

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA**  
**ADMINISTRACION**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UN CAFÉ-BAR EN**  
**LA CIUDAD DE CUENCA, SECTOR COLISEO MAYOR**

**Proyecto de Investigación previo**  
**a la obtención del Título de**  
**Ingeniería Comercial**

**DIRECTOR: ECONOMISTA FERNANDO MALDONADO**

**AUTOR: JUAN ESTEBAN MERCHAN SARMIENTO**

**CUENCA-ECUADOR**

**2006**

# **RESPONSABILIDAD**

**Los conocimientos e ideas vertidos en este trabajo son de absoluta  
responsabilidad del autor**

**Juan Esteban Merchán**

## **DEDICATORIA**

**Con todo mió amor y cariño a mis padres Víctor Merchán y Teresa Sarmiento por el apoyo incondicional que me han brindado en todo momento, a mi hermano por el ánimo y respaldo que recibo siempre y a mi familia por su amor.**

## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS, Tu mano y bendición que nunca se apartó de mi vida,  
quien por Su amor y soberanía permite que siga adelante, gloria y  
honra a Ti siempre

Gracias a mi director de este estudio Economista Fernando  
Maldonado por brindar su conocimiento y experiencia en el  
desarrollo de este proyecto

Gracias a todos quienes colaboraron con sus aportes e información  
muy valiosa.

## ABSTRACTO

El proyecto café-bar para la ciudad de Cuenca, dentro del sector del Coliseo Mayor, tiene como fin ofrecer a los moradores de esta vecindad y al público en general de toda edad, un lugar agradable y acogedor en donde puedan servirse productos alimenticios de calidad a precios módicos mientras son atendidos con un estilo de servicio amigable y distinguido. El presente estudio realiza una investigación de mercado, lo que comprende analizar la oferta y la demanda para ese producto dentro de esa zona, un estudio técnico, en donde se analiza las características del producto, sus procesos, los equipos necesarios y la infraestructura del local, además cuenta con un estudio financiero, que abarca analizar la inversión, el financiamiento y sus posibles ingresos y egresos.

## SUMMARY

The Project café-bar for the city of Cuenca, for the area where the Major Coliseum is located, has as its main objective to offer to the people of the vicinity and to the general public of all ages, a comfortable and cozy place where they can serve themselves nutritious and quality products at reasonable prices, giving them a friendly and distinguished service clientele. The present study carries out an investigation of the market, which comprehends the demand and what is offered to the public at present, a technical study where the product, its processes, the necessary equipment and the infra structure is analyzed and also a financial study which contains a study of its financing, the investment and its possible earnings and expenses.

# INDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO 1 Descripción de la Empresa</b>	
1.1 Concepto de la Empresa.....	3
1.2 Principios.....	4
1.3 Misión.....	4
1.4 Visión.....	4
1.5 F.O.D.A. ....	4
<b>CAPITULO 2 Estudio de Mercado</b>	
2.1 Objetivos del Estudio de Mercado.....	5
Análisis de la Oferta.....	5
2.2 Determinación y Proyección de la Demanda.....	7
2.2.1 Análisis de la Demanda.....	7
2.2.2 Determinación del Mercado Actual.....	7
2.2.3 Proyección de la Demanda.....	23
<b>CAPITULO 3 Estudio Técnico</b>	
3.1 Objetivos Generales.....	31
3.2 Localización del Proyecto.....	31
3.3 Infraestructura.....	32
3.4 Selección de Equipos.....	35
3.5 Ingeniería de Procesos.....	37
3.5.1 El Producto en el Mercado.....	37
3.5.2 Definición y Descripción del Producto.....	38
3.5.3 Ingeniería de Procesos.....	40
3.5.4 Análisis de Costos Unitarios.....	52

## **CATITULO 4** Estudio Financiero

4.1 Inversión.....	<b>53</b>
4.2 Financiamiento.....	<b>55</b>
4.3 Ingresos.....	<b>55</b>
4.4 Análisis de la Inversión.....	<b>56</b>
4.4.1 Cálculo de la Tasa Interna De Retorno.....	<b>56</b>
4.4.2 Cálculo del Valor Actual Neto.....	<b>56</b>
4.5 Costo de Capital.....	<b>58</b>
4.6 Recuperación de la Inversión.....	<b>59</b>
4.6 Conclusiones y recomendaciones.....	<b>60</b>

Bibliografía

Anexos

# Introducción

La ciudad de Cuenca o conocido también como Atenas del Ecuador se ha destacado por sus deportistas a lo largo del tiempo. Es común ver por las mañanas a personas trotando o los fines de semana a amigos practicando deporte en los diversos parques de la ciudad. La salud física como mental es indispensable para el buen desarrollo del ser humano, razón por la cual se ha considerado esta condición para poder brindar a los personas un lugar acogedor en donde puedan servirse alimentos nutritivos y deliciosos.

Con esta visión, se ha visto interesante realizar un proyecto de factibilidad de un café-bar en la ciudad de Cuenca, sector Coliseo Mayor. El trabajo de investigación tiene tres capítulos para alcanzar a identificar, analizar y cuantificar sus parámetros.

Iniciando con un estudio de mercado, el cual nos permite identificar un mercado potencial, a cuantificar los posibles consumidores y a analizar a la competencia. A continuación de la investigación, se procede con un estudio técnico con el fin de determinar la ingeniería de procesos, el producto en el mercado y la maquinaria necesaria entre otros temas indispensables conocer para la realización del proyecto. Por último, se realiza un estudio financiero para determinar la inversión requerida, su rentabilidad en caso de haberlo y los costos que implica emprender el proyecto.

El café-bar o como se conocerá con el nombre de “Juice Bar” ofrecerá comida ligera para consumidores que desean servirse algo nutritivo y rápido.

El objetivo de la empresa no es solamente producir un servicio con fines de lucro, sino ir mas allá de las expectativas del consumidor y hacer una contribución a la sociedad porque si le proporcionamos satisfacción real a lo clientes, seremos rentables.

Mediante la investigación, se lograra identificar las fortalezas y debilidades del proyecto con el fin de poder hacer frente a la competencia y alcanzar un crecimiento y así poder mantenerse en el mercado.

El desarrollo económico de nuestro país se debe de gran manera a las pequeñas y medianas empresas, razón por la cual esta empresa tiene que optimizar los recursos disponibles para poder surgir dentro de la misma. Para eso, de los tres componentes que mueva a una empresa siendo las personas, los productos y las utilidades, se debe dar prioridad indudablemente a las personas, luego los productos y en tercer lugar las utilidades, fijando las utilidades razonablemente sin exagerar.

# Capítulo 1

## Descripción del proyecto

### 1.1 Concepto de la empresa.

Juice-bar es una empresa de servicios que se dedicara a la preparación y venta de bebidas de extracto de jugos, batidos, café, tea y sándwiches. Además ofrecerá una variedad de postres y tres sabores de helados de cono. Estará ubicado en la parroquia de El Batán, sector Coliseo Mayor, frente a la federación deportiva del Azuay en la avenida 12 de Abril 6-139 y Floreana.

El local cuenta con un espacio físico de 160 metros cuadrados, con 8 metros de frente y 20 metros de fondo, en donde se podrá atender entre 30 y 40 personas a la vez.

Este sector es una zona al que frecuenta una gran cantidad de deportistas de toda edad y en donde también se celebra una variedad de eventos, shows y conciertos.

Se desea cubrir un segmento de mercado de clientes insatisfechos que buscan servirse alimentos sanos ya que actualmente existe poca variedad.

Se ha visto la necesidad de entrar al mercado debido a que personas que frecuentan el coliseo mayor por lo general luego de realizar sus actividades cualquier que esta sea, es común que deseen servirse algo de beber o comer.

Podemos decir que existe un mercado potencial, razón por la cual se ha visto la oportunidad de crear este proyecto.

## 1.2 Sus Principios

- Calidad
- Servicio al cliente
- Respeto
- Honestidad
- Eficiencia
- Trabajo en equipo
- Ética

## 1.3 Misión

Crear una atmósfera amistosa en donde el cliente se sienta a gusto al servirse nuestro producto de calidad a un precio módico y justo.

## 1.4 Visión

Consolidarnos en el mercado al servir con excelencia nuestros productos proporcionando a la comunidad superioridad en todo lo que emprendemos.

## 1.5 F.O.D.A.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Ubicación estratégico Local propio Acceso fácil para la materia prima Espacio físico amplio Zona acogedor	Negocio nuevo No tener posicionamiento en el mercado Materia prima perecible No tener experiencia en el mercado
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Único en la zona con tales servicios Gente preocupada por su salud Frecuentes eventos deportivos, conciertos y show	Posible competencia en el futuro

# Capítulo 2

## Estudio de Mercado

### 2.1 Objetivo del estudio de mercado

El objetivo general del estudio de mercado consiste en determinar el comportamiento del consumidor frente a un bien o servicio expuesto en el mercado y estimar la cuantía que el está dispuesto a adquirir en caso de ser aceptado a un precio determinado.

Los objetivos específicos del estudio de Mercado son:

- Orientar mi servicio y empresa al cliente
- Identificar el mercado potencial al cual se va explotar
- Ratificar la existencia de una necesidad en el mercado
- Establecer la cantidad de unidades de producto, que la comunidad estaría dispuesto a consumir y por ende nosotros a producir
- Identificar gustos, preferencias, tendencias, deseos y necesidades del consumidor
- Brindar un mejor servicio del que ofrece la competencia.

### 2.2 Análisis de la Oferta

Actualmente, en el área de nuestro mercado no existe una competencia directa que sirva todos los productos que estamos dispuestos a ofrecer. Los productos similares son:

## Productos similares que ofrece la competencia

Establecimiento Juice Bar	La competencia				
	La europea	Restaurante Vegetariano El Paraíso	Don Pizza	Monte Bianco	El Pan panadería
<b>Productos que ofreceremos</b>					
Jugos de extracto de frutas	no ofrece	<b>si ofrece \$0.70</b>	<b>si ofrece \$0.85</b>	No ofrece	no ofrece
Ensalada de frutas	no ofrece	<b>si ofrece \$1.00</b>	no ofrece	no ofrece	no ofrece
Sándwiches de pollo/jamón/salami	<b>si ofrece \$2.75</b>	no ofrece	<b>si ofrece \$2.95</b>	no ofrece	no ofrece
yogur	no ofrece	<b>si ofrece \$0.80</b>	No ofrece	No ofrece	<b>si ofrece \$1.50 ltro.</b>
Helado de cono	no ofrece	no ofrece	no ofrece	<b>Si ofrece \$0.60</b>	no ofrece
Tostadas	no ofrece	<b>si ofrece \$0.50</b>	No ofrece	No ofrece	<b>si ofrece \$0.50</b>
Batidos	no ofrece	<b>si ofrece \$0.80</b>	No ofrece	<b>Si ofrece \$1.40</b>	no ofrece
Café / te	no ofrece	<b>si ofrece \$0.40</b>	<b>Si ofrece \$0.75</b>	<b>Si ofrece \$0.60</b>	<b>si ofrece \$0.40</b>
Postres y humitas	no ofrece	<b>si ofrece \$0.50</b>	No ofrece	<b>si ofrece \$0.60</b>	<b>si ofrece \$0.60</b>

### Ubicación de la competencia.

- La Europea: Remigio Crespo y Lorenzo Piedra Esquina
- Restaurante Vegetariano El Paraíso: Remigio Crespo Antonio Tamariz, junto a la pista de bicicletas.
- Don Pizza: Ave. 12 de Abril y Unidad Nacional, esquina.

