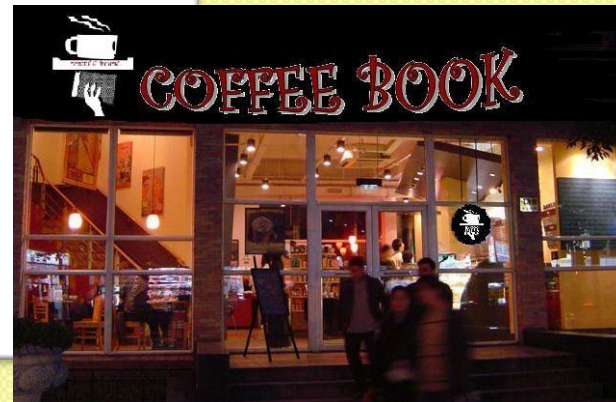


# Creación de la Cafetería Temática Coffee Book en la ciudad de Guayaquil

*María José Herrera Moreira*

*Karen Ibarra Triviño*

*Gabriela Otero Ochoa*





## DEFINICION DEL SERVICIO

- Cafetería con un ambiente que se asemeja a la sala de estar de un hogar.
- Lugar acogedor y cálido, donde se pueda leer un buen libro, conversar con amigos en compañía de un excelente menú, como si en realidad estuviera en su casa.
- Buena lectura acompañada de exquisitas bebidas y bocaditos de la mas alta calidad.



- Disposición de las instalaciones para eventos laborales como reuniones o pequeñas conferencias en un ambiente que combine la informalidad y la sobriedad que se ameritan.





# PROBLEMAS SOBRE LA IDEA DE NEGOCIO

- Poca aceptación por parte de los clientes potenciales al ser una propuesta nueva en el mercado.
- Consumo del café aún no es una cultura en nuestro país.
- Target: personas con gusto por la lectura de la literatura ecuatoriana y bebidas preparadas a base de café.
- Deterioro de libros por el contacto con los alimentos y bebidas.





# NATURALEZA Y CALIDAD DEL SERVICIO

- Producto No Perecedero.
- Bienes de Consumo por conveniencia.
- Productos con altos estándares de calidad y limpieza.



# MERCADO DE MATERIAS PRIMAS

- Proveedores de Postres listos para la venta.



- Proveedores de insumos para la preparación de los Sánduches, las Bebidas Calientes y las Bebidas Frías.





# ANALISIS DE LA DEMANDA





## Demanda estimada

- Consumidores potenciales: hombres y mujeres entre los 21 a 65 años con nivel socio económico medio, medio-alto.
- Personas que gusten de la lectura, especialmente de la literatura ecuatoriana, además de bebidas preparadas a base de café.



- La demanda será continua y va a ir creciendo conforme vaya aumentando la población.





## Base de decisión de Compra de los clientes

- Deciden en base a la relación Costo/Beneficio
- Buscan deleitar el paladar
- Buena Atención al cliente
- Ahorro de cantidad por precio







# Análisis de la Oferta



# LA OFERTA

- Amenaza de nuevos competidores.
- Se requiere de una fuerte inversión para implementar la cafetería.
- Buena aceptación de los consumidores a las cafeterías ya existentes.
- Fuerte posicionamiento de la competencia en el mercado.



# Competencia existente





## Competencia existente

- Participación del mercado

Sweet & Coffee	25%
Mc Café (Mc Donalds)	19%
Café de Tere	16%
Cafetería Casa Tosi	13%
Cafetería Juan Valdez	11%
Cafetería On the run	10%
Bopan	4%
Otras	2%





# PLANES DE EXPANSIÓN

- Expandir el servicio de Coffee Book a través de la apertura de sucursales en toda la ciudad de Guayaquil, teniendo la oportunidad de dar a conocer la calidad de atención y servicio.
- Una vez posicionado en la ciudad se abrirán sucursales en otras provincias, logrando una cobertura nacional con el fin de romper barreras y poder llegar a mercados internacionales en un futuro no muy lejano.





# Estudio Organizacional





# Misión

- Coffee Book es una cafetería temática, cuyo principal objetivo es ofrecer el mejor de los servicios a los clientes poniendo a su disposición nuestro exquisito menú acompañado de un buen libro en un ambiente placentero con un toque hogareño.





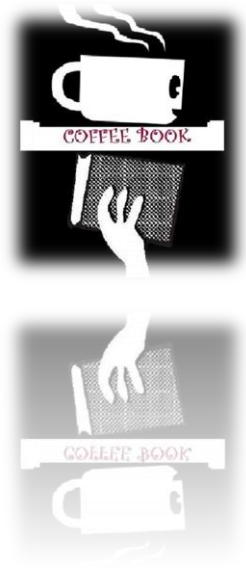
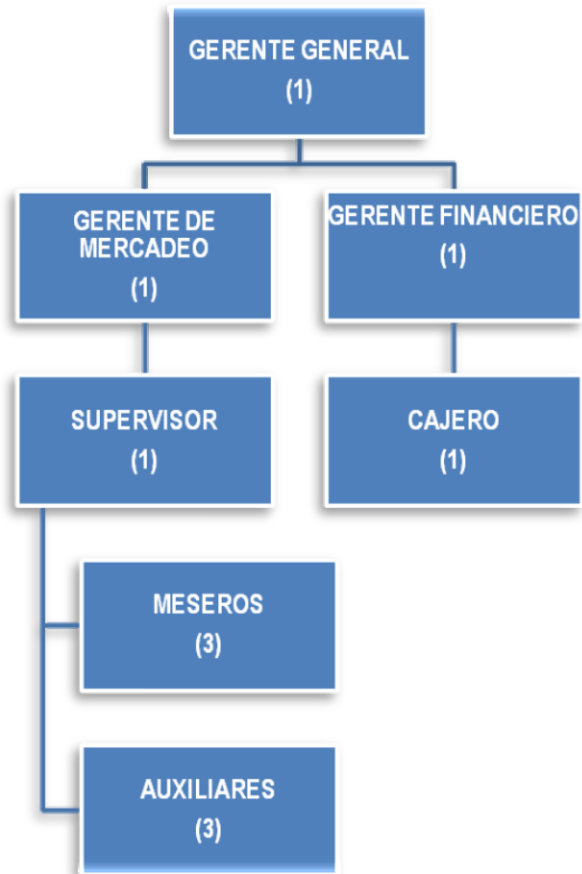
# Visión

- Ser una empresa íntegra, líder en el mercado de cafeterías, con cobertura nacional y orgullosa de aportar al crecimiento de nuestro país.





