.gob.ec/web/10138/93>

ANEXOS

ANEXO 1

Formato de Encuesta

CUESTIONARIO

1.- ¿Le gustaría a usted disfrutar de un cafetería exclusiva en la ciudad de Milagro?

SI	NO	INDIFERENTE
----	----	-------------

2.- Cree usted, que la estabilidad de un negocio depende de?

BUENA ADMINISTRACIÓN	UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	EXCELENTES PRODUCTOS	TODOS LOS ANTERIORES
----------------------	-------------------------------	----------------------	----------------------

3.- ¿Considera usted que un sitio como éste es necesario la seguridad de los clientes?

SI	NO	TAL VEZ
----	----	---------

4.- ¿Con cuántos tipos de seguridad debe contar el establecimiento?

CÁMARAS DE SEGURIDAD	PERSONAL DE SEGURIDAD	AMBAS
----------------------	-----------------------	-------

5.- ¿Qué considera Usted, para que un establecimiento de cafeterías y postres lo hace exclusivo?

ATENCIÓN AL CLIENTE	AMBIENTE AGRADABLE	EXCELENTES PRODUCTOS	TODAS LAS ANTERIORES
---------------------	--------------------	----------------------	----------------------

6.- ¿Usted considera, que un excelente servicio al cliente depende de?

PERSONAL
CAPACITADO

PERSONAL
AMABLE

AMBOS

7.- ¿Considera usted que un establecimiento deba cumplir con las leyes tributarias?

MUY
IMPORTANTE

POCO
IMPORTANTE

INDIFERENTE

8.- ¿Es importante que los establecimientos entreguen facturas a sus clientes ?

SI

NO

INDIFERENTE

9.- ¿La excelencia de postres y demás productos depende de?

ELABORACIÓN

PRESENTACIÓN

CALIDAD EN
MATERIA PRIMA

TODAS LAS
ANTERIORES

10.- Considera Ud. que los negocios de ésta ciudad tienen un adecuado control de calidad de servicio y productos?

SI

NO

DESCONOZCO

ANEXO 2

Carta de Gramatóloga

CERTIFICADO DE GRAMATOLOGÍA

Yo, Ana Amarilis Alvarado Castro, Master en Educación y Especialista en Gestión Educacional, portadora de la Cédula de Ciudadanía N° 0905043931

CERTIFICO

Haber revisado el proyecto de tesis, cuyo tema es: "**Estudio de Factibilidad para la creación de un sitio exclusivo en Cafeterías y Dulcerías en la ciudad de Milagro, para el año 2013**", elaborado por las egresadas de la carrera Ingeniería en Contabilidad Pública y Auditoría, **Sra. Rosalyn Alexandra Alvarado Romero y Sra. Silvana María Quintero Cárdenas**, sin haber encontrado error de sintaxis ni de ortografía.

Guayaquil, marzo del 2013.

MSc. Ana Amarilis Alvarado Castro

CI. 090504393-1

Cel. 085881425

ANEXO 3

Matriz

MATRIZ

PROBLEMA PRINCIPAL	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES		INDICADORES	PREGUNTAS
Falta de un sitio diferenciado en cafeterías y dulcerías en la ciudad de Milagro	¿Qué efectos tiene la falta de un sitio exclusivo en cafeterías y dulcerías de que brinde excelentes servicios y valores agregados en la ciudad de Milagro?	Desarrollar un estudio que permita conocer los motivos por los cuales falta un sitio exclusivo en cafeterías y dulcerías en la ciudad de Milagro, por medio de encuestas y entrevistas para brindar otras alternativas de servicio.	El Estudio de Factibilidad incide en la inversión para la creación de una Cafetería y Dulcería exclusiva en la ciudad de Milagro	INDEPENDIENTE	Estudio de Factibilidad	Recuperación de la inversión	1.- ¿Le gustaría a usted disfrutar de un sitio exclusivo en la ciudad de Milagro?
				DEPENDIENTE	Inversión en la Cafetería Dulcería.	Satisfacción de la demanda	2.- Cree usted, que la estabilidad de un negocio depende de?
SUB-PROBLEMAS	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS PARTICULARES	VARIABLES		INDICADORES	PREGUNTAS
Falta de un sitio exclusivo y seguro para disfrutar con tranquilidad	1. ¿Cuánto perjudica a la inversión el no mantener personal de seguridad en sitios exclusivos?	Indagar las razones que perjudican a la inversión al no contar con personal de seguridad capacitado en sitios exclusivos.	La inversión en seguridad lógica y física garantiza la confianza del cliente	INDEPENDIENTE	Inversión en seguridad	Niveles de Servicio de Seguridad	3.- ¿Considera que un sitio como este es necesario la seguridad de los clientes?
				DEPENDIENTE	Confianza del cliente	Satisfacción del cliente	4.- ¿Con cuántos tipos de seguridad debe contar el establecimiento?
Mala atención al cliente y pésima calidad en los productos.	2. ¿De qué forma afecta la rentabilidad del negocio la mala imagen e inadecuada atención a sus clientes?	Conocer los motivos por los cuales disminuyen costos en la contratación de personal inadecuado para la atención al cliente.	La contratación de personal capacitado permite cumplir con un excelente servicio al cliente	INDEPENDIENTE	Contratación de personal capacitado	Calidad de servicio al cliente	5.- ¿Qué considera Ud. que a un establecimiento de cafeterías y postres lo hace exclusivo?
				DEPENDIENTE	Excelente servicio al cliente	Indicadores de atención	6.- ¿Usted considera, que un excelente servicio al cliente depende de?
Incumplimiento a las leyes tributarias.	3. ¿Qué consecuencias tiene mantener el negocio sin cumplir con las Leyes Tributarias?	Investigar los efectos que causan a la empresa al incumplir las leyes tributarias.	Asesoría para el Cumplimiento con los deberes formales en materia de Impuestos garantiza que la empresa desarrolle con la cultura tributaria	INDEPENDIENTE	Asesoría de Cumplimiento en Impuestos	Desempeño tributario	7.- ¿Considera usted que un establecimiento deba cumplir con las leyes tributarias?
				DEPENDIENTE	Desarrollo con la Cultura Tributaria	Solidez económica	8.- ¿Es importante que los establecimientos entreguen facturas a los clientes?
Falta de control interno y de inventarios en la cafetería.	4. ¿Qué sucede con la cafetería sino cuenta con un debido control interno y de inventarios?	Establecer las circunstancias por las cuales no se realizan los inventarios y un debido control interno.	La eficacia en los inventarios y el control interno mejora la organización de la empresa	INDEPENDIENTE	Eficacia en Inventarios y el Control Interno	Rotación del inventario	9.- ¿La excelencia de postres y demás productos depende de?
				DEPENDIENTE	Mejora la Organización de la Empresa	Evaluación de rendimientos financieros.	10.- Considera Ud. que los negocios de esta ciudad tienen un adecuado control de calidad de servicio y productos?

ANEXO 4

Plano de la Cafetería

Plano de la Cafetería