- Monte Bianco: Unidad Nacional y Ave. Ordóñez Lazo, sector Zona Rosa.
- El Pan Panadería: Ave. 12 de Abril y Floreana, frente al Coliseo Mayor.

Nuestra competencia cuenta con ciertas ventajas al estar ya establecido en el mercado por muchos años, por lo tanto nos costara trabajo llegar a los clientes, debido a la inseguridad que representa los cambios para las personas.

Sin embargo, todo cliente busca satisfacer necesidades y lo que el cliente espera de nosotros es que le complazcamos.

## **2.3 Determinación y proyección de la Demanda**

### **2.3.1 Análisis de la Demanda:**

A través del análisis de la demanda se tratara de cuantificar la necesidad del producto y determinar la factibilidad del proyecto dentro del sector Coliseo Mayor; parroquia El Batan.

Para tal efecto, se ha diseñado una encuesta basada en 8 preguntas que nos permitirá estimar la posible demanda entre otros factores que serán analizados a continuación.

### **2.3.2 Determinación del Mercado actual:**

Para determinar la demanda por el servicio del café-bar, se ha considerado a la población de la zona, a los deportistas inscritos en la federación deportiva del Azuay y a personas que frecuenta al coliseo mayor debido a eventos inter- escolares, programas, conciertos y a los deportistas habituales.

**- Población de la zona.**

De acuerdo a los datos del INEC del Censo del año 2001.

Parroquia El batan Zona 25 sector 1, 2, 3, 5,6

Parroquia Sucre Zona 26 sector 1, 2,3

Representan un total de 3000 personas

**- Deportistas inscritos en la F.D.A.**

Existen 15 tipos de deportes que se puede practicar en el Coliseo Mayor de acuerdo la Federación deportiva del Azuay que son las siguientes:

Ajedrez	Lucha olímpica
Andinismo y escalada	Natación
Baloncesto	Racquetball
Boxeo	Squash
Fútbol	Tenis de campo
Judo	Tiro de arco
Karate	Volleyball
Levantamiento de pesas	

Según los datos de la F.D.A., acuden aprox. 500 deportistas al mes al Coliseo Mayor para sus entrenamientos a las disciplinas señalados en el cuadro.

**Eventos ínter escolares, programas, conciertos y deportistas habituales.\_**

Se realiza alrededor de 6 conciertos, 3 eventos ínter escolares y varios programas deportivos anuales dentro del coliseo, se ha considerando que cada mes acuden unos 500 personas como mínimo.

Total:

Habitantes del sector Coliseo Mayor	3000
Deportistas activos	500
Eventos dentro del Coliseo	<u>500</u>
	4000

Con una población total de 4000, se calculo el tamaño de la muestra con la siguiente formula:

### Tamaño de la Muestra.

$$n = \frac{N \cdot s^2 \cdot t^2}{(s^2 \cdot t^2 + N_{(-1)} \cdot e^2)} \quad s = p \cdot q \quad e = 1 - \text{nivel confianza}$$

Datos para la muestra

t=	1.90	Nivel de confianza
t2=	3.61	
N=	4.000	Población total
p=	0.50	Probabilidad
q=	0.50	No probabilidad
N-1	3999	
s=	0.25	
e=	0.057	Margen de error
e <sup>2</sup> =	0.0033	

t	1,9
nivel confianza	0,943
e	0,057
p	0,5
q	0,5
N=	4.000
N <sub>(-1)</sub>	3.999
s=	0,25
t <sup>2</sup> =	3,61
e <sup>2</sup> =	0,0033
n =	256

Se preparo 256 encuestas para el estudio de mercado con el objetivo de determinar la factibilidad del proyecto, tendencias de los consumidores, análisis de la competencia y además para poder realizar las proyecciones respectivas para el estudio del proyecto.

A continuación, tenemos el formato y análisis de los resultados de la encuesta. Las siguientes preguntas nos ayudaran a conocer el mercado potencial y las exigencias de los consumidores, de manera que nos permite tener un perfil más amplio de lo que el consumidor exige.

## ENCUESTA JUICE BAR

Hola, somos estudiantes de la Universidad del Azuay y queremos analizar la posible demanda de nuestro servicio en el mercado. Se trata de un establecimiento que ofrecerá bebidas de extracto de frutas, yogures, batidos, café, sándwiches fríos, helados y postres en el sector Coliseo Mayor. ¿Podría usted colaborar contestando las siguientes preguntas por favor?

### EDAD:

- \_\_\_ Menos de 20
- \_\_\_ entre 20 a 30
- \_\_\_ entre 30 a 40
- \_\_\_ mas de 40

### SEXO:

- \_\_\_ masculino
- \_\_\_ femenino

1\_ ¿Con que frecuencia usted visita un establecimiento que ofrece los productos mencionados? Escoja una solo opción.

- \_\_\_ Nunca
- \_\_\_ # de veces a la semana
- \_\_\_ # de veces al mes

**Porque**, en caso de responder **nunca**:

-----

2\_ ¿Cual es su lugar preferido al momento de consumir estos tipos de productos?

-----

3\_ ¿Cuando va a un establecimiento que sirva estos tipos de productos, cual de estas acostumbra servirse?

- \_\_\_ Bebida de extracto de fruta
- \_\_\_ Yogurt
- \_\_\_ Batido

- \_\_\_ Sándwiches fríos
- \_\_\_ Tostadas
- \_\_\_ Postres
- \_\_\_ Helado de cono
- \_\_\_ Café o te
- \_\_\_ Ensalada de frutas

4\_ ¿Cual de las siguientes opciones considera usted importante al elegir un local para servirse comida de este tipo? Elija máximo 3 por favor.

- \_\_\_ precios razonables
- \_\_\_ Ambiente agradable
- \_\_\_ Calidad en comida
- \_\_\_ Higiene y limpieza
- \_\_\_ Ubicación
- \_\_\_ Buena atención (rápida y amable)
- \_\_\_ Imagen del establecimiento
- \_\_\_ Otros            Especifique \_\_\_\_\_

5\_ ¿Cuanto acostumbra gastar únicamente usted sin considerar el consumo de los demás cuando visita un café-bar?

- \_\_\_ \$1
- \_\_\_ \$2
- \_\_\_ \$3
- \_\_\_ \$4
- \_\_\_ \$5
- \_\_\_ mas de \$5
- \_\_\_ mas de \$10

6\_ ¿Esta usted satisfecho con los establecimientos en Cuenca que sirven este tipo de comida?

- \_\_\_ Si    \_\_\_ No    (en caso de responder **no**, especifique la razón).

---

7\_ ¿En caso que hubiese un establecimiento que ofreciera los productos expuestos en el sector Coliseo Mayor, acudiría usted?

\_\_\_ Si      \_\_\_No

En caso de responder **si**, cuantas veces iría:

\_\_\_ # de veces a la semana      \_\_\_# de veces al mes

8. ¿Que producto y/o servicio adicional le gustaría que ofrezca este tipo de establecimiento?

---

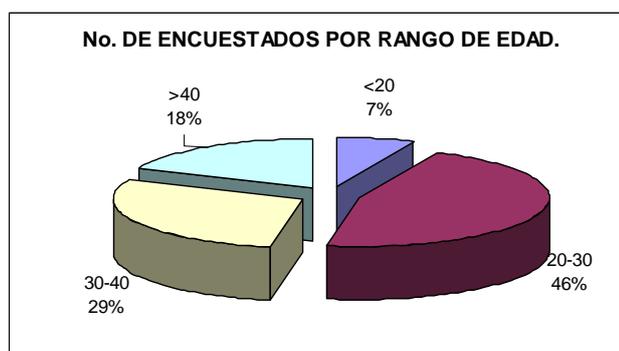
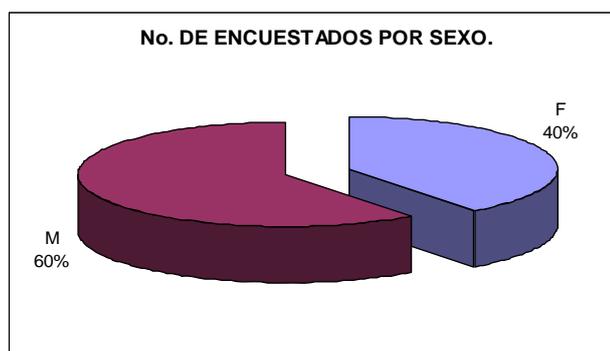
## Análisis de los resultados de la encuesta

### Estadísticas Básicas:

EDAD	SEXO		Cuenta de #		Total # Encuestas	Total Cuenta de #
	# Encuestas		F	M		
<20	7	10	2,73%	3,91%	17	6,64%
20-30	52	66	20,31%	25,78%	118	46,09%
30-40	30	44	11,72%	17,19%	74	28,91%
>40	13	34	5,08%	13,28%	47	18,36%
Total general	102	154	39,84%	60,16%	256	100,00%

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



El propósito es conocer los tipos de personas que acuden al sector Coliseo Mayor con el fin de analizar la demanda. De acuerdo a los resultados, observamos que un 46% de los encuestados oscila entre la edad de 20 a 30 años de edad.

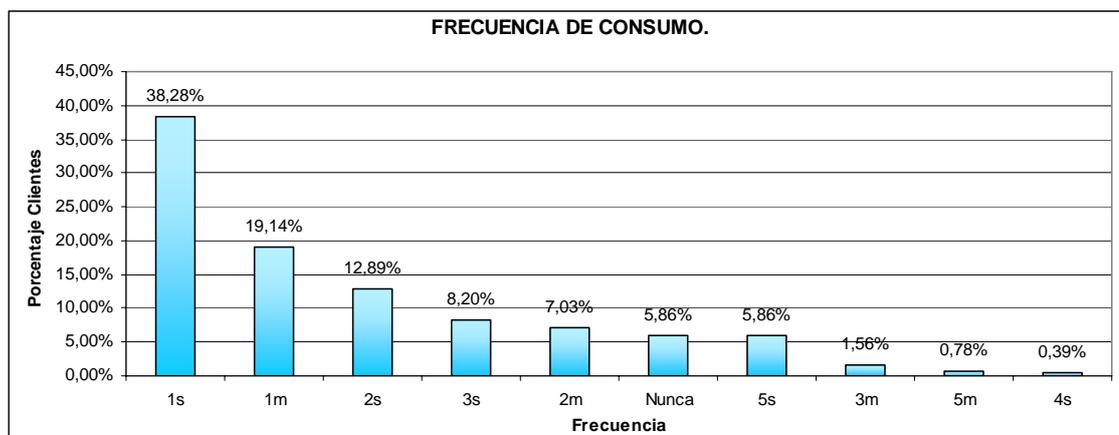
## Pregunta no. 1

¿Con que frecuencia usted visita un establecimiento que ofrece los productos mencionados?

R1	Datos	
	# Encuestas	Cuenta de #
1sem.	98	38,28%
1mes	49	19,14%
2sem.	33	12,89%
3sem.	21	8,20%
2mes	18	7,03%
Nunca	15	5,86%
5sem.	15	5,86%
3mes	4	1,56%
5mes	2	0,78%
4sem.	1	0,39%
Total general	256	100,00%

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



El objetivo de esta pregunta es conocer el hábito de compra del consumidor. Notamos que un 38.28% frecuenta una vez a la semana. Ya que las encuestas se llevaron a cabo solo los fines de semana se puede concluir que los fines de semana será cuando se deba mantener el local con un “stock” o inventario suficiente para satisfacer la demanda.