# Organigrama





# FODA

## Fortalezas

- Precios competitivos.
- Equipo de primera.
- Infraestructura moderna.
- Bajo requerimiento de personal administrativo.
- Mercado meta está conformado por las clases sociales menos afectadas por variaciones económicas.
- La calidad del servicio y el ambiente acogedor son particularidades únicas de la marca.
- Variedad de productos, tanto de sal como de dulce.





# FODA

## Oportunidades



- Incremento en el consumo per-cápita de café.
- Incremento en la visita de turistas extranjeros a la urbe.
- Regeneración urbana de la ciudadela Urdesa.
- Posibilidad de expandir a otras partes de la ciudad ya que la demanda potencial es muy amplia frente a la oferta del proyecto.





# FODA

## Debilidades

- Marca nueva.
- Al inicio solo se abastecerá al sector norte de la ciudad de Guayaquil.
- Existen varias cafeterías que brindan el servicio de bebidas frías y calientes de café en Guayaquil.





# FODA

## Amenazas

- Nuevas marcas o franquicias.
- Inseguridad (robos).
- Situación social y política inestable.
- Eliminación de subsidios.
- Campañas publicitarias agresivas por parte de competidores actuales.
- Poca aceptación de la marca por parte del mercado guayaquileño.



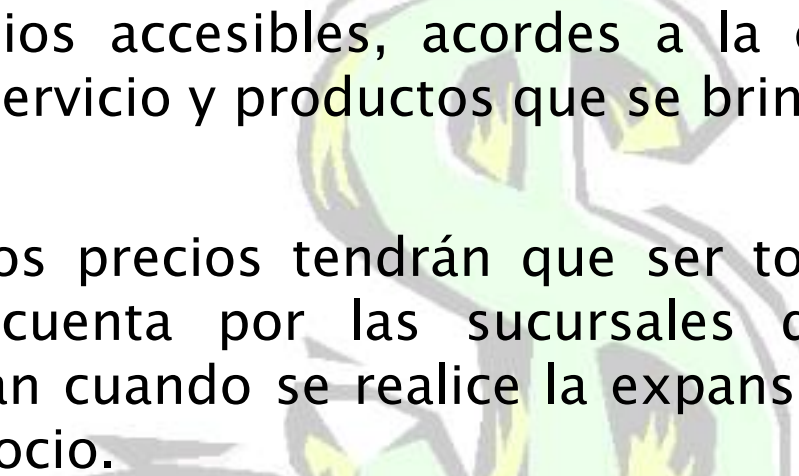


# Estudio de Mercado y su Análisis





## ANÁLISIS DEL PRECIO

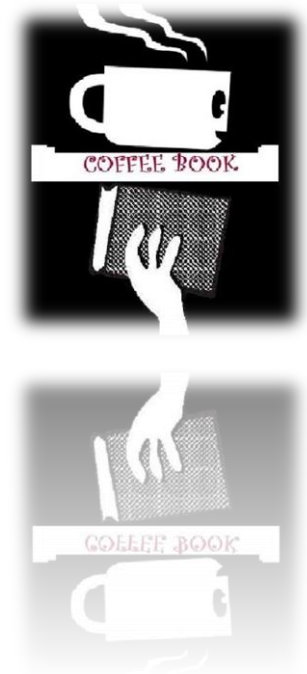
- Precios accesibles, acordes a la calidad de servicio y productos que se brindarán.
  - Estos precios tendrán que ser tomados en cuenta por las sucursales que se abran cuando se realice la expansión del negocio.
- 





## Análisis de Comercialización

- Comercialización directa, sin intermediarios.
- Relación productor-consumidor.
- Los beneficios que nos brinda este tipo de comercialización, ya que de esta manera se podrán evadir costos de venta e intermediación.







# Determinación del tamaño de la muestra

Fórmula

$$N = \frac{p * q * z^2}{D^2}$$

Donde;

P= Proporción en que la variable estudiada se da en la población.  
Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, se aplica la opción más desfavorable (0.5)

Q=1-p (0.5)

Z= Valor correspondiente a la Distribución de Gauss con un nivel de confianza del 95% (1.96). (Distribución Normal)


D= Error de estimación (0.05)

Entonces:

$$N = \frac{(0.5)(0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$N = 400$$

Es decir, que nuestra será de 400 personas.



# Descripción del Método de Obtención de Datos

- Encuesta: un método cuantitativo fácil de tabular.
- Dos maneras de realizar la encuesta:
  - Por correo electrónico.
  - Por medio de entrevistas a personas en sector Norte de la ciudad, preferencialmente en la Cdla. Urdesa.
- Encuestados: personas entre 21 y 65 años de extracto social medio-medio alto.



