



**ESPE**  
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
CAMINO A LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

VI PROMOCIÓN

LATACUNGA, OCTUBRE DEL 2012





**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UN CENTRO DE CONSUMO  
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS TEMÁTICO  
EXCLUSIVO “COFFE HEAVEN” EN LA  
CIUDAD DE LATACUNGA.**



# Coffee Heaven

- Latacunga, ciudad de corte histórico tradicional.
- Grupos definidos, adolescentes, jóvenes y adultos.
- Sectores gustos y preferencias de esparcimiento establecidas.
- Proliferación de lugares no definen: servicio y mercado objetivo
- No ofrecen variedad ni exclusividad .
- Migración a ciudades vecinas
- Personas económicamente activas
- Exigen servicio y trato acorde a su posibilidad económica.
- Fuga de capitales
- Cierre prematuro de lugares nuevos.

## JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

# Coffe Heaven

Se propone la implementación en el cantón Latacunga de un centro de consumo de alimentos y bebidas temático exclusivo “COFFE HEAVEN” desde el lugar más alto de la ciudad, orientado a las personas económicamente activas de veinticinco a cincuenta años de edad.

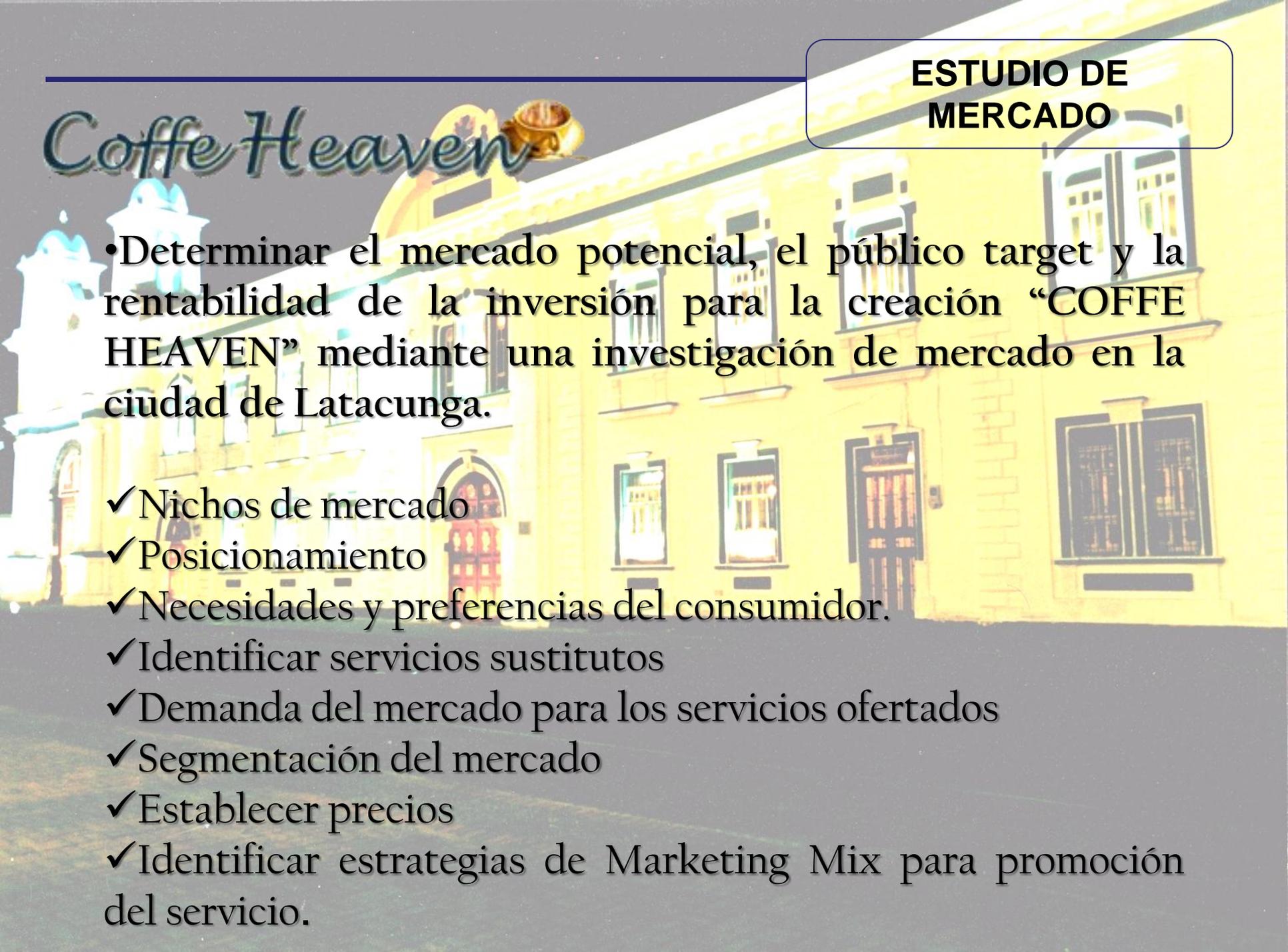
- Proyecto de importancia económica y social,
- Limitada variedad de sitios que satisfacen al cliente potencial
- Valor agregado y calidad total
- Incrementar fuentes de empleo basadas en el esparcimiento

Coffe Heaven 

Desarrollar un Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de consumo de alimentos y bebidas temático exclusivo “COFFE HEAVEN”, en la ciudad de Latacunga.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y METAS

- Realizar el Estudio de Mercado (demanda insatisfecha, estrategia comercial) / Informe de demanda Insatisfecha
- Efectuar el Estudio Técnico / Determinación de materia prima, menaje, equipos, etc.
- Determinar Factibilidad Administrativa, (legal, social CONSTITUCIÓN EMPRESA) / Planificación estratégica
- Establecer Factibilidad Financiera / Cantidad de dinero requerido para el arranque del proyecto, porcentajes de participación
- Realizar la Evaluación Financiera y Análisis de Resultados obtenidos en el proyecto de factibilidad / Determinación de VAN, TIR y PUNTO DE EQUILIBRIO establecer la viabilidad del proyecto
- Establecer Conclusiones y Recomendaciones/Generar Conclusiones y Recomendaciones .



# Coffe Heaven

## ESTUDIO DE MERCADO

• Determinar el mercado potencial, el público target y la rentabilidad de la inversión para la creación “COFFE HEAVEN” mediante una investigación de mercado en la ciudad de Latacunga.