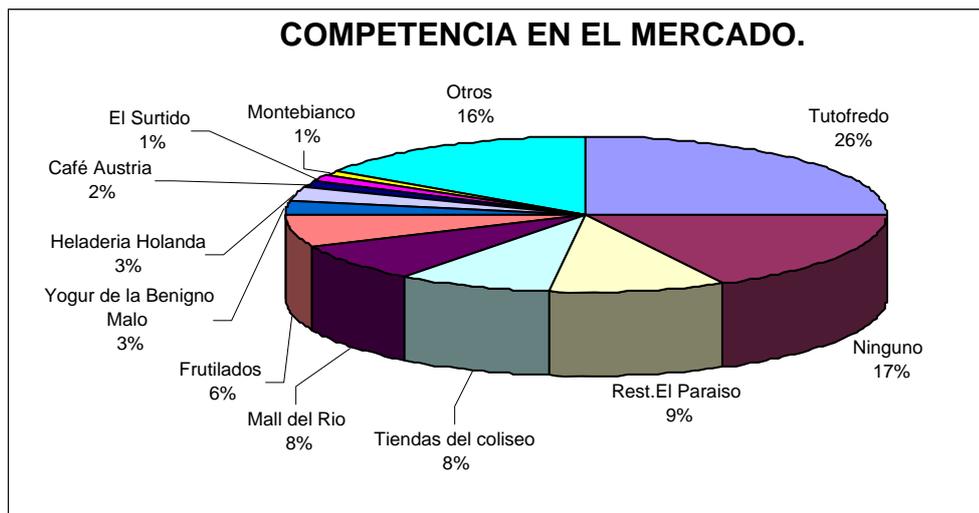
## Pregunta no. 2

¿Cual es su lugar preferido al momento de consumir estos tipos de productos?

R2	Datos	
	# Encuestas	%
Tutofredo	65	25,39%
Ninguno	44	17,19%
Rest.El Paraiso	24	9,38%
Tiendas del coliseo	21	8,20%
Mall del Rio	21	8,20%
Frutilados	16	6,25%
Yogur de la Benigno Malo	8	3,13%
Heladeria Holanda	7	2,73%
Café Austria	4	1,56%
El Surtido	3	1,17%
Montebianco	3	1,17%
Otros	40	15,63%
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



Se pretende conocer los lugares donde frecuenta los consumidores al momento de adquirir dichos productos. A pesar que no existe una heladería Tutto freddo en esta zona, un 25,39% acostumbra ir allá y un 17,19% no tiene preferencia. Podemos concluir que aunque la heladería Tutto Freddo esta bien posicionado en el mercado, existe una cantidad considerable que no tiene preferencia, permitiéndonos alcanzar estos consumidores potenciales.

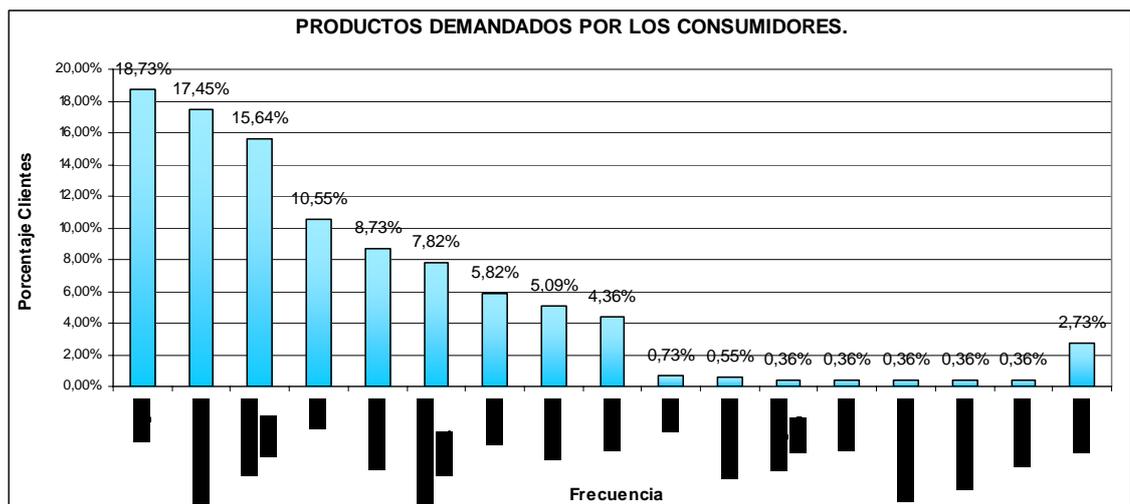
### Pregunta no.3

¿Cuándo va a un establecimiento que sirva estos tipos de productos, cual de estas acostumbra servirse?

Producto	Datos	
	# Encuestas	%
Yogurt	103	18,73%
Helado de Cono	96	17,45%
Ensalada de Frutas	86	15,64%
Café	58	10,55%
Sándwiches	48	8,73%
Bebids.Extractos Frutas.	43	7,82%
Batido	32	5,82%
Tostadas	28	5,09%
Postres	24	4,36%
Pizza	4	0,73%
Pan de Yuca	3	0,55%
Lasaña de Pollo	2	0,36%
Cerveza	2	0,36%
Copa de Helado	2	0,36%
Jugo de Coco	2	0,36%
Chocolate	2	0,36%
Ninguno	15	2,73%
Total	550	100,00%

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



Se desea conocer los gustos y preferencias del cliente al momento de acudir a tal establecimiento con el objetivo de priorizar nuestro servicio a los productos de mayor salida. Vemos que el yogur, los helados de con y las ensaladas de frutas son favoritas, dato que nos permite cumplir con la demanda del cliente.

#### **Pregunta no.4**

¿Cual de las siguientes opciones considera usted importante al elegir un local para servirse comida de este tipo? Elija máximo 3 por favor.

Factores	Frecuencia	%
Precios razonables	66	0,160
Ambiente agradable	63	0,153
Calidad en comida	63	0,153
Higiene y limpieza	102	0,248
Ubicación	17	0,041
Buena atención (rápido/amable)	64	0,155
Imagen del establecimiento	25	0,061
Otros	6	0,015
Estacionamiento	2	0,005
Música	1	0,002
ninguno	3	0,007
Total		1,000

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS

El objetivo es conocer lo que el consumidor toma en cuenta al momento de escoger un establecimiento que ofrece estos productos. Observamos que higiene con un 24,8% realmente es prioritario para el cliente, luego la calidad y por tercero el precio. Esta información nos permite saber en que área se puede tener una ventaja competitiva frente a otros establecimientos que ofrecen productos similares.

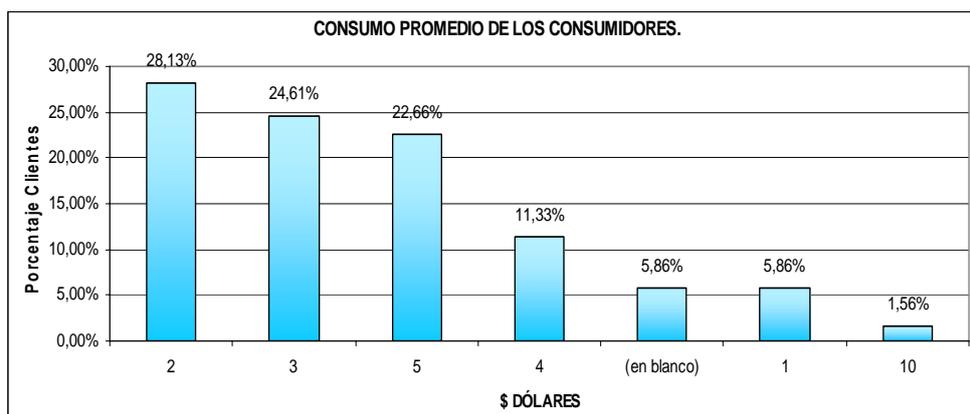
## Pregunta no.5

¿Cuanto acostumbra gastar únicamente usted sin considerar el consumo de los demás cuando visita un café-bar?

R5	Datos	
	# Encuestas	Cuenta de #
2	72	28,13%
3	63	24,61%
5	58	22,66%
4	29	11,33%
(en blanco)	15	5,86%
1	15	5,86%
10	4	1,56%
Total general	256	100,00%

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



Se desea conocer la cantidad de dinero que anticipa gastar el consumidor. Vemos que un 28,13% predestina gastar \$2.00 al momento de adquirir estos productos. Este dato permite que nosotros podamos mantener nuestros precios dentro de ese rango con el fin de que el cliente se identifique con los precios y este en posibilidad de realizar una compra.

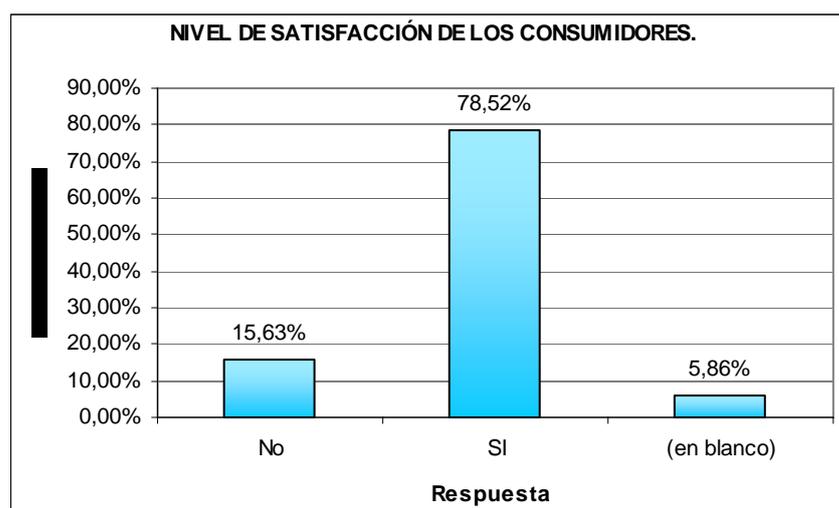
## Pregunta no. 6

¿Esta usted satisfecho con los establecimientos en Cuenca que sirven este tipo de comida?

R6	Datos	
	# Encuestas	%
No	40	15,63%
SI	201	78,52%
(en blanco)	15	5,86%
Total general	256	100,00%

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



A través de esta pregunta se puede conocer si los servicios que brinda la competencia cumplen con las expectativas del consumidor. De acuerdo a la información obtenida concluimos que si lo hace y será difícil penetrar en el mercado ya que generar un cambio de hábito en la compra es difícil alcanzar. Esto nos anticipa que se tendrá que generar un adecuado servicio para lograr posicionarse en el mercado.

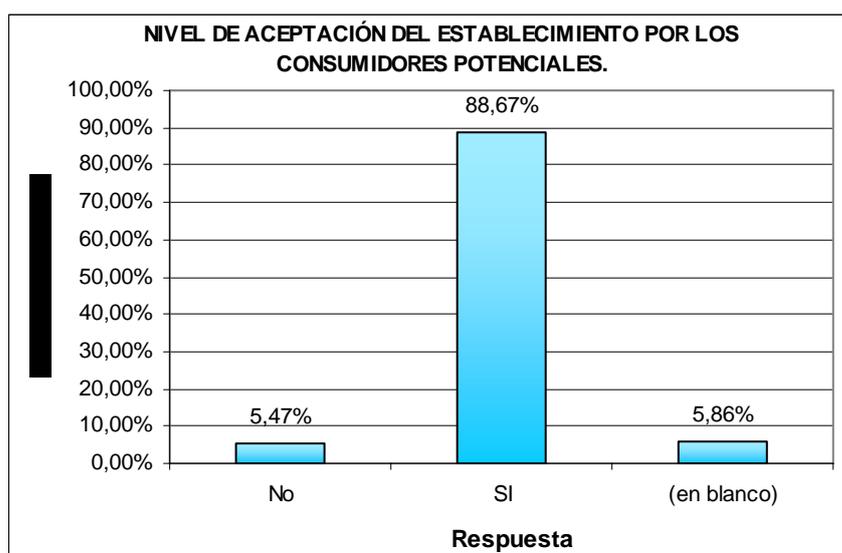
## Pregunta no. 7

¿En caso que hubiese un establecimiento que ofreciera los productos expuestos en el sector Coliseo Mayor, acudiría usted?