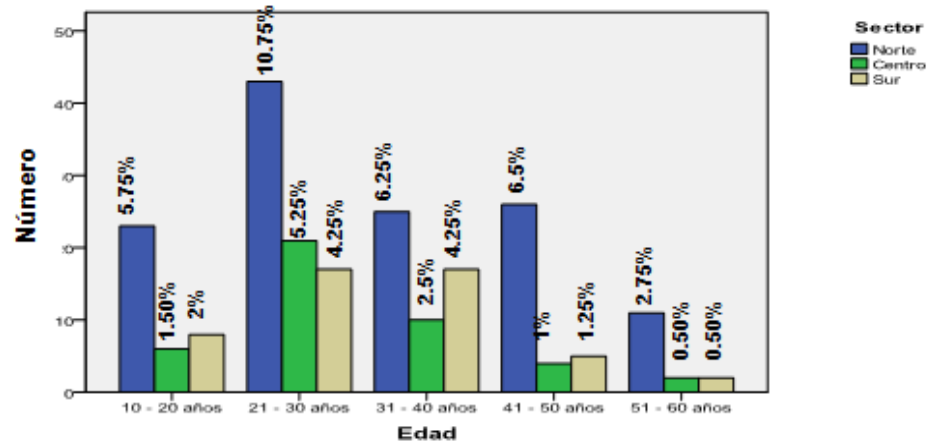


# Análisis de la Encuesta

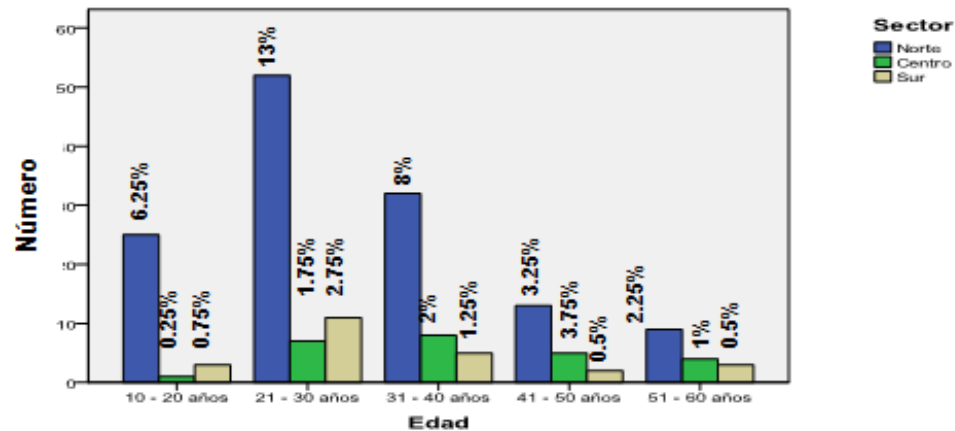


# Edad – Sector- Sexo

Sexo=Femenino



Sexo=Masculino





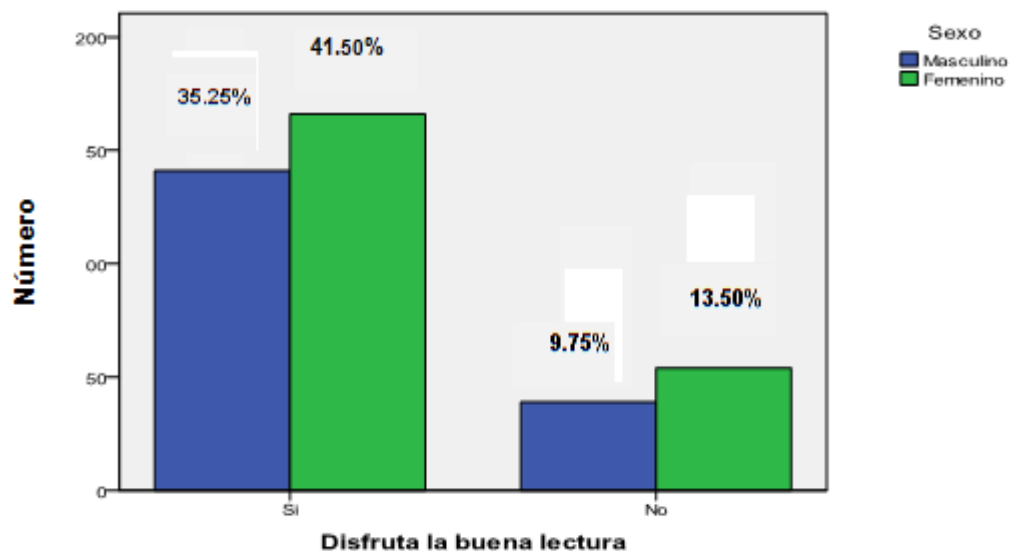
## Edad – Sector- Sexo

### Resultados

- Sector preferido: Norte.
- Consumidores potenciales: hombres y mujeres de 20-50 años aproximadamente.



# ¿Disfruta la buena lectura?

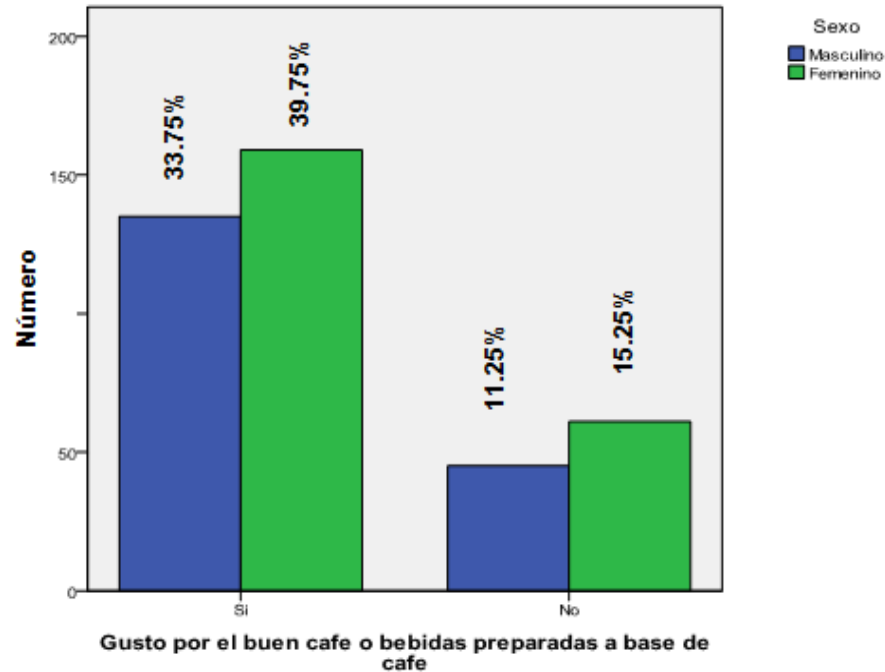


## Resultados

- El 76.8% de los encuestados gustan de la lectura, lo cual supera con más de la mitad a aquellas personas que no disfrutaban de la lectura y que solo cuentan con el 23% del total de encuestados.



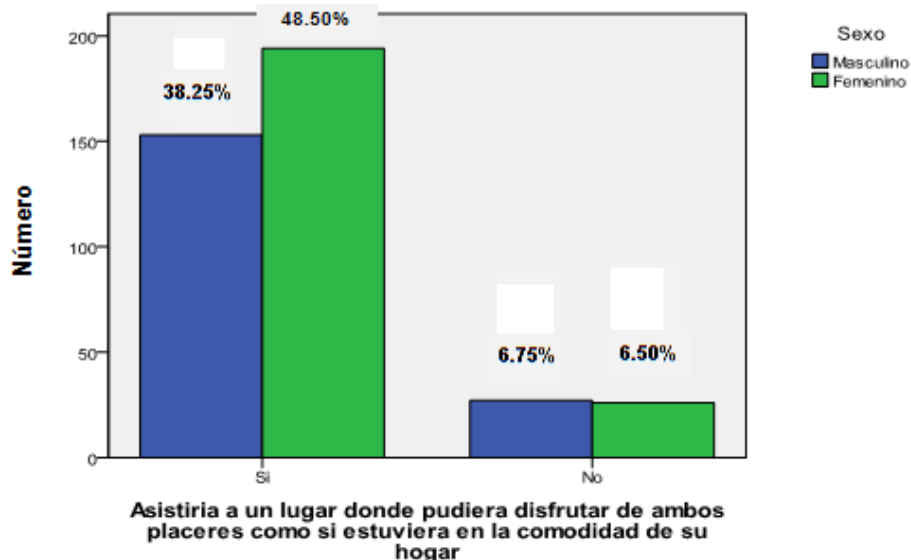
# ¿Gusto por el café ?



## Resultados

- Alta preferencia por el café por parte de los encuestados con un 73.5% como porcentaje promedio, superando al 26.5% que son aquellas personas que no gusta del café.
- El sexo femenino tiene mayor inclinación hacia las bebidas a base del café.