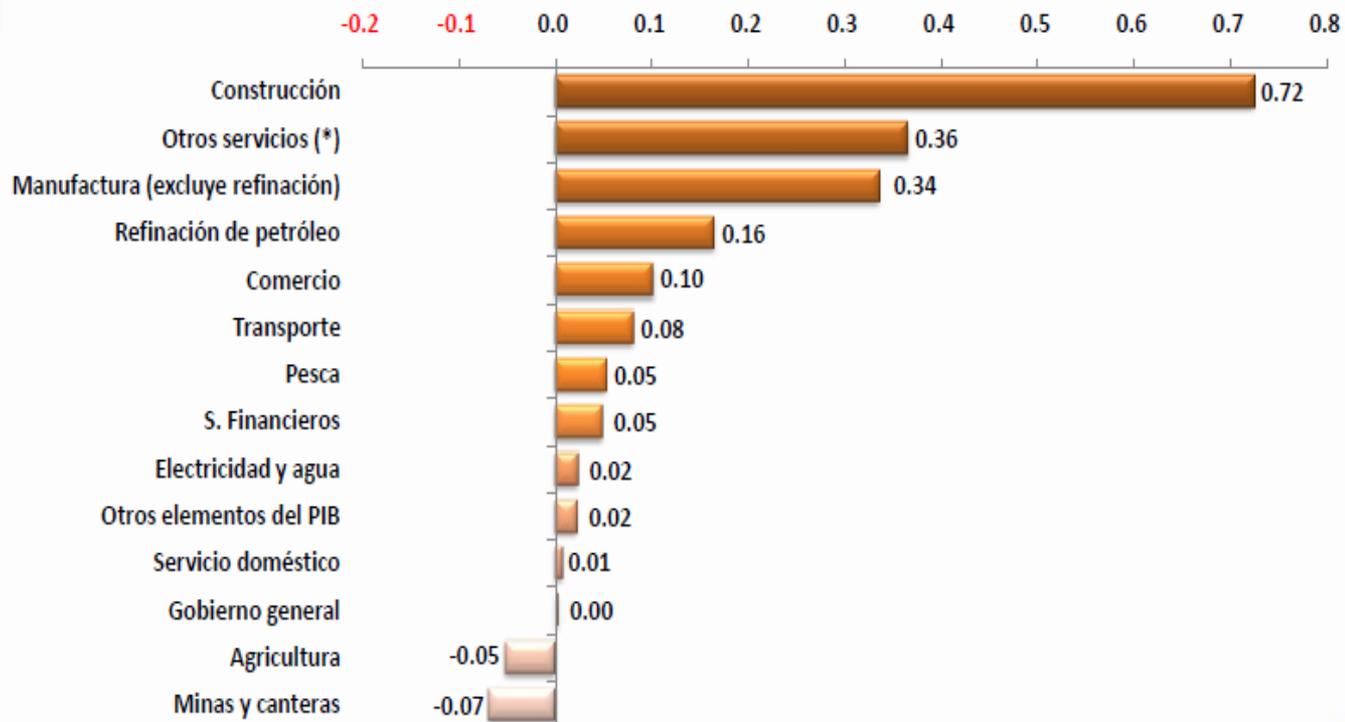
- ✓ Nichos de mercado
- ✓ Posicionamiento
- ✓ Necesidades y preferencias del consumidor.
- ✓ Identificar servicios sustitutos
- ✓ Demanda del mercado para los servicios ofertados
- ✓ Segmentación del mercado
- ✓ Establecer precios
- ✓ Identificar estrategias de Marketing Mix para promoción del servicio.

### FACTORES EXTERNOS DEL MERCADO:

- **RIESGO PAÍS:** max 951 min 857 Vs 372
- **INFLACIÓN:** jun 2010 3.30% may 2012 4.85%
- **ASPECTOS POLÍTICOS:** Ministerio de turismo, CFN, PYMES
- **SOCIOCULTURALES:** Desempleo 5.1% Subempleo 44.2% Sector Público 21.1% Sector Privado 78.9% (INEC).
- **INDUSTRIA:** Favorable para el sector turístico, comidas y bebidas. Contribución al crecimiento PIB , 33.938 hoteles y restaurantes, valor agregado

### CONTRIBUCIÓN DE LAS INDUSTRIAS A LA VARIACIÓN TRIMESTRAL DEL PIB

(Tercer trimestre 2011, precios de 2000, variación trimestral t/t-1, desestacionalizado)



\* Incluye Hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a empresas y hogares; salud y educación pública y privada

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

MATRIZ F.O.D.A		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Marketing Adecuado	Costos elevados
	Variedad en los menús	Falta de personal especializado.
	Multi-Ambiente	Empleados con falta de dominio de idioma extranjero
	Ubicación de local estratégica	Atención en horas pico
OPORTUNIDADES	Estrategias F.O.	Estrategias D.O.
Publicidad versátil, juvenil y directa	Elaborar material publicitario para resaltar los menús especiales y los servicios. Colocar iluminación adecuada y calefactores en las noches para que los clientes disfruten la vista desde el exterior	Establecer estrategias de servicio al cliente en horarios pico creando un ambiente diferente para que la espera sea agradable
Recetas estándar	Aprovechar la ubicación del restaurante para posicionarse en el mercado.	Preparar un programa de capacitación para el personal donde se resalten las características y atributos sobresalientes de la empresa
Programas de fomento y apoyo para inversiones en las Pymes	Seleccionar las materias primas e insumos de óptima calidad para mejorar la calidad del menú	Aprovechar el impacto durante los primeros meses de apertura para realizar publicidad directa con los clientes, economizando así gastos por este concepto
Población en búsqueda de actividades innovadoras de entretenimiento y moda	Aplicación de la estrategia de Marketing Mix. Aprovechar el comportamiento del mercado en Latacunga, quienes se sienten atraídos por lo novedoso para crear posicionamiento a corto, mediano y largo plazo	Realizar alianzas estratégicas periódicas con proveedores para reducir los costos de los insumos requeridos
AMENAZAS	Estrategias F.A.	Estrategias D.A.
Promociones de la competencia	Publicidad llamativa en medios para promocionar el restaurante, colocando en ellas los factores que lo diferencian de la competencia	Desarrollar diversas estrategias publicitarias para captar más clientes y competir con otros restaurantes.
Inflación en la canasta básica	Mediante las recetas estándar, es posible aminorar los efectos de la inflación en la canasta básica ya que no se desperdicia materia prima en la preparación de los platillos.	Elaborar manual de procedimientos internos, en el campo administrativo, de personal.
Restaurantes, bares y cafeterías existentes	Poner en marcha las estrategias de marketing con el fin de enfrentar a la competencia	Establecer contactos y alianzas con varios proveedores para no depender exclusivamente de uno solo.
Proliferación de centros de formación culinarios	Elaborar encuestas sobre los menús especiales, platos a la carta, comida rápida y bebidas especiales, relacionados con su presentación, sabor y precio.	Convenios con los centros de formación culinarios para que los futuros profesionales de estas entidades para ofertar empleo.



Coffe Heaven

## ENCUESTA

**Frecuencia del uso del producto:** para el cálculo de oferta y demanda actual. Analizar frecuencia de visitas a la semana, número personas.

**Gustos y preferencias del consumidor:** Exigencias del publico objetivo, gustos, tendencias, entretenimiento, decoración.

**Precio:** Disposición a pagar, precios entorno competitivo

**Competencia:** Principales empresas, aspectos positivos y negativos.

Coffee Heaven 

TAMAÑO DE LA  
MUESTRA

## Población de Latacunga según el Censo 2010

Mujeres: 88.188

Hombres: 82.301

Total: 170.489

Edad promedio 28,6 años.



### Cálculo de la muestra

**Datos:**

**Población:** 170.489

**Seguridad:** 95% (1.96)

**N** = 170.489 (tamaño de la población)

**Z** = 1.96 (nivel de confianza)

**P** = 0.5 (probabilidad de éxito, o proporción esperada)

**Q** = 0.5 (probabilidad de fracaso)

**D** = 0.05 (precisión)

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{170.489 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (170489 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{170.489 \times 3,8416 \times 0,25}{(0,0025)^2 \times (170488) + 3,8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{163737,63}{426,22 + 0,9604}$$

$$n = \frac{163737,63}{427,18}$$

$$n = 383,29$$

## ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

*Coffee Heaven*

Factibilidad para la implementación del proyecto, el 99% de los encuestados asisten con frecuencia a restaurantes en la ciudad de Latacunga.

Público objetivo entre los 18 y 50 años existe paridad en los resultados obtenidos.

Nivel de ingresos de los encuestados \$250 A \$600,00. Se considera personas con ingresos mayores a \$500 por exclusividad del centro. Corresponde al 36%

32% de los encuestados asiste a un restaurante con amigos y el 31% con compañeros de trabajo.

## ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Coffee Heaven

Precios estimados entre \$1,60 y \$ 9,00

Decoración: 52% Rústico “El Mascha Latacungueño”, Cielo 33%, 28% Cuatro Elementos.

Los restaurantes a los que prefieren asistir es en primer lugar La Fornace, seguido de Rodelú Cafetería, La Española, y finalmente Villa Tacvnga.

89% de los encuestados está de acuerdo con la implementación de un Centro de Consumo de Comidas y Bebidas, que brinde variedad en los platillos, buena música y un ambiente agradable.

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Coffee Heaven 

El proyecto está influenciado por los ingresos de los posibles consumidores encuestados, alcanzando el 36% de la población que califica como aceptable la implementación del centro.

No existen registros históricos sobre ventas y producción de restaurantes en Latacunga, por lo cual no hay demanda y oferta histórica.

Período	Población según el INEC	Nº promedio de persona con las que asisten a un restaurant	Demanda Potencial (población)	Demanda Potencial de Estudio 99%
0	170.489	3	56829	56261
1	173.029	3	57676	57099
2	175.555	3	58518	57933
3	178.119	3	59373	58779
4	180.719	3	60239	59637
5	182.818	3	60939	60330

Población de estudio proyectada para 5 años y dividida para 3 que es el promedio de personas con la que un potencial cliente visita un restaurante, de este resultado el 99% asiste a un restaurante

## DEMANDA REAL

# Coffee Heaven



Años	Demanda Potencial de estudio	Demanda Real (36%)	D. Real
0	56.261	36%	20.253
1	57.099		20.556
2	57.933		20.855
3	58.779		21.160
4	59.637		21.469
5	60.330		21.719

Población segmentada que realmente consume el producto

# Coffee Heaven



## CONSUMO PER CÁPITA

	Frecuencia	Porcentaje	36%	Número de veces	Número de veces total	Número de veces 36%
Diariamente (Lunes a Viernes)	141	37%	51	5	705	255
Fin de Semana (Sábado y Domingo)	155	41%	56	2	310	112
2 a 3 veces por semana	78	21%	28	3	234	84
Una vez a la semana	5	1%	2	1	5	2
Una vez por mes	0	0%	0	0	0	
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>	<b>137,36</b>	<b>11</b>	<b>1254</b>	<b>453</b>

Al realizar los cálculos correspondientes para determinar el consumo promedio tenemos 57.37 platos anualmente por persona

# Coffee Heaven



## CONSUMO PER CÁPITA

Años	D. Real (población)	Consumo Mensual.	Consumo Promedio Anual por persona	D. Real en platos
0	20.253	1812 (platos)	57,37 (platos)	1.161.915
1	20.556			1.179.277
2	20.855			1.196.451
3	21.160			1.213.949
4	21.469			1.231.695
5	21.719			1.246.008

## DEMANDA EFECTIVA

# Coffee Heaven

PERIODOS	D.REAL PLATOS	D.EFECTIVA (36%)	D.EFECTIVA DE PLATOS
0	1.161.915	36%	418.289.40
1	1.179.277		424.539.72
2	1.196.451		430.722.36
3	1.213.949		437.021.64
4	1.213.949		437.021.64
5	1.231.695		443.410.20

De la demanda real del mercado se calcula la demanda efectiva para saber cuál es el estimado de consumo del mercado meta

Considerando los datos obtenidos en la encuesta sobre la frecuencia de visita a un restaurante, de las 4 principales competidoras más la opción otros, se determina 1254 (por el total de veces) x 3 (números de acompañantes por cada visitante) x 4 (semanas) x 12 (meses del año) = 180.576, a esta cifra se le divide para 5 empresas (competencia) = dando como resultado 3010 unidades.

Restaurantes/ cafeterías	%	Restaurantes/ cafeterías que venden platos exclusivos	Unidades Vendidas	Unidades Vendidas/Año	Total Oferta Unidades
5	100	5	3010 (platos)	36115 (platos)	180576 (platos)



# Coffe Heaven

## PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Periodos	Oferta (0.42%) Tasa de crecimiento*
0	180.576
1	181.334
2	182.096
3	182.861
4	183.629
5	184.400

\* Tasa de Crecimiento prevista publicada por el Banco Central



# Coffe Heaven

## DEMANDA INSATISFECHA

Periodos	Demanda efectiva	Oferta	D. Insatisfecha
0	418.289.40	180.576	237.713.40
1	424.539.72	180.576	243.963.72
2	430.722.36	180.576	250.146.36
3	437.021.64	180.576	256.445.64
4	437.021.64	180.576	256.445.64
5	443.410.20	180.576	262.834.20

\* Demanda Insatisfecha de platos en restaurantes temáticos

## Coffe Heaven

### TAMAÑO DEL PROYECTO:

Analizar el nivel de inversiones y costos por producto.  
Inicialmente los factores que influyen en el tamaño.

### TAMAÑO Y MERCADO:

Analizar el nivel de inversiones y costos por producto.  
Inicialmente los factores que influyen en el tamaño.

<b>Demanda Insatisfecha 1er año</b>	<b>% (Empresa Lider)</b>	<b>Capacidad Instalada</b>
237.713.40	5.01%	11.907

# Coffe Heaven

Las cinco empresas abarcan el 20% de mercado potencial con el expendio de productos similares a los que se pretende ofertar.

Si Coffe Heaven está dentro de este porcentaje se calcula que en base a la oferta nuestra empresa puede vender 36.115 platos al año.

Se cuenta con un mercado potencial de 868.222, de lo que se pretende alcanzar el 5.0089% ya que éste es el porcentaje de la empresa líder en aceptación (La Fornace), por lo que se toma como modelo porcentual y además porque su capacidad instalada es similar a la que se pretende con Coffe Heaven.

## Coffee Heaven

### DISPONIBILIDADES:

#### RECURSOS FINANCIEROS

- Local Propio
- Vehículo

#### MANO DE OBRA

- Chefs especializados
- Alto índice de desempleo

#### MATERIAS PRIMAS

- Mercados Locales
- Variedad de Oferta

# Coffe Heaven



## CAPACIDADES DE PRODUCCIÓN:

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia según número de platos a la semana	Clientes con ingresos superiores a \$500 (36)	Consumo Semanal platos de Clientes con ingresos superiores a \$500 (36)
Diariamente (Lunes a Viernes)	141	37%	5	51	255
Fin de Semana (Sábado y Domingo)	155	41%	2	56	112
2 a 3 veces por semana	78	21%	3	28	84
Una vez a la semana	5	1%	1	2	2
Una vez por mes	0	0%	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>	<b>11</b>	<b>137</b>	<b>453</b>

## Coffee Heaven

### CAPACIDADES DE PRODUCCIÓN:

Cientes potenciales consumen 453 platos por cuatro semanas, y las personas consumen mínimo un plato, pero para objeto de estudio consideraremos dos platos por persona. Dando un total de 3.624, que es la cantidad que podría vender el centro (META).

Al inicio de las actividades se trabajará con el 80% de la capacidad instalada por posicionamiento, tomando como índice de crecimiento el 5%, llegando al periodo 5 con una capacidad del 100%.