	Datos	
R7	# Encuestas	%
No	14	5,47%
SI	227	88,67%
(en blanco)	15	5,86%
Total general	256	100,00%

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



El objetivo es conocer si es factible o no situar una café-bar en el sector Coliseo mayor. Como observamos, un 88.67% están de acuerdo que el sector requiere de este servicio concluyendo que si es posible emprender el proyecto. Con esta observación se realizara un estudio con el fin de analizar todos los puntos relevantes para poder medir los parámetros del proyecto.

## Pregunta no. 8

¿Que producto y/o servicio adicional le gustaría que ofrezca este tipo de establecimiento?

R8	Datos	
	# Encuestas	%
(en blanco)	75	29,30%
Comida rápida	65	25,39%
Tamales y Humitas	22	8,59%
Productos naturales	17	6,64%
Pan de yuca	13	5,08%
Postres	10	3,91%
Gaseosas y Energizantes	9	3,52%
Almuerzos/desayunos	9	3,52%
Cerveza y Cocktails	8	3,13%
Empanadas	4	1,56%
Ceviches	4	1,56%
Internet	4	1,56%
Servicio a domicilio	3	1,17%
Ofrecer mermeladas	2	0,78%
Cosas para picar	2	0,78%
Pastas	2	0,78%
Juegos para los niños	2	0,78%
Teléfono publico	2	0,78%
Pollo	1	0,39%
Bebidas calientes	1	0,39%
Agua gratis	1	0,39%
<b>Total general</b>	<b>256</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS



Se pretende conocer otros posibles productos de las cuales se podrá ofrecer. Vemos que un 29,30% de los encuestados no demanda más de lo que se pretende ofrecer y un 25,39% le gustaría que haya comida rápida. Con los sándwiches de jamón, pollo y salami se procurara sustituir a las hamburguesas y hot dogs. Gracias a la encuesta, se genero la idea de colocar un estante para poder ofrecer productos naturales como es la granola, suplementos vitamínicos, frutas secas, etc

### 2.3.3 Proyección de la demanda

Con los datos obtenidos de la primera pregunta de la encuesta, un 94,14% de personas acostumbran ir a café-bares, se aplica este porcentaje a la información obtenida de la pregunta siete de la encuesta, que nos respondía cuantas personas “**si**” estarían dispuestos a ir en caso que hubiese un café-bar en el sector Coliseo Mayor, tenemos la siguiente tendencia:

<b>DATOS DE LA DEMANDA.</b>		
Universo		4000
Frecuentan café bar.	94,14%	3766
Nunca visitan café bar.	5,86%	234
Mercado potencial		<b>3766</b>

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS

#### **Mercado potencial que “si” iría a nuestro establecimiento**

De acuerdo a las respuestas en cuanto a la “frecuencias de visitas a café-bares por mes” de la pregunta uno en la encuesta, se filtra esta información con la pregunta siete de la encuesta con las personas que “**si**” acudirían al café-bar en caso que hubiese en el sector Coliseo Mayor, tenemos un mercado potencial de acuerdo al cuadro:

Pregunta R7	Pregunta R1	Datos	
		# Encuestas	%
SI	1m	45	19,82%
	1s	94	41,41%
	2m	18	7,93%
	2s	31	13,66%
	3m	4	1,76%
	3s	17	7,49%
	4s	1	0,44%
	5m	2	0,88%
	5s	15	6,61%
Total SI		227	100,00%
Total general		227	100,00%

Fuente: Investigación de Mercado, 2006.

Elaborado: JEMS

Aquí tenemos la tendencia mensual y anual de posibles visitas tomando en cuenta de personas que si acuden a café-bares:

Pregunta R1	% de personas que SI iría ( R 7 )	Frecuencia Mensual	Distribución Mercado Potencial (SI)	# Visitas al Mes	# Visitas al Año
1m	19,82%	1	746,48	746,48	8.958
1s	41,41%	4	1.559,32	6.237,29	74.848
2m	7,93%	2	298,59	597,19	7.166
2s	13,66%	8	514,24	4.113,96	49.368
3m	1,76%	3	66,35	199,06	2.389
3s	7,49%	12	282,01	3.384,06	40.609
4s	0,44%	16	16,59	265,42	3.185
5m	0,88%	5	33,18	165,89	1.991
5s	6,61%	20	248,83	4.976,56	59.719
Total general	100,00%		<b>3.765,60</b>	<b>20.685,92</b>	<b>248.231</b>

Considerando esta frecuencia de visitas al mes de la pregunta uno de la encuesta, se procede a proyectar una posible tendencia tomando un 0,05% de participación en el mercado para el café-bar en el Coliseo Mayor, ya que es un negocio nuevo.

Capacidad de Absorción del Mercado:

DATO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% Captación del Mercado del café-bar.	5,0%	5,50%	6,00%	6,50%	6,50%
Captación del Mercado Diaria	34	38	41	45	45
Captación del Mercado Mes.	1034	1138	1241	1345	1345
Captación del Mercado Año.	12412	13653	14894	16135	16135

Numero de visitas al mes \* 0,05% captación del mercado = Captación  
 20,688 (100%) \* 0,05% = **1034**  
 Per. /mes

Captación mensual / 30 días = Captación del mercado diaria  
 1034 / 30 días = **34** personas diarias

Captación mensual \* 12 meses = Captación del mercado anual  
 1034 \* 12 meses = **12413** personas anuales

Con un 5% de captación de mercado, vemos que aproximadamente 34 personas podrían ingresar diariamente al café-bar a consumir, esto es considerando que se atenderá desde las 8:30 a.m. de la mañana hasta las 7 p.m. de la noche sin cerrar a medio día. Aparte de los productos mencionados que venderemos, también habrá un estante con suplementos vitamínicos, granola, frutas secas, etc. con la intención de atraer clientes.

**Proyección de número de visitas por parte de los clientes potenciales  
al año**

R1	% Consumo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1s	2,20%	273	301	328	355	355
	13,22%	1640	1804	1968	2132	2132
	12,33%	1531	1684	1837	1990	1990
	3,52%	437	481	525	569	569
	10,13%	1258	1383	1509	1635	1635
Total 1s	41,41%	5140	5654	6168	6681	6681
1m	0,44%	55	60	66	71	71
	7,93%	984	1083	1181	1279	1279
	6,17%	765	842	919	995	995
	4,41%	547	601	656	711	711
	0,88%	109	120	131	142	142
Total 1m	19,82%	2460	2706	2953	3199	3199
2s	0,88%	109	120	131	142	142
	4,41%	547	601	656	711	711
	1,32%	164	180	197	213	213
	3,96%	492	541	591	640	640
	2,20%	273	301	328	355	355
	0,88%	109	120	131	142	142
Total 2s	13,66%	1695	1864	2034	2203	2203
2m	1,32%	164	180	197	213	213
	0,88%	109	120	131	142	142
	2,64%	328	361	394	426	426
	3,08%	383	421	459	498	498
Total 2m	7,93%	984	1083	1181	1279	1279
3s	0,88%	109	120	131	142	142
	1,76%	219	241	262	284	284
	0,88%	109	120	131	142	142
	3,96%	492	541	591	640	640
Total 3s	7,49%	929	1022	1115	1208	1208
5s	1,76%	219	241	262	284	284
	2,20%	273	301	328	355	355
	1,76%	219	241	262	284	284
	0,88%	109	120	131	142	142
Total 5s	6,61%	820	902	984	1066	1066
3m	1,76%	219	241	262	284	284
Total 3m	1,76%	219	241	262	284	284
5m	0,88%	109	120	131	142	142
Total 5m	0,88%	109	120	131	142	142
4s	0,44%	55	60	66	71	71
Total 4s	0,44%	55	60	66	71	71
Total general	100,00%	12412	13653	14894	16135	16135

Visitas al año \* Frecuencias = # de visitas anual

$$12412 * 41,41\% = 5140$$

En el caso de las personas que acostumbran ir una vez a la semana, lo cual representa un 41,41% de los encuestados, multiplicando este valor por las visitas en el primer año, habría aproximadamente 5140 visitas.

En el mismo ejemplo, 2,20% acostumbra gastar un dólar que representa 273 personas de las 5140 visitas y a continuación 13,22% de las personas que va una vez a la semana acostumbra gastar \$2,00 que representa 1640 visitas.

Observamos que la gran mayoría de las personas que acude a establecimientos que sirve yogures, batidos y sándwiches gasta \$2.00. Esto nos sirve para poder fijar nuestros precios dentro de este rango para que las personas puedan sentirse cómodos con los precios y quieran regresar.

Para cada año se incremento la demanda en un 0,0055. Iniciando en el primer año con 0,05% y para el cuarto y quinto año se mantiene con 0,065%.

## Cuadro de consumo promedio por individuo:

R1	DOLARES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1s	\$ 1	273	301	328	355	355
	\$ 2	3.281	3.609	3.937	4.265	4.265
	\$ 3	4.593	5.052	5.511	5.971	5.971
	\$ 4	1.750	1.925	2.100	2.275	2.275
	\$ 5	6.288	6.917	7.545	8.174	8.174
<b>Total 1s</b>		<b>16.184</b>	<b>17.803</b>	<b>19.421</b>	<b>21.039</b>	<b>21.039</b>
1m	\$ 1	55	60	66	71	71
	\$ 2	1.968	2.165	2.362	2.559	2.559
	\$ 3	2.296	2.526	2.756	2.985	2.985
	\$ 5	2.734	3.007	3.281	3.554	3.554
	\$ 10	1.094	1.203	1.312	1.422	1.422
<b>Total 1m</b>		<b>8.147</b>	<b>8.961</b>	<b>9.776</b>	<b>10.591</b>	<b>10.591</b>
2s	\$ 1	109	120	131	142	142
	\$ 2	1.094	1.203	1.312	1.422	1.422
	\$ 3	492	541	591	640	640
	\$ 4	1.968	2.165	2.362	2.559	2.559
	\$ 5	1.367	1.504	1.640	1.777	1.777
\$ 10	1.094	1.203	1.312	1.422	1.422	
<b>Total 2s</b>		<b>6.124</b>	<b>6.736</b>	<b>7.349</b>	<b>7.961</b>	<b>7.961</b>
2m	\$ 2	328	361	394	426	426
	\$ 3	328	361	394	426	426
	\$ 4	1.312	1.443	1.575	1.706	1.706
	\$ 5	1.914	2.105	2.296	2.488	2.488
<b>Total 2m</b>		<b>3.882</b>	<b>4.270</b>	<b>4.658</b>	<b>5.047</b>	<b>5.047</b>
3s	\$ 2	219	241	262	284	284
	\$ 3	656	722	787	853	853
	\$ 4	437	481	525	569	569
	\$ 5	2.460	2.706	2.953	3.199	3.199
<b>Total 3s</b>		<b>3.773</b>	<b>4.150</b>	<b>4.527</b>	<b>4.904</b>	<b>4.904</b>
5s	\$ 1	219	241	262	284	284
	\$ 2	547	601	656	711	711
	\$ 3	656	722	787	853	853
	\$ 4	437	481	525	569	569
<b>Total 5s</b>		<b>1.859</b>	<b>2.045</b>	<b>2.231</b>	<b>2.417</b>	<b>2.417</b>
3m	\$ 5	1.094	1.203	1.312	1.422	1.422
<b>Total 3m</b>		<b>1.094</b>	<b>1.203</b>	<b>1.312</b>	<b>1.422</b>	<b>1.422</b>
5m	\$ 3	328	361	394	426	426
<b>Total 5m</b>		<b>328</b>	<b>361</b>	<b>394</b>	<b>426</b>	<b>426</b>
4s	\$ 1	55	60	66	71	71
<b>Total 4s</b>		<b>55</b>	<b>60</b>	<b>66</b>	<b>71</b>	<b>71</b>
<b>Total general</b>		<b>41.445</b>	<b>45.589</b>	<b>49.734</b>	<b>53.878</b>	<b>53.878</b>

$$\begin{array}{rcl} \text{Numero de visitas anuales} & * & \text{Consumo promedio} & = & \text{Ingreso promedio} \\ 273 \text{ visitas} & * & \$1,00 & = & \$273 \end{array}$$

Este cuadro nos ayuda a determinar un ingreso anual del café-bar de las personas según su hábito de compra y según su expectativa de gasto promedio. Como podemos observar, de las personas que visita café-bares una vez a la semana y que por lo general gastan un dólar por visita, en un año ingresaría \$273 dólares al café-bar y un total de \$16184 por %41,41 de personas que frecuentan una vez a la semana durante un año, según su gasto promedio.