## ¿Asistiría a un lugar donde pudiera disfrutar de ambos placeres como si estuviera en la comodidad de su hogar ?



### Resultados

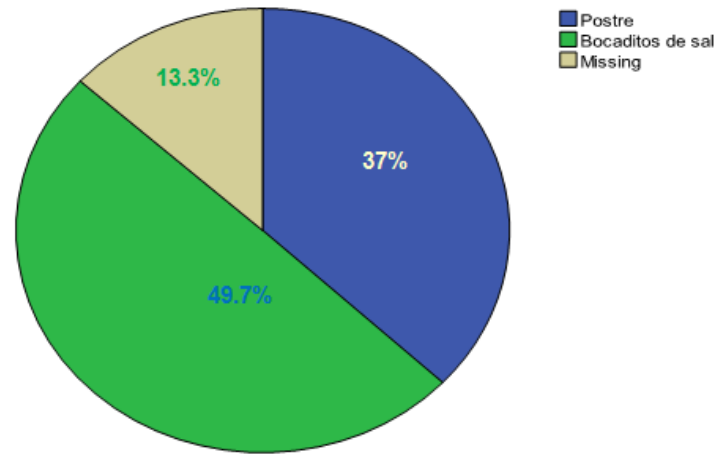
- Un 87% de las personas encuestadas está dispuesta a asistir a un lugar donde puedan disfrutar de la lectura y de un buen café junto a bocados de sal o dulce.
- La aceptación del sexo masculino es en menor proporción que el femenino puesto que el 38.25% de los encuestados que aceptarían ir son hombres y el 48.50% son mujeres.





## Al momento de tomar un café ¿con qué prefiere acompañarlo?

Al momento de tomar un café ¿con qué prefiere acompañarlo?



Fuente: Elaborado por las autoras

### Resultados

- El 37% de los encuestados optan por probar un postre mientras toman un café; un porcentaje inferior tomando en cuenta que el 49.7% de los encuestados prefieren un bocadito de sal .

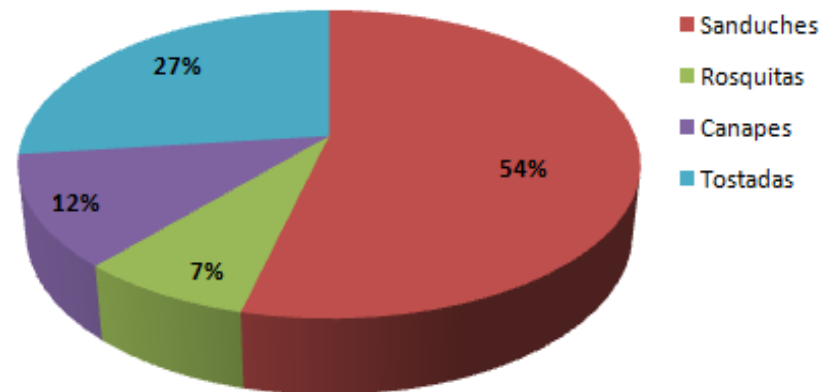




## ¿Con qué bocadito de sal prefiere acompañar su café ?



### Preferencia por bocaditos de Sal



### Resultados

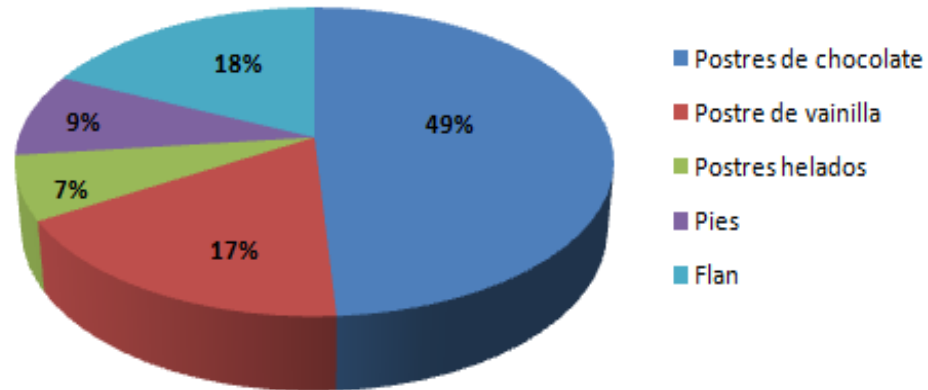
- 54% Sánduches
- 27% Tostadas
- 12% Canapés
- 7% Rosquitas





## ¿Con qué postre prefiere acompañar su café ?

### Preferencia de Postres



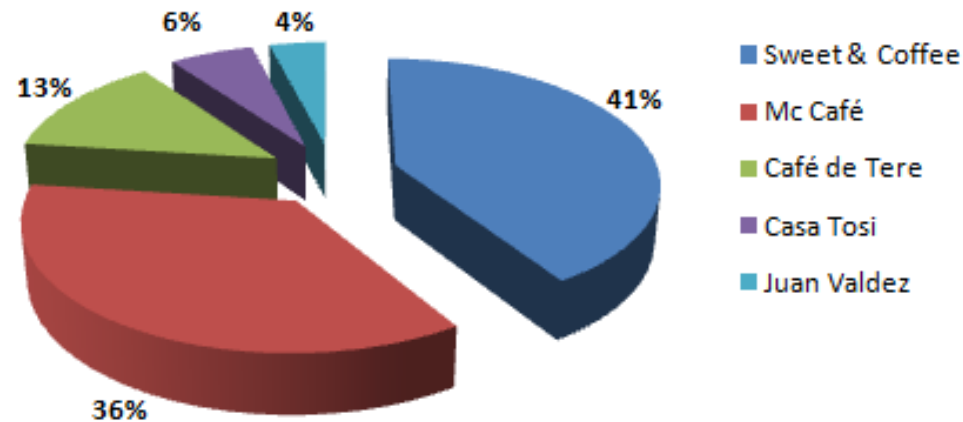
#### Resultados

- 49% Postre de chocolate
- 18% Flan
- 17% Postre de vainilla
- 9% Pies
- 7% Postres helados