# Coffe Heaven

## CAPACIDADES DE PRODUCCIÓN:

Periodo	Capacidad instalada	%capacidad instalada	Capacidad utilizada (producción anual proyectada)	Mensual
1	11907	80%	9.525.46	793.79
2	11907	85%	10.120.95	843.41
3	11907	90%	10.716.30	893.03
4	11907	95%	11.311.65	942.64
5	11907	100%	11.907.00	992.25

Coffe Heaven 

LOCALIZACIÓN DEL  
PROYECTO

MACRO LOCALIZACIÓN:

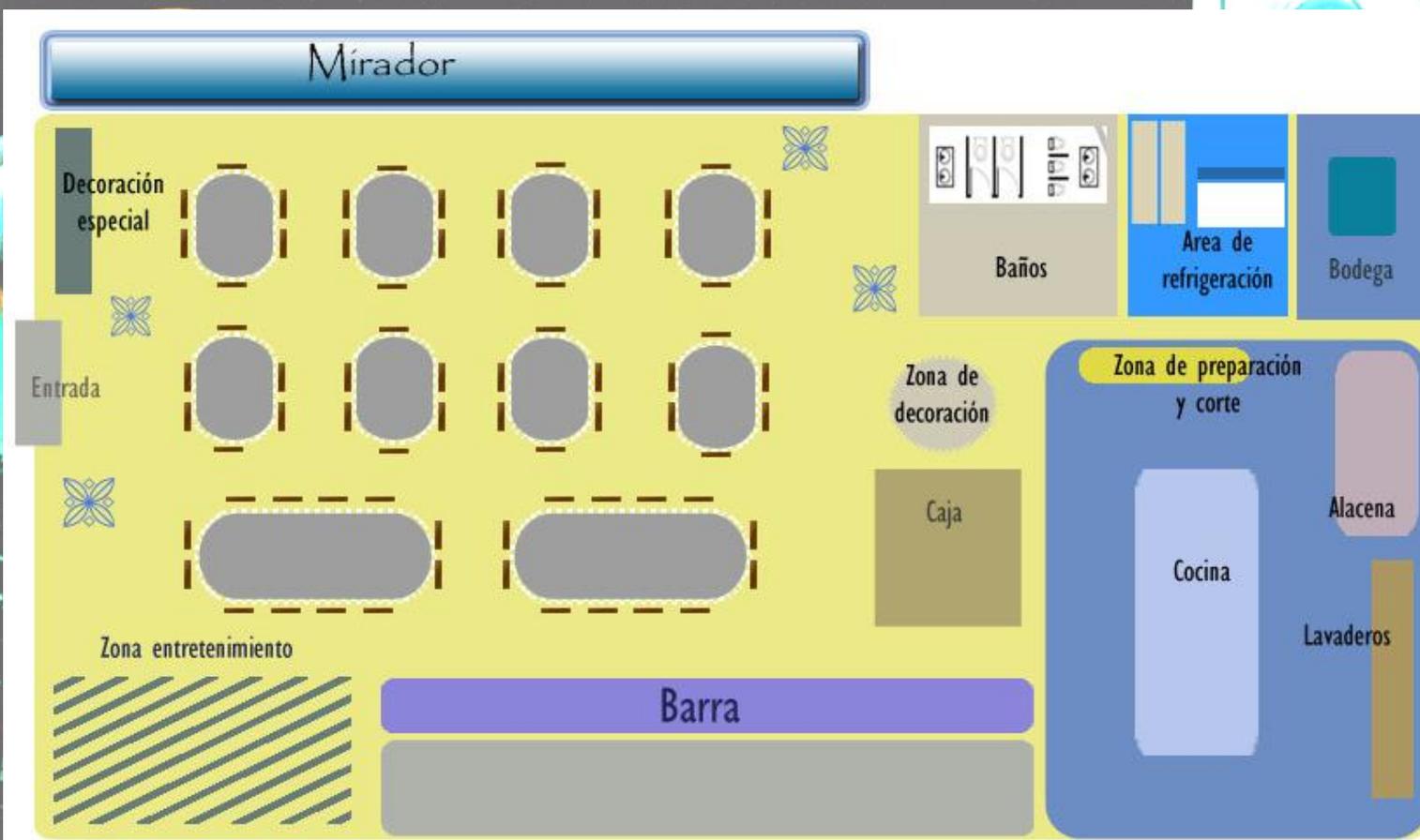
País: Ecuador  
Provincia: Cotopaxi  
Cantón: Latacunga

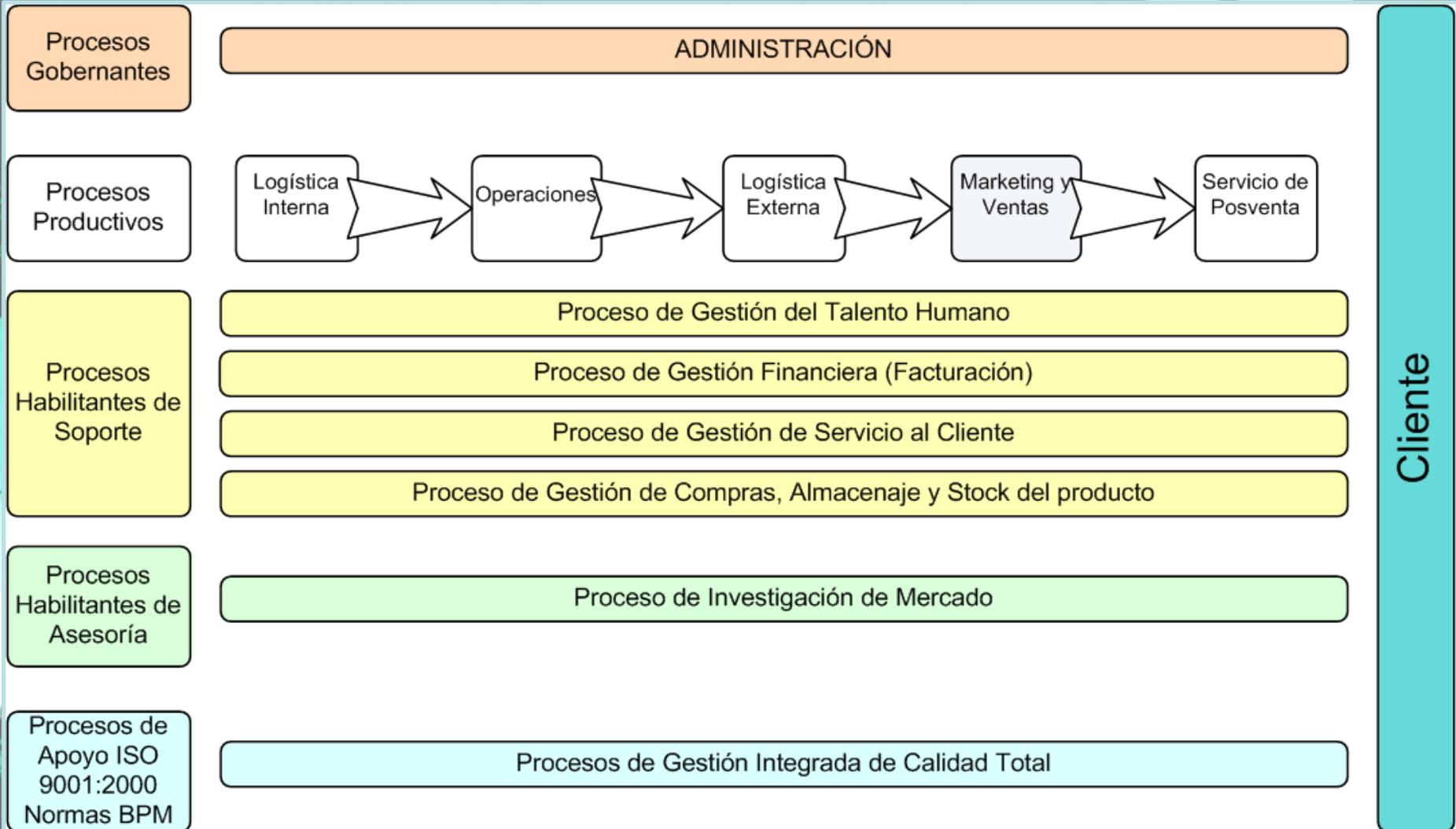


# Coffee Heaven

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA





# Coffee Heaven



## POLÍTICAS AMBIENTALES

- Mejorar continuamente las actividades, productos y servicios respetando el ambiente.
- Prevenir la contaminación y segregación de residuos sólidos orgánicos e inorgánicos.
- Utilizar adecuadamente la energía eléctrica, la materia prima.
- No se descuidará la limpieza al exterior
- Reducir el consumo de agua y su contaminación
- Reducir el consumo de energía
- Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización
- Disminuir las emisiones atmosféricas y el ruido
- Disminuir la contaminación del suelo.