### Calculo de la demanda anual por producto

Según los productos mas demandados o preferidos de los encuestados de acuerdo a la pregunta 3, se divide para el ingreso total del año \$41445 y se obtiene los siguientes porcentajes de demanda promedio por producto.

PRODUCTO	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Yogurt	19,88%	8.241	9.065	9.889	10.713	10.713
Helado de Cono	18,53%	7.681	8.449	9.217	9.985	9.985
Ensalada de Frutas	16,60%	6.881	7.569	8.257	8.945	8.945
Café	11,20%	4.641	5.105	5.569	6.033	6.033
Sándwiches	9,27%	3.840	4.224	4.609	4.993	4.993
Bebids.Extractos Frutas.	8,30%	3.440	3.784	4.128	4.473	4.473
Batido	6,18%	2.560	2.816	3.072	3.328	3.328
Tostadas	5,41%	2.240	2.464	2.688	2.912	2.912
Postres	4,63%	1.920	2.112	2.304	2.496	2.496
TOTAL	100,00%	41.445	45.589	49.734	53.878	53.878

Ej.

$$\begin{array}{rcl} \text{Ingreso anual} & * & \text{Consumo promedio por producto} = \text{ingreso promedio} \\ \$41445 & * & 19,88\% = \$ 8241 \text{ unidades} \end{array}$$

Para el primer año, se podría decir que se venderían \$8241 en yogures, dato que nos ayuda a conocer cuales son los productos mas demandados por los consumidores y así mantener un abastecimiento adecuado.

### Cantidad vendida anual por producto (en unidades)

PRODUCTO	PVU (\$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Yogurt	\$ 0,75	10.988	12.087	13.186	14.284	14.284
Helado de Cono	\$ 0,65	11.817	12.998	14.180	15.362	15.362
Ensalada de Frutas	\$ 0,90	7.645	8.410	9.174	9.939	9.939
Café	\$ 0,50	9.281	10.209	11.137	12.065	12.065
Sándwiches	\$ 2,00	1.920	2.112	2.304	2.496	2.496
Bebids.Extractos Frutas.	\$ 0,60	5.734	6.307	6.881	7.454	7.454
Batido	\$ 0,80	3.200	3.520	3.840	4.160	4.160
Tostadas	\$ 0,50	4.481	4.929	5.377	5.825	5.825
Postres	\$ 1,00	1.920	2.112	2.304	2.496	2.496

Considerando que se vende \$8241 al año en yogures y que el ingreso total para el primer año es de \$41445, podemos decir que se venderán 10988 yogures por lo que el precio de venta será de 0,75 centavos cada unidad. Esto nos permitirá mantener un control del flujo de salida de los productos y a la vez no sobrecargarnos de inventario.

# Capítulo 3

## Estudio técnico

### 3.1 Objetivos Generales

A través del estudio técnico se analizará los siguientes objetivos de nuestro proyecto como es la localización, el tamaño del local, la selección de equipos, el producto y los procesos a emplearse y la organización humana necesaria.

Se contestará las siguientes preguntas:

Como hacer.\_ lo cual describiremos los procesos a emplearse para la elaboración de nuestro producto

Cuando hacer.\_ Conocer cuando existe una gran demanda y una baja demanda de nuestro producto

Con quien hacer.\_ Seleccionar al personal con quien se trabajará

Cuanto hacer.\_ Determinar la cantidad necesaria para suplir la demanda

En donde hacer.\_ Seleccionar el sector óptimo para emprender el proyecto

### 3.2 Localización del proyecto.

#### Macro localización

Provincia: Azuay

Ciudad: Cuenca

#### Micro localización:

Parroquia: El Batán

Dirección: Ave. 12 de Abril y Floreana (frente al Coliseo Mayor de Deportes)

### 3.3 Infraestructura.

#### Tamaño y distribución:

El tamaño del local cuenta con 8 metros de frente y 20 metros de fondo. Contara con área de caja, la cocina, el área de comedor, 2 baños públicos, una sala-estar y una bodega.

**Ubicación: Avda. 12 de Abril 6-139 y Floreana.**



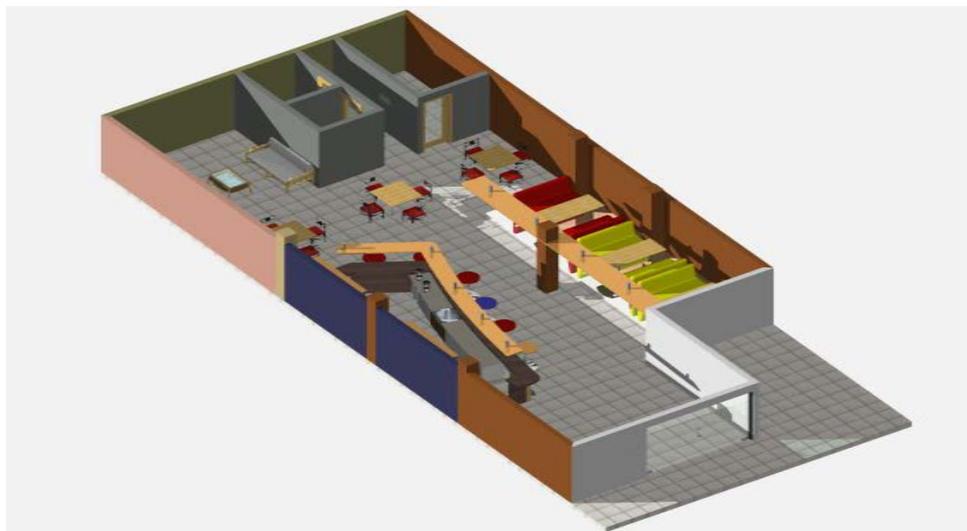
**Perspectiva desde afuera hacia adentro**



**Perspectiva desde adentro hacia fuera.**



**La propuesta forma en la cual se distribuirá las áreas del café-bar.  
LAYOUT.**



**Perspectiva desde adentro hacia afuera.**

### **Perspectiva desde afuera hacia adentro.**



### **Perspectiva desde adentro hacia afuera.**



Se dispone de una capacidad máxima de 30 personas dentro del local. Con el transcurso del tiempo, se implementaran 2 mesas con sombrillas para la entrada del local, así aumentando la capacidad del café-bar. El objetivo es crear una atmósfera casual para personas de toda edad ya que no se venderá ningún producto alcohólico dentro del establecimiento. Con la área de preparación de comida expuesta a los clientes (cocina abierta), se desea mantener una imagen sana y pulcra ya que todos los alimentos serán preparados frente de ellos. En la parte trasera del local, habrá un tipo sala-estar en donde habrá un estante para libros y revistas para las personas que dispongan de mas tiempo. En el futuro, se pretende colocar un in focus con propósito de proyectar videos, documentales y ESPN (canal de deportes) para poder atraer a más personas.

### **3.4 Selección de equipos**

Para la selección de la maquinaria se ha tomado en cuenta lo siguiente:

#### **Características técnicas**

- Capacidad y velocidad
- Confiabilidad
- Características de operación

#### **Atención de los proveedores**

- Garantía
- Mantenimiento

#### **Comportamiento**

- Vida útil

A continuación esta los siguientes equipos necesarios para la operación y funcionamiento de la cafetería:

#### **Maquina de Helado Soft Serve Freezer Marca Taylor**

- Americana Modelo 161.
- Dos sabores más uno mixto.
- Dos cilindros de capacidad de 1.4 litros cada uno
- Dos tanques de mezcla de capacidad de 7.6 litros cada uno
- Controles de microprocesador "Softech"
- Control de la viscosidad para asegurar buena consistencia del producto
- Sistema Stand By que mantiene el producto en temperatura ideal
- 11 conos por impacto por cada lado

**Maquina de café Marca Astoria.**

- Americana Modelo DEP-2
- Salidas de agua y vapor
- Capacidad de Kg./ hora



**Moledor de grano de café.**

- Americana Modelo R90PM



**Extractor industrial de cítricos Marca Waring.**

- Americano
- Colector en acero inoxidable
- Motor de 1800 r.p.m.
- 26.5 libras de peso



**Licuada Marca Waring.**

- Americano Modelo
- 2 velocidades
- Cuchilla de 1 pieza de acero inoxidable
- Vaso de 48 Oz



**Tostadora Marca Oster.**

- Capacidad de 4 sándwiches a la vez



### **Horno Tostador Marca.**

- Capacidad de 2 sándwiches a la vez



### **Vitrinas Frigoríficos Marca Indurama.**

- Ecuatoriana Modelo VV158 1057222
- 16 pulgadas



## **3.5 Ingeniería de Procesos**

### **3.5.1 El producto en el mercado.**

A continuación se examinara las características del producto que se pretende ofrecer y los procesos que involucra en su elaboración. A demás se analizara los costos unitarios, su margen de contribución y el precio de venta de cada uno.

### **3.5.2 Definición y descripción del producto.**

El servicio que la empresa ofrecerá es la preparación y venta de alimentos en el sector del sector Coliseo Mayor. El producto estará dirigido a personas de toda edad. No es un producto nuevo en el mercado ya que la mayoría de las personas consume jugos, batidos, café, helado, sándwiches y postres razón por la cual habrá aceptación del producto. Los precios del producto serán accesibles ya que generalmente lo que se venderá es producto nacional, salvo el caso de que alguna fruta sea de importación.