## Preferencia de los consumidores por la competencia

### Preferencia por la competencia



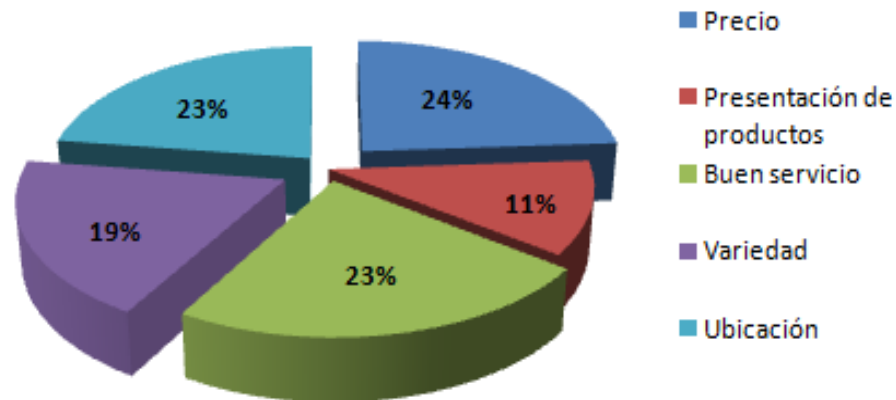
#### Resultados

- 41% Sweet & Coffee
- 36% Mc Café
- 13% Café de Tere
- 6% Casa Tosi
- 4% Juan Valdez



## Factores relevantes al momento de elegir a que lugar asistir

### Factores relevantes



### Resultados

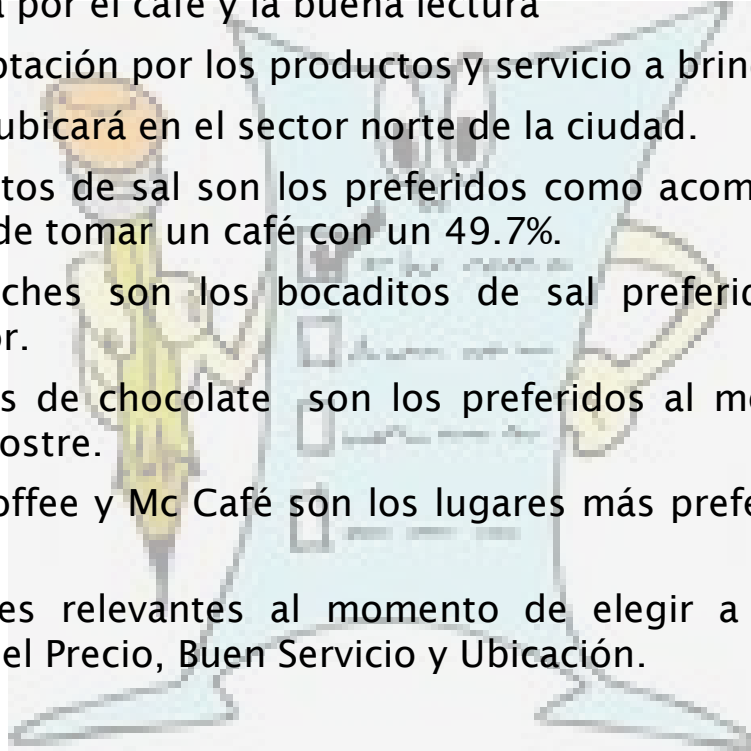
- 24% Precio
- 23% Buen servicio
- 23% Ubicación
- 19% Variedad de productos
- 11% Presentación de productos





## Conclusiones del análisis de la Encuesta

- Preferencia por el café y la buena lectura
- Buena aceptación por los productos y servicio a brindar.
- El local se ubicará en el sector norte de la ciudad.
- Los bocaditos de sal son los preferidos como acompañante al momento de tomar un café con un 49.7%.
- Los sánduches son los bocaditos de sal preferidos por el consumidor.
- Los postres de chocolate son los preferidos al momento de elegir un postre.
- Sweet & Coffee y Mc Café son los lugares más preferidos para asistir.
- Los factores relevantes al momento de elegir a que lugar asistir son el Precio, Buen Servicio y Ubicación.



# Matriz BCG



**COFFEE BOOK**

# Matriz Implicación

	<i>ALTA IMPLICACIÓN</i>	<i>BAJA IMPLICACIÓN</i>
<i>RACIONAL</i>	RACIONAL-COMPROMETIDO	RACIONAL-INDEFERENTE
<i>EMOCIONAL</i>	EMOCIONAL-COMPROMETIDO	EMOCIONAL-INDIFERENTE








# Macro y Micro segmentación

## Macro Segmentación

- Necesidades
- Tecnología
- Grupo de compradores

## Micro segmentación

- Estatus económico
  - Sexo
  - Edad
  - Actividad
  - Intereses
- 



# Fuerzas de Porter

## ENTRADA DE NUEVAS EMPRESAS

### MEDIA

- Fácil acceso a la industria
- Inversión inicial razonable

## PODER DE LOS PROVEEDORES

### ALTA

- Lealtad con otras empresas

## RIVALIDAD

### ALTA

- Competidores directos
- Ofrecen variedad de productos

## PODER DE LOS CONSUMIDORES

### ALTA

- Muchas opciones para escoger

## PRODUCTOS SUSTITUTOS

### ALTA

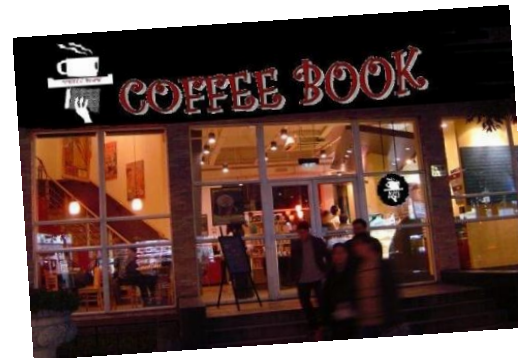
- Restaurantes
- Locales de comida rápida
- Hogar





## Marketing Mix: 4 p's

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción



# PRODUCTO

## SUGERENCIAS



Fecha: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

De dónde viene ahora: casa:  oficina:  otro:

Le agradecemos mucho por su colaboración, sus sugerencias nos ayudan a servirle cada día mejor

### PRODUCTO

Qué producto de café ordenó: \_\_\_\_\_

	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Sabor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precio por lo pedido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Qué producto de dulce o sal ordenó: \_\_\_\_\_

	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Sabor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precio por lo pedido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### SERVICIO

	SI	NO
¿Fue atendido con amabilidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Le ayudó el cajero a escoger su orden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Le sugirió el cajero algún producto en su orden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Fue atendido con rapidez?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### LOCAL

	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Limpieza interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente del local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comentarios \_\_\_\_\_

### Gracias por su colaboración

Nos gustaría conversar con ud. Para tener una comunicación mas directa, por favor incluya sus datos en esta hoja.

Nombre: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_



# PROMOCIÓN

## Coktel de apertura



Coffee Book te invita a

disfrutar de su exquisito menú conformado por una gran variedad de *bebidas* realizadas con el mejor café, sin dejar a un lado sus deliciosos *sánduches* y *postres* para todos los gustos.

Además de la diversidad de *Libros Ecuatorianos* que conforman nuestra pequeña biblioteca acondicionada para satisfacer su gusto por la buena lectura.