# Coffee Heaven

- Empresa sin impedimento legal para ser instalada y funcionar en Latacunga.
- Empresa productora de alimentos, normas higiénicas y bacteriológicas
- Empresa sociedad anónima.
- Escritura pública de la creación
- Inscripción en el Registro Mercantil, constitución, patente municipal
- Efectuar la creación y pago de la cuenta de integración del capital, mínimo \$ 800
- Socios estratégicos de la empresa serán dos personas
- RUC: Identificación de contribuyentes que realizan una actividad económica lícita
- Registro Actividad Turística-Ministerio de Turismo
- Permiso Sanitario-Ministerio de Salud
- Formulario de Línea de Fábrica-Municipio de Latacunga
- Inspección del Cuerpo de bomberos

Coffe Heaven 

ESLOGAN Y  
LOGOTIPO

LOGOTIPO



ESLOGAN

*“Del Cielo a tu mesa...  
Un sabor que te atrapa”*



Coffe Heaven

## MISIÓN

El centro de consumo de alimentos y bebidas temático exclusivo “COFFE HEAVEN” brinda un servicio de calidad en la ciudad de Latacunga, ofreciendo una nueva experiencia al paladar, con una verdadera mezcla de agradables e inigualables sabores, comida y bebidas para los gustos más exigentes, brindando a nuestros clientes un espacio para el esparcimiento y la diversión diferente y exclusivo.



Coffe Heaven

VISIÓN

Ser el centro de consumo de alimentos y bebidas temático exclusivo líder en el mercado del Centro del país, con un servicio preferencial, innovador en la presentación de nuestros platos y bebidas, a través de un planificado trabajo en equipo para el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional.

Coffe Heaven 

**MARKETING MIX**



Coffe Heaven 

## PRODUCTO

- El Centro brindará los mejores productos
- Recetas llamativas
- Excelente sabor,
- Servicio de calidad,
- Ambiente exclusivo, represente la esencia misma de la ciudad de Latacunga
- Exclusividad y temático estará determinado por la decoración
- Terrazas que lo acercan al aire libre servicio
- Paisaje inolvidable.
- Día Latacungueño
- Tarjetas de descuento
- Interacción total del personal con los clientes

# Coffee Heaven



MARKETING MIX

## PLAZA O PUNTO DE VENTA

- Distribución del producto directa con el cliente
- Ubicación, lugar vista privilegiada de la ciudad
- Zona exclusiva de la ciudad de Latacunga no explotada
- Futuro ampliar el servicio a entregas a domicilio y a empresas
- Realización de eventos de degustación.

Coffe Heaven 

## PRECIO

- Fijación precios: costo de producto en base a insumos utilizados
- Gastos relativos a producción
- Precios condicionados a la competencia
- Rangos de la zona
- Competitivos
- Compensar precios con trato y confort (valor agregado)
- Precio de platos menor igual a la competencia en la madurez del producto.

*Coffee Heaven* 

## PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES

Cientes factor determinante (éxito o fracaso), poder decisión  
Tiempo limitado, buscan comer fuera  
Lugares de esparcimiento  
Precio importante para captar a la clientela  
Crear y satisfacer necesidades  
Fidelidad  
Posicionamiento

*Coffee Heaven* 

**PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES Y  
VENDEDORES**

Manejar una red de proveedores.

Verduras, frutas, hortalizas y legumbres, al por mayor en el Mercado

Carnes, proveedores con la mejor calidad.

Listado de posibles proveedores en Latacunga y ciudades aledañas

*Coffee Heaven* 

## AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

No existen barreras de ingresos para nuevos competidores  
Mercado competitivo que se renueva  
Riesgo de competencia en el sector elegido  
Importante mantener y aumentar el valor agregado  
Lugares que cierran en corto tiempo sin beneficios

*Coffee Heaven* 

## AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Lugares que ofrecen solo platos tradicionales como chugchucaras sin variedad  
Ambato se oferta comida mexicana, uruguaya, argentina, mariscos, o platos típicos de la sierra.

## RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

En la industria de Latacunga se observa competencia en precios  
Brindar espacios adecuados para lograr bienestar para los clientes.  
Competidores directos tienen un mercado cautivo clientela fidelizada

# ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Coffee Heaven 



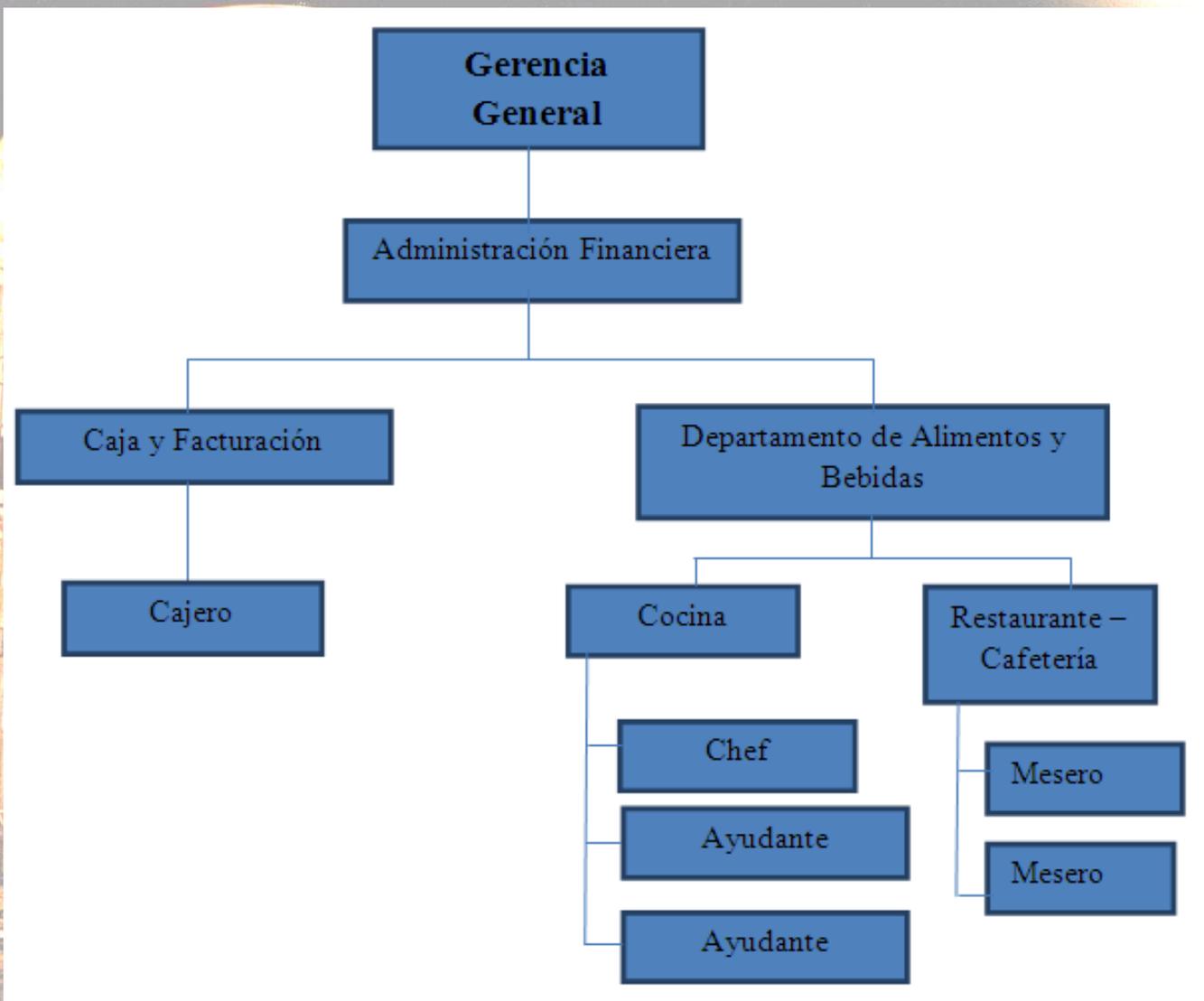
FORNACE

LA  
ESPAÑOLA

VILLA  
TACVNGA

RODELU

OTROS  
(LA FINCA)