#### **Normas de Calidad:**

- Se utilizara solo productos frescos
- Limpieza diaria del establecimiento
- Se utilizara agua ozonificada para limpiar los alimentos para así eliminar cualquier bacteria, hongo o ameba
- Los alimentos se mantendrá en refrigeración
- Los productos de limpieza se mantendrá separado de los alimentos
- Mandiles y gorras serán indispensables en la área de preparación de alimentos

#### **Descripción de Productos que ofrecerá el café-bar.**

##### **Jugos de extracto de frutas.**

- Naranja
- Limón
- Naranja con uva
- Naranja con piña
- Naranja con alfalfa
- Naranja con maracayá

### **Batidos.**

- Leche, papaya y miel de caña
- Leche, frutilla y miel de caña
- Leche, guineo y avena
- Leche con higo

### **Yogur**

- Durazno
- Mora
- Mango

### **Helado de cono**

- Chocolate
- Vainilla
- Mixto

### **Ensalada de frutas**

- Piña, papaya, melón, guineo, fresa y/o uva
- Piña, papaya, melón, guineo, fresa y/o uva con jugo de naranja
- Piña, papaya, melón, guineo, fresa y/o uva con yogur

### **Sandwiches Submarinos.**

- Súper submarino
- Especial
- Mixto

### **Tostadas**

- Queso
- Queso y jamón

### **Cafés.**

- Expreso
- Capuchino
- Chocolate
- Te
- Tinto

### **Postres**

- Pie de manzana
- Pie de durazno
- Pie de mora
- Cheese cake
- Galletas de avena
- Humitas

## **3.5.3 INGENIERIA DE PROCESOS**

### **SANDWICHES SUBMARINOS:**

#### **SANDWICHE SUBMARINO SUPER**

##### **Ingredientes:**

- Pan palanqueta
- Jamón
- Salami
- Queso mozzarella
- Pepinillos curtidos
- Tomate
- Cebolla
- Salsa



### **Procedimiento.**

Paso 1.- Cortar el pan palanqueta

Paso 2.- Esparcir la salsa en la base del pan palanqueta

Pasó 3.- colocar 2 rodajas de jamón y 2 rodajas de salami

Paso 4.- Colocar 2 rodajas de queso mozzarella

Paso 5.- Colocar 2 rodajas de tomate

Paso 6.- Esparcir pepinillo curtido y cebolla

### **SANDWICHE SUBMARINO ESPECIAL**

#### **Ingredientes:**

- Pan palanqueta
- Jamón
- Pollo
- Queso mozzarella
- Tomate
- Cebolla
- lechuga
- salsa



### **Procedimiento.**

Paso 1.- cortar el pan palanqueta

Pasó 2.- esparcir la salsa en la base del pan palanqueta

Paso 3.- colocar 2 rodajas de jamón y añadir 2 rodajas de pollo

Paso 4.- Colocar 2 rodajas de queso mozzarella

Pasó 5.- colocar 2 rodajas de tomate

Pasó 6.- colocar 3 hojas de lechuga

## **SANDWICHE SUBMARINO MIXTO:**

### **Ingredientes:**

Pan palanqueta

- Jamón
- Pollo
- Salami
- Queso mozzarella
- Tomate
- Cebolla
- lechuga
- salsa



### **Procedimiento.**

Paso 1.- cortar el pan palanqueta

Paso 2.- esparcir la salsa en la base del pan palanqueta

Paso 3.- colocar 2 rodajas de jamón, 2 rodajas de pollo y 2 rodajas de salami

Paso 4.- Colocar 2 rodajas de queso mozzarella

Paso 5.- colocar 2 rodajas de tomate y esparcir la cebolla

Paso 6.- colocar 3 hojas de lechuga

## **TOSTADAS:**

### **TOSTADA SIMPLE:**

### **Ingredientes:**

- pan marca su-pan
- queso mozzarella
- mantequilla

### **Procedimiento:**

Paso 1.- utilizar 2 rodajas de su-pan

Pasó 2.- esparcir la mantequilla sobre la base de una rodaja de su-pan

Paso 3.- cortar y colocar 2 rodajas de queso

Pasó 4.- colocar en la tostadora por 1 min.

### **TOSTADA MIXTA:**

#### **Ingredientes:**

- su-pan
- queso mozzarella
- jamón
- mantequilla

#### **Procedimiento.**

Paso 1.- utilizar 2 rodajas de su-pan

Pasó 2.- esparcir la mantequilla sobre la base de una rodaja de su-pan

Paso 3.- cortar y colocar 2 rodajas de queso

Paso4.- colocar 1 rodaja de jamón

Pasó 5.- colocar en la tostadora por 1 min.

## **ENSALADAS DE FRUTAS:**

### **ENSALADA DE FRUTAS CON YOGUR A ELEGIR**

#### **Ingredientes:**

- papaya
- piña
- guineo
- melón
- fresas
- yogur de durazno/mango/mora



#### **Procedimiento:**

Paso 1.- cortar porciones de cada fruta ese momento.

Pasó 2.- colocar porciones de cada fruta en la copa postre.

Pasó 3.- añadir el yogur en la copa postre sobre las frutas.

### **ENSALADA DE FRUTAS “TUTTI FRUTTI” SIN YOGUR**

#### **Ingredientes:**

- papaya
- piña
- guineo
- melón
- uva chilenas y/o fresas

#### **Procedimiento:**

Paso 1.- cortar porciones de cada fruta

Pasó 2.- colocar porciones de cada fruta en la copa postre

Pasó 3.- servir.

**Con uvas**



**Con fresas**



## **BATIDOS:**

### **Batido de papaya**

#### **Ingredientes:**

- 5 tajadas de papaya
- ½ litro de leche
- Una cucharada de miel de caña

#### **Procedimiento:**

Paso 1.- Colocar 5 tajadas de papaya en la licuadora

Paso 2.- añadir ½ litro. de leche

Pasó 3.- añadir una cucharada de miel de caña y servir

### **Batido de guineo**

#### **Ingredientes:**

- Un guineo
- ½ litro de leche
- Una cucharada de avena
- Una cucharada de germen de trigo

#### **Procedimientos.**

Paso 1.- colocar un guineo entero en la licuadora

Paso 2.- añadir ½ litro. de leche a la licuadora

Paso 3.- añadir una cucharada de avena

Paso 4.- añadir una cucharada de germen de trigo y servir

### **Batido de frutilla**

#### **Ingredientes:**

- 5 frutillas
- ½ litro de leche

- Una cucharada de miel de caña
- Una cucharada de germen de trigo

### **Procedimientos.**

Paso 1.- colocar 5 frutillas en la licuadora

Paso 2.- añadir 8oz. de leche a la licuadora

Pasó 3.- añadir una cucharada de avena

Paso 4.- añadir una cucharada de germen de trigo y servir

### **Batido de higo**

#### **Ingredientes:**

- 1 higo endulzado con panela
- 8oz. de leche
- Una cucharada de avena

#### **Procedimientos**

Paso 1.- colocar 1 higo endulzado en la licuadora

Paso 2.- añadir 8oz. de leche

Paso 3.- añadir una cucharada de avena y servir

## **JUGOS DE EXTRACTO DE FRUTA:**

### **Jugo de naranja**

#### **Ingredientes:**

- 3 naranjas

#### **Procedimiento:**

Paso 1.- exprimir 3 naranjas en el exprimidor industrial para cítricos

Pasó 2.- verter el jugo en un vaso de 12 oz. y servir

### **Jugo de limón**

#### **Ingredientes:**

- 3 limones (20 gramos aprox.)
- Agua ozonificada
- Una cucharada de azúcar morena y servir

#### **Procedimiento:**

Paso 1.- añadir limones en la licuadora

Pasó 2.- añadir 4 oz. de agua ozonificada

Pasó 3.- añadir una cucharada de azúcar morena

Pasó 4.- licuar y servir

.

### **Jugo de naranja con uva**

#### **Ingredientes:**

- 3 Naranjas
- 10 uvas

#### **Procedimiento:**

Paso 1.- exprimir las 3 naranjas en el exprimidor industrial para cítricos

Pasó 2.- añadir el jugo de naranja en la licuadora con las uvas

Pasó 3.- licuar

Paso4.- cernir el contenido y servir

### **Jugo de naranja con alfalfa**

#### **Ingredientes:**

- 3 Naranjas
- 2 tallos de alfalfa (10 gramos)

**Procedimiento:**

Paso 1.- exprimir las 3 naranjas en el exprimidor industrial para cítricos

Pasó 2.- añadir el jugo de naranja en la licuadora con la alfalfa

Pasó 3.- licuar

Pasó 4.- cernir el contenido y servir

**Jugo de naranja con piña****Ingredientes:**

- 3 Naranjas
- 1 tajada de piña

**Procedimiento:**

Paso 1.- exprimir las 3 naranjas en el exprimidor industrial para cítricos

Pasó 2.- verter el jugo de naranja en la licuadora y añadir la tajada de piña

Pasó 3.- licuar

Pasó 4.- cernir el contenido y servir

**Jugo de maracayá con piña****Ingredientes:**

- 3 Naranjas
- 2 maracayá

**Procedimiento:**

Paso 1.- exprimir las 3 naranjas en el exprimidor industrial para cítricos

Pasó 2.- Añadir 2 maracayá

Pasó 3.- licuar, cernir y servir

## **Helados:**

### **Helado de cono**

#### **Ingredientes:**

- Mezcla para helados

#### **Procedimiento.**

Paso 1.- añadir la mezcla en el contenedor ubicado en la parte superior de la maquina.

Pasó 2.- esperar 10 minutos para que se fragüe la mezcla

Pasó 3.- colocar el cono debajo del inyector de helado

Paso 4.- presionar el mango y permitir la mezcla deslizarse sobre el cono

## **Bebidas calientes**

### **Café**

#### **Ingredientes:**

- Granos de café molido
- Agua

#### **Procedimiento.**

Paso 1.- moler los granos de café en el molidor

Paso 2.- sustraer el café molido y colocarlo debajo de la boquilla de agua

Paso 3.- colocar un vaso desechable de café debajo de la boquilla de agua

Paso 4.- presionar el mango y servir el café

## **Capuchino**

### **Ingredientes:**

- Granos de café molido
- Agua
- Leche
- Canela en polvo

### **Procedimiento.**

Paso 1.- moler los granos de café en el molidor

Paso 2.- sustraer el café molido y colocarlo debajo de la boquilla de agua

Pasó 3.- colocar un envase desechable de café debajo de la boquilla de agua

Paso 4.- presionar el mango y llenar el vaso desechable con tres cuartos de agua

Paso 5.- añadir la leche hervida en el vaso desechable

Paso 6.- añadir una pizca de canela

## **Café expreso**

### **Ingredientes:**

- Granos de café molido
- Agua

### **Procedimiento.**

Paso 1.- moler los granos de café en el molidor

Paso 2.- sustraer el café molido y colocarlo dentro de la cafetera

Pasó 3.- colocar un vaso desechable de café debajo de la boquilla de agua

Paso 4.- presionar el mango y servir el café

## Té

### **Ingredientes:**

- Bolsa de te
- Agua

### **Procedimiento.**

Pasó 1.- colocar un vaso desechable debajo de la boquilla de agua

Paso 2.- presionar el mango y añadir el agua caliente al vaso desechable

Paso 3.- Añadir la bolsa de te en el vaso desechable

## Chocolate

### **Ingredientes:**

- Mezcla de chocolate
- Agua

### **Procedimiento.**

Paso 1.- colocar la mezcla de chocolate en el vaso desechable

Pasó 2.- colocar un vaso desechable de café debajo de la boquilla de agua

Paso 4.- presionar el mango y servir el chocolate

## **Yogures**

### **Yogur de mango, durazno y mora**

Se compraran ya listos para la venta al Ing. Pinos la cual ofrece sus productos desde su domicilio ubicado a una milla del sector río amarillo

## **Postres**

### **Pie de manzana, durazno y mora y cheese cake**

Se comprara ya listos para la venta a la Ing. Narváez la cual ofrece sus productos desde su domicilio ubicado en la Avda. Don Bosco y 12 de Octubre.

### **Humitas**

Se comprara ya listos para la venta a la Sra. Calderón la cual ofrece sus productos desde el Hostal Chordelej ubicado en la calle Gran Colombia y General Torres, esquina.

### **3.5.4 Análisis de Costos unitarios**

Los costos unitarios se obtuvieron mediante la preparación de los productos y prorrateando los costos para poder estimar el valor unitario. A través de este paso se pudo fijar un margen de contribución tomando en consideración a los precios de la competencia. Se analizo también los tiempos y movimientos en la elaboración de cada producto para fijar formas más rápidas y eficientes de trabajar.