**Persona de contacto:**

Ma. José Herrera

**Fecha:** Sábado 13 / Marzo / 2010

**Hora:** 17:00

**Teléfono:** 042 389 749

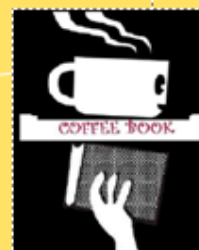
[www.coffeebook.com](http://www.coffeebook.com)

**Todo esto por cuenta de la Casa!!!!**

**Dirección:**

Urdaz - Circunvalación entre Figue y las Monjas

**Te esperamos!**





# PROMOCIÓN

## COFFEE BOOK



...ofrecer a sus clientes la más exquisita variedad en bocaditos y bebidas con un toque de originalidad y buen sabor en un espacio acogedor que combina el calor de hogar con la cultura peruana ofreciendo libros de autoría nacional de calidad...

### Especialidades de la Casa:

Aplanchado Mixto.....	\$2.00
Sanduche Vegetariano.....	\$2.50
Triple Integral.....	\$3.00
Pie Maracuyá.....	\$2.25
Canela Coffee Roll.....	\$2.00
Muffin de Manzana.....	\$2.25



Disfruta en esta temporada de invierno nuestro delicioso Frappy caramelo a sólo USD 1.50



### Dirección:

Urdgas - Circunvalación entre Fieus y las Monjas

Teléfono: 042 259 749

[www.coffeebook.com](http://www.coffeebook.com)

Te esperamos!!!



COFFEE BOOK



COFFEE BOOK



# ESTUDIO TECNICO

## Proceso de elaboración de Bebidas



## Proceso de elaboración de Sánduches



# ESTUDIO TECNICO

## Proceso de compra de Postres





# ESTUDIO TECNICO

- **Tamaño de las instalaciones** 170 metros cuadrados
- **Capacidad de diseño y Máxima** 50 personas
- **Ubicación** Zona norte de la ciudad de Guayaquil, específicamente en la Cdla. Urdesa Central.
- **Balance de Maquinarias y equipos**

CANTIDAD	OBJETO	VALOR UNITARIO \$	VALOR TOTAL \$
5	Computadoras	\$ 383,00	\$ 1.915,00
4	Escritorios	\$ 150,00	\$ 600,00
6	Sillas	\$ 45,00	\$ 270,00
1	Anaquel	\$ 180,00	\$ 180,00
1	Impresora y cartuchos	\$ 225,00	\$ 225,00
2	Teléfonos	\$ 15,00	\$ 30,00
19	TOTAL	-	\$ 3.220,00





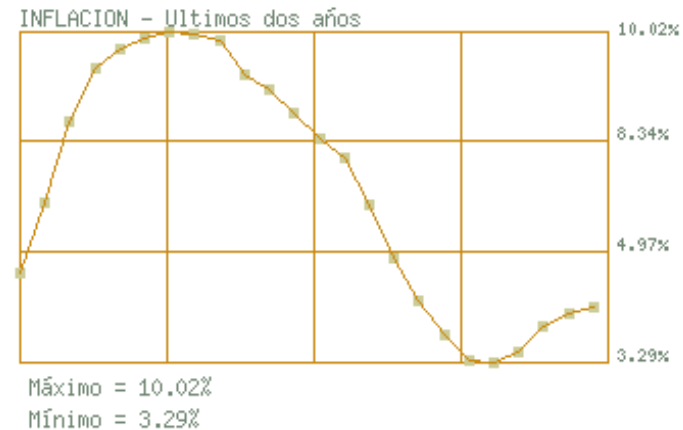
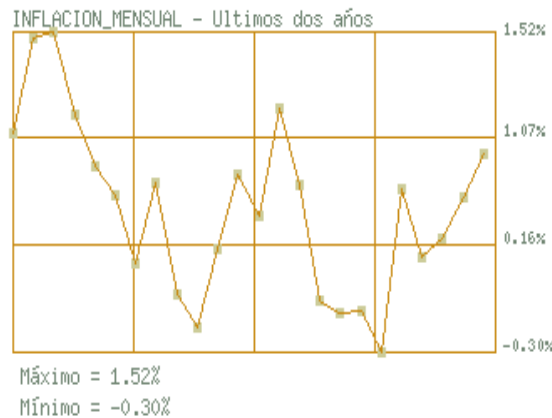
# Estudio Financiero



# Estimación de Costos

## Clasificación de los costos

- Costos Variables
  - Costos Semi-variables
  - Costos Fijos
- 
- Para realizar la proyección de los costos variables durante los siguientes 10 años se tomó en cuenta el comportamiento del índice de inflación nacional en los últimos 2 años obteniendo una tasa anual de 4,97%.





# Costos Variables

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>COSTOS VARIABLES</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	19.000,94	21.142,00	23.524,33	26.175,09	29.124,56	32.406,37	36.057,98	40.121,07	44.641,99	49.672,34
<b>SANDUCHES</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	5.137,76	5.716,70	6.360,86	7.077,62	7.875,14	8.762,53	9.749,91	10.848,54	12.070,98	13.431,16
<b>POSTRES</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	6.695,19	7.449,62	8.289,06	9.223,09	10.262,36	11.418,75	12.705,43	14.137,11	15.730,10	17.502,60
<b>BEBIDAS FRIAS</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2.871,88	3.195,49	3.555,56	3.956,21	4.402,00	4.898,03	5.449,95	6.064,06	6.747,37	7.507,68
<b>BEBIDAS CALIENTES</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	4.296,11	4.780,20	5.318,84	5.918,18	6.585,05	7.327,07	8.152,70	9.071,36	10.093,54	11.230,90





# Costos Semi-variables

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>COSTOS SEMI-VARIABLES</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54	4.900,92	5.145,97	5.403,27	5.673,43	5.957,10
<b>ENERGIA ELECTRICA</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08	3.216,23	3.377,04	3.545,89	3.723,19
<b>AGUA POTABLE</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33	1.837,85	1.929,74	2.026,22	2.127,54	2.233,91





# Costos Fijos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>COSTOS FIJOS</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	51.400,00	51.000,00	51.000,00	51.000,00	51.000,00	51.000,00	51.000,00	51.000,00	51.000,00	51.000,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00
<b>ARRIENDO</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
<b>SERVICIO TELEFONICO</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
<b>INSTRUCCIÓN Y CAPACITACION DEL PERSONAL</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.000,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
<b>GASTOS DE MARKETING</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00