# Coffe Heaven

## RESÚMEN DE INVERSIONES

### RESUMEN DE INVERSIONES

RUBRO	MONTO
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificios (5%)	\$ 20.000,00
Equipos y Mobiliario de Oficinas, restaurante (10%)	\$ 7.881,47
Equipos de Cómputo y Software (33%)	\$ 1.650,00
Maquinarias y Equipos (10%)	\$ 8.819,09
Vehículos (20%)	\$ 10.000,00
Adecuaciones (20%)	\$ 8.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$56.350,56</b>



Coffe Heaven

**RESÚMEN DE  
INVERSIONES**

**RESUMEN DE INVERSIONES**

**RUBRO**

**MONTO**

**ACTIVOS DIFERIDOS**

Elaboración del proyecto

\$ 510,00

Registro sanitario

\$ 2.200,00

Patente IEPI. Clase Internacional

\$ 400,00

Permiso de funcionamiento

\$ 200,00

Gastos organizativos

\$ 400,00

Imprevistos

\$ 100,00

**TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS**

**3.810,00**



**Coffe Heaven**

**RESÚMEN DE  
INVERSIONES**

**RESUMEN DE INVERSIONES**

<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Materia prima directa	\$ 6.689,00
Gasto personal	\$ 4.387,95
Materiales indirectos	\$ 166,66
Gastos de Administración	\$ 316,20
Gastos de venta	\$ 1.275,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 12.834,81</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO PRIMER MES</b>	<b>\$ 8.446,86</b>



## RESÚMEN DE INVERSIONES

### INVERSIÓN INICIAL

RUBRO	MONTO	%
Inversión Fija	\$ 59.350,56	81
Inversión Diferida	\$ 3.810,00	5
Capital de Trabajo	\$ 12.834,81	18
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 72.995,00</b>	



## PRESUPUESTO DE INGRESOS

	INGRESOS					
Productos	1	2	3	4	5	6
<b>Cantidades (En Unidades)</b>						
<b>Coctel de Camarón</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Brocheta de mariscos</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Lomo Fino 180gr.</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Lomo en Salsa de pimienta 180 gr.</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Filete de pollo a la plancha</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Sánduche pollo</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Brownie con helado.</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Cocteles promedio</b>	4.077	4.281	4,95	4.720	4.956	5.203
<b>Total</b>	<b>32.616</b>	<b>34.247</b>	<b>35.959</b>	<b>37.757</b>	<b>39.645</b>	<b>41.627</b>
<b>Crecimiento esperado</b>	<b>0</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>



## PRESUPUESTO DE INGRESOS

	INGRESOS					
Productos	1	2	3	4	5	6
<b>Precio Unitario (En US\$)</b>						
Coctel de Camarón	7.00	7.21	7.43	7.65	7.88	8.11
Brocheta de mariscos	7.00	7.21	7.43	7.65	7.88	8.11
Lomo Fino 180gr.	9.00	9.27	9.55	9.83	10.13	10.43
Lomo en Salsa de pimienta 180 gr.	8.00	8.24	8.49	8.74	9.00	9.27
Filete de pollo a la plancha	6.50	6.70	6.90	7.10	7.32	7.54
Sánduche pollo	4.50	4.64	4.77	4.92	5.06	5.22
Brownie con helado.	3.00	3.09	3.18	3.28	3.38	3.48
Cocteles promedio	5.50	5.67	5.83	6.01	6.19	6.38
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>57</b>	<b>59</b>
<b>Crecimiento esperado</b>		3%	3%	3%	3%	3%



## PRESUPUESTO DE INGRESOS

	INGRESOS					
Productos	1	2	3	4	5	6
<b>Ingresos (En US\$)</b>						
<b>Coctel de Camarón</b>	28.539	30.865	33.380	36.101	39.043	42.225
<b>Brocheta de mariscos</b>	28.539	30.865	33.380	36.101	39.043	42.225
<b>Lomo Fino 180gr.</b>	36.693	39.683	42.918	46.415	50.198	54.289
<b>Lomo en Salsa de pimienta 180 gr.</b>	32.616	35.274	38.149	41.258	44.621	48.257
<b>Filete de pollo a la plancha</b>	26.501	28.660	30.996	33.522	36.254	39.209
<b>Sánduche pollo</b>	18.347	19.842	21.459	23.208	25.099	27.145
<b>Brownie con helado.</b>	12.231	13.228	14.306	15.472	16.733	18.096
<b>Cocteles promedio</b>	22.424	24.251	26.227	28.365	30.677	33.177
<b>Total</b>	<b>205,889</b>	<b>222,668</b>	<b>240,816</b>	<b>260,442</b>	<b>281,668</b>	<b>304,624</b>



Coffe Heaven

## PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos está calculado con el número de platos que la empresa puede vender, en base a su capacidad de producción, para objeto de la investigación se utilizó 8 platos preferenciales por el acceso que se tuvo a los costos de producción, y requerimiento de materia prima en el mercado.

Se espera una venta total de platos en la cantidad de 32.616, con ingresos en el primer de \$205.889.

Productos	COSTOS					
	1	2	3	4	5	6
<b>Cantidades (En Unidades)</b>						
<b>Coctel de Camarón</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Brocheta de mariscos</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Lomo Fino 180gr.</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Lomo en Salsa de pimienta 180 gr.</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Filete de pollo a la plancha</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Sánduche pollo</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Brownie con helado.</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Cocteles promedio</b>	4.077	4.281	4.495	4.720	4.956	5.203
<b>Total</b>	<b>32.616</b>	<b>34.247</b>	<b>35.959</b>	<b>37.757</b>	<b>39.645</b>	<b>41.627</b>

Productos	COSTOS					
	1	2	3	4	5	6
<b>Costo Unitario (En US\$)</b>						
<b>Coctel de Camarón</b>	4,25	4,38	4,51	4,64	4,78	4,93
<b>Brocheta de mariscos</b>	4,50	4,64	4,77	4,92	5,06	5,22
<b>Lomo Fino 180gr.</b>	2,67	2,75	2,83	2,92	3,01	3,10
<b>Lomo en Salsa de pimienta 180 gr.</b>	2,24	2,31	2,38	2,45	2,52	2,60
<b>Filete de pollo a la plancha</b>	1,70	1,75	1,80	1,86	1,91	1,97
<b>Sánduche pollo</b>	1,33	1,37	1,41	1,45	1,50	1,54
<b>Brownie con helado.</b>	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	1,16
<b>Cocteles promedio</b>	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25	2,32
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>23</b>