Se consulto varias entidades para obtener los mejores precios por parte de nuestros potenciales proveedores y se opto por La Europea para los embutidos y carnes. Las frutas se obtuvieron directamente desde la Feria Libre por dos razones. Tenían los mejores precios y fácil acceso ya que es el mercado más cerca de nuestra ubicación. Para costear cada producto y establecer precios ver Anexos 8.

# Capítulo 4

## Evaluación Financiera

### 4.1 Inversión:

La realización de un proyecto demanda un análisis de los recursos financieros a utilizar tanto para la instalación del proyecto como para su funcionamiento. A través de una investigación de potenciales proveedores, se obtuvo los costos de cada rubro que involucra llevar adelante el proyecto con el fin de desarrollar criterios que nos ayuden a determinar la viabilidad de la inversión y de igual manera para controlar costos destinados para cada actividad de la empresa.

La inversión total del proyecto es **\$24878** dólares U.S.

Se obtuvo los costos del proyecto de las siguientes empresas a continuación:

Equindeca

Equipos para hoteles, restaurantes, bares, panaderías, etc.

Dirección: Galápagos y Esmeraldas esquina

Cuenca 2 888 444

Total Chef

Implementos de cocina profesional

Dirección: Manuel Vega y Gran Colombia

Cuenca Fax (04) 2279271

### Ecuamuebles

Muebles y enseres para patio de comidas, hoteles, oficinas, etc.

Dirección: Avenida Roberto Crespo T. # 3-49 sector Estadio

Cuenca 2 822 144

### Maderamica

Muebles y enseres para hogares y oficinas

Dirección: Sucre 5-84 y Hermano Miguel

Cuenca 2 845 687

### Señal X

Publicidad y aviso luminoso

Dirección: Remigio Crespo y Juan Ñíguez esquina

Cuenca 2 814 264

### Arquitecto/diseñador Carlos Juca

Fabricación e instalación de muebles y elaboración y diseño de planos para la construcción y adecuación de edificios, casas, locales comerciales, etc.

Dirección: Vega Muñoz y Vargas Machuca

Cuenca 2 829 152

### Almacenes Juan Eljuri

Comercialización de artefactos de uso domestico y comercial

Dirección: Simón Bolívar y Antonio Borrero

### Plasticomercio

Distribuidores de envases plásticos y de espuma-flex desechables

Dirección: Mariano Cueva 11-26 y M. Lamar

Cuenca 2 828 391

\*Plan de Inversión (Anexo 1)

## 4.2 Financiamiento:

El financiamiento es el abastecimiento del dinero para emprender un proyecto, ya sea esta fuente ajena o propia. En el caso de este proyecto, se trabajara con:

\$ 15000	Préstamo (60%)
<u>\$ 9875</u>	Capital propio (40%)
<b>\$24878</b>	Inversión total

Con el fin de realizar el proyecto, se solicitara un préstamo hipotecario a la Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista ubicado en Sayausi vía El Cajas de un monto de \$15000 dólares USS. el cual se pagara a 4 años plazo con un tasa de interés anual de 12%. Se ha elaborado una tabla de amortización del préstamo indicando los pagos que se realizaran mensualmente a la Cooperativa.

\*Amortización (Anexo 2)

## 4.3 Ingresos:

Los ingresos que tendrá la empresa anualmente se pueden analizar en el plan operativo. Se ha analizado el proyecto para 5 años. Se pronostica que en el primer año el café-bar trabajara con un 0,05% de participación en el mercado debido a que es una empresa nueva. Para el segundo año se incrementa la demanda  $\frac{1}{2}$  %, para el tercer año la demanda incrementa a 0,06% y para el cuarto y quinto año se mantiene la demanda en  $0,06 \frac{1}{2}$  %.

Se ha tomado esta referencia de participación en le mercado con los datos obtenidos de la pregunta número 2 de las encuestas que fue enfocada a la competencia que existe en Cuenca y debido a la inseguridad que se manifiesta en las personas por los cambios.

\*Plan operativo (Anexo 3)

## **4.4 Análisis de la Inversión**

### 4.4.1 Método de Valor Presente (VAN)

Con financiamiento:

Es el valor actual o presente de los futuros flujos de fondo descontados a una tasa que refleje el riesgo de dichos flujos.

Este criterio es considerado notablemente para la evaluación de proyectos ya que considera el valor del dinero en el tiempo. Si el VAN es igual o mayor a cero, se acepta la inversión y significa que los flujos del proyecto son lo suficientemente necesarios para pagar la inversión, en cambio, si el VAN es menor a cero se rechaza el proyecto debido a que no sería rentable la inversión.

Para este proyecto con financiamiento, se observa que genero un VAN de \$12321 indicando que es rentable el proyecto.

### 4.4.2 Taza Interna de Rendimiento (TIR)

Con financiamiento:

Es la tasa de descuento que hace que el valor actual neto (VAN) del proyecto sea cero, es decir, que el valor presente de los flujos de caja sea igual a la inversión.

Constituye otro método para evaluar inversiones en el tiempo futuro. La tasa interna de rendimiento (TIR) obtenida para este proyecto considerando el financiamiento, es de 46,28% lo que nos indica que el rendimiento obtenido del proyecto es mayor al que el inversionista espera que es de un 10,26% (Costo de Capital).

\*Flujo de caja con financiamiento (ANEXO 4)

## **Análisis de la Inversión**

### Método de Valor Presente (VAN)

Sin financiamiento

El proyecto sin financiamiento genera un VAN de \$14,987 siendo mayor que el VAN del proyecto con financiamiento. Debido a que no se paga deuda por préstamo cada mes, mi egreso mensual de dinero es mucho menor permitiendo que recupere mi inversión mas rápido a través del tiempo. De igual manera el riesgo es menor por lo tanto se considera una tasa de descuento de 8,46% porque el costo de oportunidad es mayor.

### Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Sin financiamiento

La tasa interna de rendimiento (TIR) obtenida para este proyecto sin financiamiento es de %29,09 siendo mayor al que el inversionista espera. Podemos concluir que de las dos maneras de emprender el proyecto, sea con o sin financiamiento, el proyecto es viable.

\*Flujo de caja sin financiamiento (ANEXO 5)

#### 4.5 Costo de Capital (Kn):

Es la tasa mínima aceptable de rentabilidad para un proyecto por parte del inversionista. La tasa de descuento para el proyecto sin financiamiento es menor porque involucra menos riesgo. Se calculo con una tasa de 8,46%

Con financiamiento:

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
PROPIO	9.878	40%
AGENO	15.000	60%
TOTAL	24.878	100%

Sin financiamiento:

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
PROPIO	24.878	100%
AGENO	0%	0%
TOTAL	24.878	100%

#### Costo de capital (con financiamiento)

$$\begin{aligned} \text{Tasa Activa} + \text{PRIME} &= 12,99\% \quad * \text{ (propio)} \quad 40\% = 5,16\% \\ \text{Tasa Pasiva} + \text{PRIME} &= 8,46\% \quad * \text{ (financiado.)} \quad 60\% = \underline{5,10\%} \\ & \text{r (tasa de descuento)} \quad \mathbf{10,26\%} \end{aligned}$$

#### Costo de capital (sin financiamiento)

$$\begin{aligned} \text{Tasa Activa} + \text{PRIME} &= 12,99\% \quad * \text{ (financiado)} \quad 0\% = 0\% \\ \text{Tasa Pasiva} + \text{PRIME} &= 8,46\% \quad * \text{ (propio)} \quad 100\% = \underline{5,10\%} \\ & \text{r (tasa de descuento)} \quad \mathbf{8,46\%} \end{aligned}$$

TAZA PASIVA (03 - 09 Jul/06)	4,21%
TAZA ACTIVA (03 - 09 Jul/06)	8,74%
PRIME	4,25%

NOTA: Fuente BCE junio 2006,

12,99% (costo de oportunidad)

8,46% (costo de oportunidad)

#### 4.6 Periodo de recuperación de la inversión

La inversión inicial del proyecto que es de -\$8 424 sin préstamo (El préstamo ya se considera en el flujo), se resta con el flujo neto de efectivo del primer (\$1919) y se obtiene -6505 lo que representaría para el primer año de recuperación. Luego, -\$ 6505 se suma con el flujo de efectivo del segundo año y así obteniendo el valor para el periodo de recuperación para el segundo año y así consecutivamente...

RECUPERACION DE LA INVERSIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Periodo de Recuperación Nominal	-6.505	-1.582	<b>4.631</b>	10.516	20.844

##### FLUJO NETO DE EFECTIVO:

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1.919</b>	<b>4.924</b>	<b>6.213</b>	<b>5.884</b>	<b>10.328</b>

$$-8424 + 1919 = -6505$$

$$-6505 + 4924 = -1582$$

$$-1582 + 6213 = +4631$$

$$4631 + 5884 = 10516$$

$$10515 + 10328 = 20844$$

Periodo de recuperación del 3er. año / Flujo de efectivo 4to. Año = **-0,79**

$$-4631 \quad / \quad 5884$$

$$-0,79 + 3 \text{ (tiempo)} = 2,21 \text{ años tiempo de recuperación}$$

**2 años**

$$0,21 * 12 \text{ meses} = 2,52$$

$$0,52 * 30 \text{ días} = 15,6$$

Se recupera en aproximadamente 2 años 2 meses, 15 días



## Conclusiones y recomendaciones

Para la realización de este proyecto se acudió a varias fuentes publicas y privadas de las cuales permitieron un análisis confiable. La Federación Deportiva del Azuay junto con los datos estadísticos recopilados del INEC determino los parámetros para el desarrollo de un estudio de la demanda. En cuanto al análisis de la oferta, al visitar personalmente cada establecimiento, se pudo comparar sus precios, servicios y políticas con las cuales ellos manejan para tomar como punto de referencia para nuestra empresa y de esta manera procurar superarlo.

En cuanto a la parte técnica del análisis, Equindeca, una empresa que provee todo producto necesario para este tipo de empresa, contribuyo de gran manera, no solo por su inmensa gama de productos que ofrece sino que también demostraron tener los precios mas competitivos en el mercado. De igual manera fue indispensable el aporte del Arquitecto Carlos Juca ya que el cubrió todo la inversión inmobiliaria, obra civil y decoración.

En el estudio financiero, se recurrió a la Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP) para poder afrontar la inversión total ya que el aporte propio cubre un 34%. Cabe señalar que esta entidad fue una de las mejores opciones para el préstamo debido a que los trámites para la aprobación son pocas y la tasa que cobra es baja.

Podríamos decir que ningún aspecto del análisis guarda un orden de importancia ya que toda la información obtenida es muy valiosa para establecer criterios en la toma de decisiones.

A demás hemos establecido que existe una gran aceptación hacia nuestro servicio en la zona del Coliseo Mayor, especialmente entre las personas de 20 a 30 años ya que ellos buscan un servicio mas atractivo de lo que se ofrece actualmente.

Si las condiciones establecidas en el análisis se mantienen de acuerdo a los flujos de caja, se podría recuperar la inversión en un lapso de dos años aproximadamente. Nuestra empresa al introducirse en el mercado tiene la capacidad de competir y a través del estudio de mercado queda establecido que si lo podemos lograr manteniendo una política de precios adaptables al bolsillo.

Podemos concluir que el mercado presenta las condiciones adecuadas para la instalación de nuestra empresa Juice bar. Que la inversión, mediante los ingresos esperados puede cubrir con el préstamo y con los demás gastos. Por lo tanto es viable ya que si puede satisfacer las necesidades y expectativas de la gente.