# Inversiones del Proyecto

INVERSIÓN INICIAL			
CANTIDAD	INVERSION INICIAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>Inversión Utensilios</b>			
2	Máquinas cafeteras	2500,00	5000,00
1	Frigorífico	1600,00	1600,00
1	Microondas	450,00	450,00
100	Tazas	0,40	40,00
100	Platos para tazas	0,30	30,00
100	Cucharitas	0,20	20,00
100	Cucharas	0,25	25,00
50	Tenedores	0,30	15,00
50	Cuchillos	0,30	15,00
100	Platos para postres	0,45	45,00
50	Vasos de vidrio	0,40	20,00
5	Mesas	100,00	500,00
20	Sillas	45,00	900,00
15	Manteles	8,00	120,00
5	Centros de Mesa	2,50	12,50
8	Butacas	55,00	440,00
3	Muebles grandes	210,00	630,00
2	Muebles medianos	160,00	320,00
2	Mesas de centro	56,00	112,00
4	Lámparas	35,00	140,00
4	Cuadros	30,00	120,00
2	Alfombras	50,00	100,00
1	Aire Acondicionado Central	1350,00	1350,00
1	Equipo de música	600,00	600,00
Total Inversión Utensilios			12604,50
<b>Inversión Organizacional</b>			
5	Computadoras	383,00	1915,00
4	Escritorios	150,00	600,00
6	Sillas	45,00	270,00
1	Anaqueles	180,00	180,00
1	Impresora y cartuchos	225,00	225,00
2	Teléfonos	15,00	30,00
Total Inversión Organizacional			3220,00
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>			<b>15824,50</b>



## Inversión total :

- 40% será patrimonio
- 60% préstamo bancario.

# ESTUDIO FINANCIERO

## Capital de Trabajo: Método de Déficit acumulado Máximo

MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<b>INGRESO MENSUAL</b>	4.625,00	4.775,00	4.865,00	5.060,00	5.260,00	5.525,00
<b>EGRESO MENSUAL</b>	6.805,77	6.446,34	6.470,68	6.523,41	6.577,50	6.649,17
<b>SALDO MENSUAL</b>	- 2.180,77	- 1.671,34	- 1.605,68	- 1.463,41	- 1.317,50	- 1.124,17
<b>SALDO ACUMULADO</b>	- 2.180,77	- 3.852,11	- 5.457,79	- 6.921,20	- 8.238,71	- 9.362,87

MES	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>INGRESO MENSUAL</b>	5.800,00	6.090,00	6.395,00	6.780,00	7.185,00	7.900,00
<b>EGRESO MENSUAL</b>	6.723,54	6.801,96	6.884,45	6.988,57	7.098,09	7.291,46
<b>SALDO MENSUAL</b>	- 923,54	- 711,96	- 489,45	- 208,57	86,91	608,54
<b>SALDO ACUMULADO</b>	- 10.286,41	- 10.998,38	- 11.487,82	- 11.696,39	- 11.609,48	- 11.000,94

MES	Enero	Febrero
<b>INGRESO MENSUAL</b>	8.359,20	10.062,00
<b>EGRESO MENSUAL</b>	7.345,54	7.791,77
<b>SALDO MENSUAL</b>	1.013,66	2.270,23
<b>SALDO ACUMULADO</b>	- 9.987,28	- 7.717,05





# Ingresos por ventas



- Flujo Mensual

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>Productos vendidos</b>	925	955	973	1.012	1.052	1.105	1.160	1.218	1.279	1.356	1.437	1.580
<b>Sánduches</b>	324	334	341	354	368	387	406	426	448	475	503	553
<b>Postres</b>	231	239	243	253	263	276	290	305	320	339	359	395
<b>Bebidas Frías</b>	139	143	146	152	158	166	174	183	192	203	216	237
<b>Bebidas Calientes</b>	231	239	243	253	263	276	290	305	320	339	359	395
<b>Precio</b>	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
<b>Ingresos \$</b>	<b>4.625,00</b>	<b>4.775,00</b>	<b>4.865,00</b>	<b>5.060,00</b>	<b>5.260,00</b>	<b>5.525,00</b>	<b>5.800,00</b>	<b>6.090,00</b>	<b>6.395,00</b>	<b>6.780,00</b>	<b>7.185,00</b>	<b>7.900,00</b>

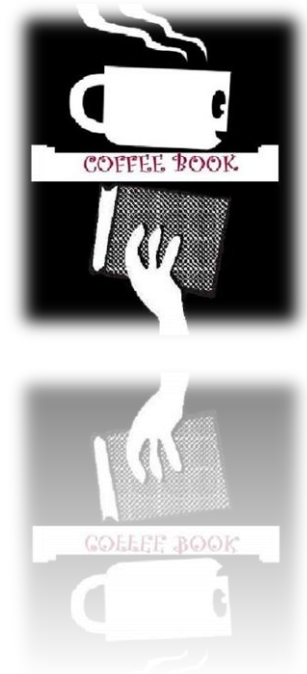
- Flujo Anual

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Productos vendidos</b>	14.052	14.895	15.789	16.736	17.740	18.805	19.933	21.129	22.397	23.741
<b>Precio Promedio</b>	5,00	5,25	5,42	5,60	5,78	5,97	6,17	6,37	6,58	6,80
<b>INGRESOS</b>	<b>70.260,00</b>	<b>78.177,04</b>	<b>85.594,01</b>	<b>93.714,65</b>	<b>102.605,74</b>	<b>112.340,35</b>	<b>122.998,53</b>	<b>134.667,89</b>	<b>147.444,37</b>	<b>161.433,01</b>

# DEPRECIACIÓN Y VALOR DE DESECHO

- Coffee Book cuenta con equipos y muebles que serán tomados en cuenta para realizar la depreciación y para calcular el valor de desecho al final del periodo de evaluación.
- Se ha trabajado bajo el Método lineal de depreciación y se han establecidos los valores por Depreciación anual y por Reposición de la maquinaria.

$$Dep..LinealAnual = \frac{CostodeAdquisición - Valor Residual}{VidaUtil}$$



# FLUJO DE CAJA

## Tasa de descuento

- **Riesgo país=** El cual en la actualidad está en 818 puntos lo que equivale al 8,18%.
- **Rf=** Es la tasa libre de riesgo (Bonos del Tesoro EEUU) equivalente al 5.2%
- **B=** Coeficiente de riesgo del sector servicios , el cual es de 0.77
- **Rm=** Tasa de Rentabilidad del Mercado que equivale a 11%
- **Re=** Costo de capital propio
- **Re=**  $Rf + B (Rm - Rf) + \text{RIESGO PAIS}$

<b>Rd</b>	<b>10%</b>
<b>Rf</b>	<b>5,20%</b>
<b>Rm</b>	<b>11,00%</b>
<b>Beta</b>	<b>0,77</b>
<b>Riesgo País</b>	<b>8,18%</b>
<b>Re</b>	<b>17,85%</b>
<b>PPCC</b>	<b>13,14%</b>