Productos	COSTOS					
	1	2	3	4	5	6
<b>Costo Unitario (En US\$)</b>						
<b>Coctel de Camarón</b>	4,25	4,38	4,51	4,64	4,78	4,93
<b>Brocheta de mariscos</b>	4,50	4,64	4,77	4,92	5,06	5,22
<b>Lomo Fino 180gr.</b>	2,67	2,75	2,83	2,92	3,01	3,10
<b>Lomo en Salsa de pimienta 180 gr.</b>	2,24	2,31	2,38	2,45	2,52	2,60
<b>Filete de pollo a la plancha</b>	1,70	1,75	1,80	1,86	1,91	1,97
<b>Sánduche pollo</b>	1,33	1,37	1,41	1,45	1,50	1,54
<b>Brownie con helado.</b>	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	1,16
<b>Cocteles promedio</b>	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25	2,32
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>23</b>
<b>Crecimiento esperado</b>	-	3%	3%	3%	3%	3%

Productos	COSTOS					
	1	2	3	4	5	6
<b>Costos (En US\$)</b>						
<b>Coctel de Camarón</b>	17.327	18.739	20.267	21.918	23.705	25.637
<b>Brocheta de mariscos</b>	18.347	19.842	21.459	23.208	25.099	27.145
<b>Lomo Fino 180gr.</b>	10.886	11.773	12.732	13.770	14.892	16.106
<b>Lomo en Salsa de pimienta 180 gr.</b>	9.132	9.877	10.682	11.552	12.494	13.512
<b>Filete de pollo a la plancha</b>	6.931	7.496	8.107	8.767	9.482	10.255
<b>Sánduche pollo</b>	5.422	5.864	6.342	6.859	7.418	8.023
<b>Brownie con helado.</b>	4.077	4.409	4.769	5.157	5.578	6.032
<b>Cocteles promedio</b>	8.154	8.819	9.537	10.315	11.155	12.064
<b>Total</b>	<b>80.276</b>	<b>86.819</b>	<b>93.894</b>	<b>101.547</b>	<b>109.823</b>	<b>118.773</b>
<b>Variación</b>			8%	8%	8%	8%

## PRESUPUESTOS DE COSTOS

Coffee Heaven 

El análisis de los costos y gastos se realizó tomando los ocho platos que se calcularon en el capítulo anterior, según los costos de producción al año se venderán 4077 platos de cada uno, con un total de 32.616, cifra obtenida del tamaño calculado del proyecto, con un crecimiento proporcional del 3% en lo se refiere a costos, promedio calculado de la tasa de inflación mensual de los años 2011 – 2012 que es el 8%.

# PRESUPUESTOS DE GASTOS

## Coffee Heaven

### Sueldos y Beneficios del Personal:

Colaboradores	Sueldos	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Aportes Personales	Aportes Patronales	Fondo de Reserva	Total
Gerente General	500,00	45,56	24,33	46,75	60,75	41,65	<b>719,05</b>
Administrador	500,00	45,56	24,33	46,75	60,75	41,65	<b>719,05</b>
Cajero	350,00	31,89	24,33	32,73	42,53	29,16	<b>510,63</b>
Chef	500,00	45,56	24,33	46,75	60,75	41,65	<b>719,05</b>
Ayudante 1	292,00	26,61	24,33	27,30	35,48	24,32	<b>430,05</b>
Ayudante 2	292,00	26,61	24,33	27,30	35,48	24,32	<b>430,05</b>
Mesero 1	292,00	26,61	24,33	27,30	35,48	24,32	<b>430,05</b>
Mesero 2	292,00	26,61	24,33	27,30	35,48	24,32	<b>430,05</b>
<b>Total Colaboradores</b>	<b>3.018,00</b>	<b>275,02</b>	<b>194,67</b>	<b>282,18</b>	<b>366,69</b>	<b>251,40</b>	<b>4.387,95</b>

# Coffee Heaven



## PRESUPUESTOS DE GASTOS

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor	Valor mensual	Valor Total
Luz Eléctrica	Kw/h	1500	0,08	120	1440
Agua Potable	M3	150	0,5	75	900
Teléfono	min	400	0,1	40	480
Gas Industrial 25 kilos	kilos	8	2,5	20	240
Internet	Plan Internet	1	55	55	660
				310	3720
Imprevistos		2%		6,2	74,4
<b>TOTAL</b>				<b>316,2</b>	<b>3794,4</b>

## COSTOS INDIRECTOS

# Coffee Heaven

Detalle	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
Mantenimiento de Instalaciones	500	500	500	500	500
Materiales Indirectos (limpieza)	1000	1200	1400	1600	1800
Mantenimiento de Equipos	500	500	500	500	500
<b>TOTAL</b>	<b>2000</b>	<b>2200</b>	<b>2400</b>	<b>2600</b>	<b>2800</b>

## GASTOS DE VENTA

# Coffee Heaven

## PUBLICIDAD

<b>TOTAL COSTOS DE PUBLICIDAD/PROMOCIÓN</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Promoción</b>	\$ 2.060
<b>Medios Alternativos</b>	\$ 2.060
<b>Radio</b>	\$ 4.120
<b>Prensa Periódico</b>	\$5.760
<b>Publicidad Fija</b>	\$ 1.300
<b>TOTAL</b>	\$15.300

# FINANCIAMIENTO

# Coffee Heaven



FUENTE	%	MONTO
<i>Capital Propio</i>	59%	\$42.995,37
<i>Crédito</i>	41%	\$30.000,00
<b>TOTAL</b>	100,00	\$72995,37

\*Crédito CFN a 40 meses plazo 9,50% de interés anual y 6 meses de gracia

# Coffe Heaven

## PUNTO DE EQUILIBRIO

### CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

	PLATO 1 FILETE DE POLLO	PLATO 2 LOMO FINO	PLATO 3 COCTEL PROMEDIO
Precio de Venta	6.50	9.00	5.50
(-)Costo Variable	1.70	2.67	2.00
(=)Contribución Marginal	4.80	6.33	3.50
(*)Participación en Ingresos	0.30	0.40	0.30
(=)Contribución Marginal Ponderada	1.44	2.53	1.05
<b>TOTAL CONTRIBUCIÓN MARGINAL PONDERADA</b>		<b>5.02</b>	
Costos Fijos		3794.40	
Costos Fijos /Cont. Marginal Ponderada		755.56	
Resultados del PE	226.67	302.22	226.67
<b>PUNTO EQUILIBRIO ANUAL</b>	<b>227</b>	<b>302</b>	<b>227</b>

	Crecimiento		4,8%	4,8%	4,8%	4,8%
	0	1	2	3	4	5
<b>Inversión Inicial</b>	<b>(72.995)</b>					
<b>Ingresos</b>		<b>205.889</b>	<b>222.668</b>	<b>240.816</b>	<b>260.442</b>	<b>281.668</b>
(-) Costo Variables		(80.276)	(86.819)	(93.894)	(101.547)	(109.823)
<b>(=) Margen Bruto</b>		<b>125.613</b>	<b>135.849</b>	<b>146.922</b>	<b>158.895</b>	<b>171.845</b>
<b>Inflación</b>			<b>4,8%</b>	<b>4,8%</b>	<b>4,8%</b>	<b>4,8%</b>
<b>Gastos Operacionales</b>						
Gastos de Personal		52.655,42	\$ 60.983,85	\$ 66.819,44	\$ 78.115,68	\$ 83.451,07
Gastos Administrativos,						
Costos Directos y		21.904,00	22.950	24.045	25.193	26.395
Ventas						
Depreciación y		6.820	7.146	7.487	6.270	6.270
Amortización						
Gastos Financieros		2.684	2.813	2.947	0	0
Gastos por Impuestos		1.191,48	1.248	1.308	1.370	1.436
<b>Total Gastos Operacionales</b>		<b>85.255</b>	<b>95.140</b>	<b>102.606</b>	<b>110.949</b>	<b>117.552</b>

# Coffee Heaven



## FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Participación de Trabajadores	15%	6.054	6.106	6.647	7.192	8.144
Impuesto a la Renta	25%	8.576	8.651	9.417	10.189	11.537
<b>Margen Neto</b>		<b>25.728</b>	<b>25.952</b>	<b>28.252</b>	<b>30.566</b>	<b>34.612</b>
(+)/(-) Ajustes						
(+) Depreciación y Amortización		6.820	7.146	7.487	6.270	6.270
(+) Valor Inmueble con Plusvalía		0	0	0	0	0
<b>Flujo Total</b>	<b>(72.995)</b>	<b>27.807</b>	<b>22.933</b>	<b>24.593</b>	<b>32.886</b>	<b>40.882</b>



## EVALUACIÓN FINANCIERA

Determinación de la TMAR:

### TMAR MÍNIMA

Tasa de Inflación*	Premio al riesgo* Mínimo	TMAR
4,85%	8,92	13,77

### TMAR MÁXIMA

Tasa de Inflación*	Premio al riesgo* Máximo	TMAR
4,85%	9,51	14,36

# Coffee Heaven

## EVALUACIÓN FINANCIERA

Determinación de la TIR:

### TASA INTERNA DE RETORNO

0	1	2	3	4	5
-72995	27807	22934	24593	32886	40882

### TIR

TIR	27%
TMAR MINIMA	13,77%
TMAR MÁXIMA	14,36%

Si  $TIR \geq TMAR$ ; ACÉPTO INVERSIÓN  
Si  $TIR < TMAR$ ; RECHAZO INVERSIÓN

\* La TIR es la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de flujos de efectivo dentro de la operación

# Coffee Heaven

## EVALUACIÓN FINANCIERA

### Determinación VAN:

Si  $VAN \leq 0$ , se debe rechazar la inversión porque no se estaría ganando rendimiento mínimo solicitado.

Si  $VAN \geq 0$  Es conveniente aceptar la inversión, ya que se estaría ganando más del rendimiento solicitado.

<b>Valor Actual Neto Financiado</b>	<b>\$ 25.426</b>	<b>El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA</b>
<b>Valor Actual Neto PURO</b>	<b>\$ 47.105</b>	<b>El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA</b>

\* Valor presente Neto representa el beneficio que rinde la Inversión a través del tiempo; es el resultado de los flujos de ingresos netos.



# Coffe Heaven

## EVALUACIÓN FINANCIERA

**Costo / Beneficio:**

Toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados proyectados, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que sacrifica el proyecto.

**CÁLCULO B/C**

**Beneficio / Costo [BC]**

**2,4**

# Coffe Heaven

## EVALUACIÓN FINANCIERA

Pay Back:

Visión general del tiempo de recuperación de la inversión en un estimado:

	1	2	3	4	5	
Pay Back Discounted[P BD]	(72.995)	(48.680)	(31.145)	(14.702)	4.526	25.426
Pay Back [PB]	(72.995)	(45.189)	(22.255)	<b>2.338</b>	35.224	76.106



# Coffe Heaven

## EVALUACIÓN FINANCIERA

Retorno sobre la Inversión ROI:

		1	2	3	4	5
<b>Retorno Sobre la Inversión [ROI]</b>	0,00%	35,25%	35,55%	38,70%	41,87%	47,42%

❖ Rendimiento sobre la inversión para evaluar el gasto que se esta realizando

# Coffee Heaven

## EVALUACIÓN FINANCIERA

### Análisis de Sensibilización:

Moneda:	US\$		Tasa de Descuento	14,4%		
Escenario	Ventas	Ventas	VAN	TIR	Beneficio Costo	Calificación
Optimista	100%	1.211.483	47.105	27,1%	1,3483	a 1 Viable
Moderado	90%	1.156.330	23.253	15,2%	1,0216	a 1 Viable
Pesimista	80%	1.106.330	1.555	3,5%	0,7243	a 1 No conveniente



# Coffe Heaven

## EVALUACIÓN FINANCIERA

### RESÚMEN

#### Resumen de la Evaluación

**Valor Actual Neto**

**Financiado**

**25.426 El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA**

**Valor Actual Neto**

**PURO**

**47.105 El Proyecto ES VIABLE, SE ACEPTA**

**Tasa Interna de**

**Retorno**

**27% La Tasa de Retorno del proyecto SI es adecuada**

**Beneficio / Costo**

**1,3 : 1 Se Acepta el Proyecto**

## CONCLUSIONES

# Coffe Heaven

- Una vez realizado el estudio de factibilidad para la creación de un centro de consumo de alimentos y bebidas temático, exclusivo en la ciudad de Latacunga, se concluye que el proyecto es económica y técnicamente viable.
- El público objetivo oscila entre 26 a 50 años, con un nivel de ingresos de \$500 a \$800 dólares americanos. Con empleos estables, que acuden frecuentemente Sábados y domingos a los restaurantes con amigos o compañeros de trabajo. Con preferencia en comidas rápidas y almuerzos ejecutivos
- Se determinó la factibilidad legal constituyendo la empresa como una sociedad anónima con el nombre de COFFE HEAVEN y ajustándose a las reglas de la Ley de Compañías vigente en la República del Ecuador. La estructura organizacional que se empleará es plana y flexible, adaptable a las futuras necesidades, donde predomina el trabajo en equipo y la comunicación entre departamentos.
- El TIR del proyecto es de 27% superior al TMAR calculado a través de la inflación anual y riesgo país.
- En el primer se iniciará con ocho colaboradores quienes cuenta con todos los beneficios de ley, para llegar a los 5 años a con 11 empleados.

- ✓ Debido a los continuos cambios en la política económica del país se recomienda la puesta en marcha del proyecto para el año 2012 con el fin de aprovechar al 100% el estudio realizado.
- ✓ Se recomienda que cuando se esté implementando el proyecto, se controle la rotación de los menús en la que las personas demanden con mayor frecuencia
- ✓ Convendría ser más eficientes en la administración de los rubros más representativos de los egresos, para así optimizar los procesos de la cadena de valor
- ✓ Crear menús diferentes a lo que oferta la competencia para mejorar la ventas y su posicionamiento
- ✓ Es necesario efectuar la comparación, verificación y comprobación de los datos para la evaluación del proyecto a largo plazo.
- ✓ Se recomienda utilizar toda la capacidad instalada en la empresa con el fin de alcanzar los niveles esperados de aceptación con el público.
- ✓ Se sugiere establecer a las organizaciones como sociedades anónimas ya que más acciones con fácilmente negociables, el requisito del mínimo de socios es fácilmente asequible y admite la suscripción publicad del capital.
- ✓ Por la sensibilidad de la variación en el precio y los costos de producción, es recomendable analizar continuamente los resultados para que el proyecto siga siendo viable económica y financieramente.

# Coffe Heaven

## Quienes Somos

Latacunga Colonial

Eventos y Recepciones

Reservaciones

Menú

Contactenos

Del cielo a tu mesa... Un sabor que te atrapa



*Vigilado por el Coloso Volcán Cotopaxi, en el lugar más alto de Latacunga, se ubica coffe heaven como una innovadora propuesta para público exigente que busca nuevas experiencias culinarias.*

*Con un ambiente tranquilo decorado especialmente para reuniones sociales, grupos familiares y cenas de negocios, pretende ganar prestigio en la ciudad por ofrecer buena comida y en un lugar elegante, tranquilo, con una vista panorámica insuperable de la ciudad.*

*Especialidades en cocina nacional e internacional, servicio personalizado al momento de su desayuno, almuerzo o cena.*