<b>Patrimonio</b>	<b>40%</b>
<b>Deuda</b>	<b>60%</b>



# FLUJO DE CAJA

## Amortización de la Deuda

Inversión inicial	\$	15.824,50
Capital de trabajo	\$	11.696,39
Total	\$	27.520,89
Valor a financiar (60%)	\$	16.512,53

CUOTA	SALDO	PAGOS	INTERESES	CUOTA
0	16.512,53			
1	14.861,28	1.651,25	165.125,33	166.776,59
2	13.210,03	1.651,25	148.612,80	150.264,05
3	11.558,77	1.651,25	132.100,27	133.751,52
4	9.907,52	1.651,25	115.587,73	117.238,99
5	8.256,27	1.651,25	99.075,20	100.726,45
6	6.605,01	1.651,25	82.562,67	84.213,92
7	4.953,76	1.651,25	66.050,13	67.701,39
8	3.302,51	1.651,25	49.537,60	51.188,85
9	1.651,25	1.651,25	33.025,07	34.676,32
10	0,00	1.651,25	16.512,53	18.163,79



# FLUJO DE CAJA

## Análisis de Factibilidad del Proyecto



VAN

VAN (Proyecto Puro)	27.204,01
VAN (Proyecto del Inversionista)	1.731,38



TIR

TIR (Proyecto Puro)	24%
TIR (Proyecto del Inversionista)	14%





# FLUJO DE CAJA

## PAYBACK PERIOD



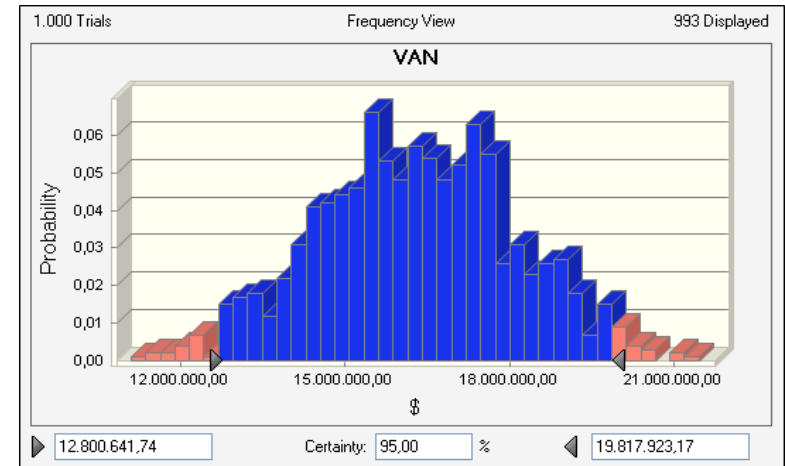
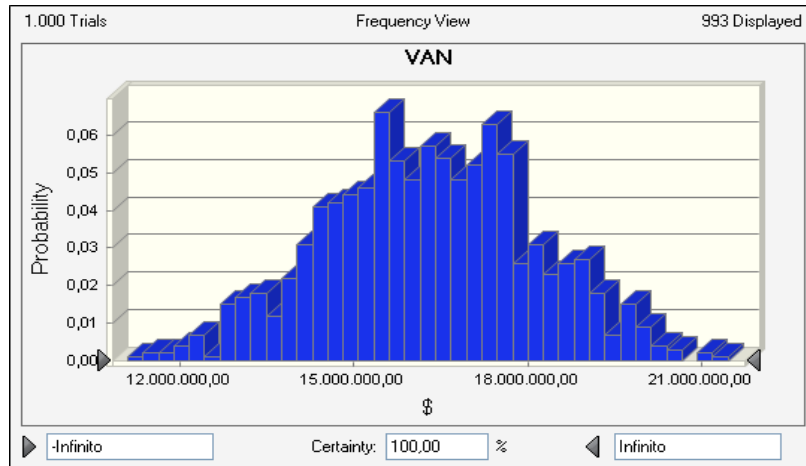
PERIODO DE RECUPERACION DESCONTADO DEL FLUJO DE CAJA PURO											
<b>FLUJO DE CAJA</b>	-	-									
	27.433,98	3.980,94	2.003,03	4.838,78	6.276,63	10.972,51	9.798,57	19.213,88	21.906,20	28.633,70	43.410,73
<b>FLUJO DESCONTADO</b>	-	-									
	27.433,98	3.522,95	1.772,60	4.282,10	5.554,54	9.710,19	8.671,30	17.003,43	19.386,02	25.339,56	38.416,57
<b>FLUJO DSTDO. ACUMULADO</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	27.433,98	30.956,94	29.184,34	24.902,24	19.347,69	9.637,51	966,21	16.037,22	35.423,24	60.762,80	99.179,38
			<b>PRD:</b>	<b>2,77</b>	<b>años</b>						

PERIODO DE RECUPERACION DESCONTADO DEL FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA											
<b>FLUJO DE CAJA</b>	-	-									
	43.946,52	5.632,19	327,78	3.172,41	4.609,50	9.304,59	8.129,81	17.544,25	20.235,65	26.962,19	41.738,20
<b>FLUJO DE CAJA DESCONTADO</b>	-	-									
	43.946,52	4.984,24	290,07	2.807,44	4.079,20	8.234,15	7.194,52	15.525,88	17.907,65	23.860,34	36.936,46
<b>FLUJO DE CAJA DSTDO. ACUMULADO</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	43.946,52	48.930,76	48.640,68	45.833,25	41.754,04	33.519,89	26.325,37	10.799,49	7.108,17	30.968,51	67.904,97
			<b>PRD:</b>	<b>1,10</b>	<b>años</b>						





## Análisis de Sensibilidad del Proyecto



- Como se puede apreciar en los gráficos generados con el 100% y 95% en el margen el Valor Actual Neto va a seguir siendo positivo a pesar de ciertos cambios que puedan ocurrir en el proyecto.





## Conclusiones

- Coffee Book tendrá una muy buena aceptación en el mercado ya que en la ciudad no muchos lugares que brinden un servicio original dentro de un negocio tradicional, así como también opciones variadas para satisfacer a todos los consumidores.
- Después de realizar las encuestas pudimos constatar que casi el 80% de los encuestados estuvieron a favor por la apertura de una cafetería con estas características.
- El sector más apropiado para ubicar una cafetería es en el norte de la ciudad por lo que el lugar donde se piensa implementar el negocio será en la Cdla. Urdesa entre Ficus y Las Monjas .
- La implementación de Coffee Book en la ciudad de Guayaquil es viable







## Recomendaciones

- Para que el negocio se mantenga como líder en el mercado, se recomienda realizar constantes cambios en los equipos, para que de esta los consumidores se sientan satisfechos con el servicio y sigamos siendo la primera opción en sus mentes.