Como recomendación se debe considerar las compras de la materia prima ya que por ser una empresa que maneja bienes perecibles, se puede generar pérdida al mantener un sobre inventario a causa de una lenta rotación del producto.

Se debe planificar las actividades de la empresa con relación a los eventos que se llevan acabo en el Coliseo Mayor ya que hay meses durante el año escolar cuando se realizan las jornadas deportivas y genera mucho movimiento de personas.

## Bibliografía

- MORRISEY, L. George      PENSAMIENTO ESTRATEGICO  
Prentice Hall Hispanoamericana S.A. 1996
- COLLINS, C. James  
PORRAS, I Jerry      EMPRESAS QUE PERDURAN  
Editorial Norma S.A. 1995
- ALLES, Martha      GESTION POR COMPETENCIA 4ta Edición  
Edit. Granica, Buenos Aires 2003
- CHIAVENATO, Idalberto      ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
Quinta Edición
- PORTER, Michael      ESTRATEGIA COMPETITIVA  
Editorial Continental, México 1998



RUBROS \ ANOS		Costo Unitario	Cant.	2007	2008	2009	2010	2011
<b>ADQUISICIONES</b>				<b>23.424</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>9.369</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>MUEBLES Y ENSERES de la Cocina</b>			<b>5.057</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Meson del bar(Arq. Juca)	3.137	1	3.137				
	Mostrador con lavabo (Arq. Juca)	700	1	700				
	Mostrador sin lavabo (Arq. Juca)	500	1	500				
	Taburetes(Maderamica)	90	8	720				
	<b>MUEBLES Y ENSERES del Comedor</b>			<b>3.812</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Cabina impostado con mesa(Arq. Juca)	570	3	1.710				
	Mesas para el comedor(Maderamica)	118	4	472				
	Sillas (Maderamica)	40	15	600				
	Sofá para el sala-estar 2puestos(Maderamica)	185	1	185				
	Estante para libros(Ecuamueble)	60	1	60				
	Mesa de centro para sala-estar(Maderamica)	85	1	85				
	Mostrador de caja (Arq. Juca)	500	1	500				
	Tabla de menú para la pared(Señal X)	200	1	200				
	<b>MUEBLES Y ENSERES de la Bodega</b>			<b>500</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Estante para almacenar alimentos (Arq. Juca)	500	1	500				
<b>EQUIPO y MOVILIARIO</b>				<b>12.384</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>EQUIPOS DE COCINA</b>			<b>11.758</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Licuadaora waring(Alm. Total Chef)	238	2	476				
	Extractor industrial de cítricos(egdeca)	767	1	767				
	Heladera Taylor (helados de crema) (Alm. Equideca)	8.500	1	8.500				
	Maquinas de café marca Astoria (Alm. J. Eljuri)	990	1	990				
	Moledor de grano de café (Alm. J. Eljuri)	300	1	300				
	Tostadora (Alm. Jaher)	80	1	80				
	Horno tostador(Alm. Jaher)	80	1	80				
	Frigorífico 16 " blanco (Alm. J. Eljuri)	566	1	566				
	<b>EQUIPO DE BAR</b>			<b>60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Calculadora de mesa(Alm. Jaher)	60	1	60				
	<b>EQUIPO DE BODEGA</b>			<b>566</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Frigorífico 16 " blanco (Alm. J. Eljuri)	566	1	566				
<b>OBRA CIVIL</b>				<b>1.471</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>RENOVACION Y ADECUACION LOCAL</b>				<b>1.471</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>a) Mano de Obra</b>			<b>0</b>				
	<b>b) Materiales</b>			<b>1.471</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Lavador con tina de cemento (Arq. Carlos Juca)	200	1	200				
	Pared de panel divisor para bodega escusados	171	1	171				
	lavabos	60	2	120				
	paredes	80	2	160				
	Letrero	420	1	420				
		400	1	400				
				0				
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>				<b>200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>				200				
	Gastos de constitución	200	1	200				
<b>PREPAGADOS</b>				0				

## Cuadro de Amortización

## Anexo 2

Cuotas	Fecha Vencimiento	# Días	Valor Capital	Interés	Seguros	Otros	Total	
1	2007-01-31	30	245,00	150,00	0,00	37,50	432,50	
2		31	247	152,00	0,00	38,12	437,12	
3		31	250	150	0,00	37,48	437,48	
4		30	252	143	0,00	35,65	430,65	
5		31	255	145	0,00	36,18	436,18	
6		30	258	138	0,00	34,38	430,38	
7		31	260	139	0,00	34,86	433,86	
8		31	263	137	0,00	34,19	434,19	
9		28	265	121	0,00	30,26	416,26	
10		31	268	131	0,00	32,82	431,82	
11		30	271	124	0,00	31,09	426,09	
12		31	273	126	0,00	31,43	430,43	5.177
13		30	276	119	0,00	29,73	424,73	
14		31	279	120	0,00	30,01	429,01	
15		31	282	117	0,00	29,29	428,29	
16		30	284	111	0,00	27,64	422,64	
17		31	287	111	0,00	27,83	425,83	
18		30	290	105	0,00	26,21	421,21	
19		31	293	105	0,00	26,34	424,34	
20		31	296	102	0,00	25,58	423,58	
21		29	299	93	0,00	23,21	415,21	
22		31	302	96	0,00	24,04	422,04	
23		30	305	90	0,00	22,51	417,51	
24		31	308	90	0,00	22,48	420,48	5.074,87
25		30	311	84	0,00	20,98	415,98	
26		31	314	84	0,00	20,88	418,88	
27		31	317	80	0,00	20,06	417,06	
28		30	321	74	0,00	18,63	413,63	
29		31	324	74	0,00	18,42	416,42	
30		30	327	68	0,00	17,01	412,01	
31		31	330	67	0,00	16,73	413,73	
32		31	334	64	0,00	15,88	413,88	
33		28	337	54	0,00	13,57	404,57	
34		31	340	57	0,00	14,15	411,15	
35		30	344	51	0,00	12,84	407,84	
36		31	347	50	0,00	12,38	409,38	4.954,53
37		30	351	44	0,00	11,12	406,12	
38		31	354	42	0,00	10,58	406,58	
39		31	358	39	0,00	9,66	406,66	
40		30	361	34	0,00	8,46	403,46	
41		31	365	31	0,00	7,81	403,81	
42		30	368	27	0,00	6,64	401,64	
43		31	372	24	0,00	5,91	401,91	
44		31	376	20	0,00	4,95	400,95	
45		28	380	14	0,00	3,6	397,60	
46		31	383	12	0,00	3	398,00	
47		30	387	8	0,00	1,95	396,95	
48		31	391	4	0,00	1,01	396,01	4.819,69
			15.000,00	4.021,00	0,00	1.005,05	20.026,05	

Fuente: Cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista, 2006.

Elaborado: JEMS

## Plan Operativo

## Anexo 3

	En miles de \$						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VENTAS	41.445	45.589	49.734	53.878	53.878	0	0
Ventas Bar	41.445	45.589	49.734	53.878	53.878		
COMPRAS	22.419	24.661	26.903	29.145	29.145	0	0
Costo de Materia Prima de Bar	22.419	24.661	26.903	29.145	29.145		
MANO DE OBRA	2.713	2.713	2.713	5.266	5.266	0	0
Mano de Obra Directa	2.713	2.713	2.713	5.266	5.266		
GASTOS OPERATIVOS	17.380	17.228	17.107	16.973	12.153	0	0
Sueldo Ventas	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713		
Publicidad	720	720	720	720	720		
Gastos Misceláneos	240	240	240	240	240		
Pagos de Préstamo	5.177	5.075	4.955	4.820	0		
Arriendo Local	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400		
Permisos de Operación	150	150	150	150	150		
Seguridad	120	120	120	120	120		
Contabilidad	360	360	360	360	360		
Luz, Agua y Teléfono	960	960	960	960	960		
Utensilios y Vajilla	100	50	50	50	50		
Depreciación	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400		
Amortización	40	40	40	40	40		
CAPITAL DE TRABAJO	1.454	145	145	145	0	0	0
Saldo de Efectivo	1.454	145	145	145	0		
Cuentas por Cobrar							
Cuentas por Pagar							

Fuente: Investigación de Campo, Proyección de la Demanda, 2006.

Elaborado: JEMS

## Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VENTAS	41.445	45.589	49.734	53.878	53.878	0	0
COSTO VENTAS	25.132	27.374	29.616	34.411	34.411	0	0
UTILIDAD BRUTA VENTAS	16.312	18.215	20.117	19.467	19.467	0	0
GASTOS OPERACIONALES	17.380	17.228	17.107	16.973	12.153	0	0
UTILIDAD OPERACIONAL	-1.067	987	3.010	2.494	7.314	0	0
Participación Trabajadores (15%)	0	148	452	374	1.097	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-1.067	839	2.559	2.120	6.217	0	0
Impuesto a la Renta 25%	0	210	640	530	1.554	0	0
UTILIDAD NETA EJERCICIO	-1.067	629	1.919	1.590	4.663	0	0

Fuente: Plan Operativo, 2006.

Elaborado: JEMS

(Con financiamiento)

**Anexo 4**

**FLUJO DE EFECTIVO**  
**JUICI FRUIT BAR**  
**Estado de Flujo de Caja Financiero Pro Forma Proyectado**  
**Punto de vista del Propietario**

Rubro \ años	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>INGRESOS:</b>								
VENTAS		41.445	45.589	49.734	53.878	53.878	0	0
Valor Residual*						1.226		
Préstamo	15.000							
<b>ENTRADA DE EFECTIVO</b>	<b>15.000</b>	<b>41.445</b>	<b>45.589</b>	<b>49.734</b>	<b>53.878</b>	<b>55.104</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>EGRESOS</b>								
<b>a) INVERSION</b>	<b>23.424</b>	<b>0</b>						
MUEBLES Y ENSERES	9.369							
EQUIPO y MOVILIARIO	12.384							
OBRA CIVIL	1.471							
GASTOS DE CONSTITUCION	200							
<b>b) OPERACIÓN</b>		<b>39.526</b>	<b>40.308</b>	<b>42.429</b>	<b>47.090</b>	<b>42.125</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>COMPRAS:</b>		<b>22.419</b>	<b>24.661</b>	<b>26.903</b>	<b>29.145</b>	<b>29.145</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Costo de Materia Prima de Bar		22.419	24.661	26.903	29.145	29.145	0	0
<b>MANO DE OBRA:</b>		<b>2.713</b>	<b>2.713</b>	<b>2.713</b>	<b>5.266</b>	<b>5.266</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mano de Obra Directa		2.713	2.713	2.713	5.266	5.266	0	0
<b>OTROS GASTOS:</b>		<b>12.940</b>	<b>12.788</b>	<b>12.668</b>	<b>12.533</b>	<b>7.713</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Sueldo Ventas		2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	0	0
Publicidad		720	720	720	720	720	0	0
Gastos Misceláneos		240	240	240	240	240	0	0
Pagos de Préstamo		5.177	5.075	4.955	4.820	0	0	0
Arriendo Local		2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	0	0
Permisos de Operación		150	150	150	150	150	0	0
Seguridad		120	120	120	120	120	0	0
Contabilidad		360	360	360	360	360	0	0
Luz, Agua y Teléfono		960	960	960	960	960	0	0
Utensilios y Vajilla		100	50	50	50	50	0	0
<b>Cuentas por Pagar (cambio)</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Efectivo como capital de trabajo</b>		<b>1.454</b>	<b>145</b>	<b>145</b>	<b>145</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Participación de Trabajadores		0	148	452	374	1.097	0	0
Impuestos		0	210	640	530	1.554	0	0
<b>EGRESOS EN EFECTIVO:</b>	<b>23.424</b>	<b>39.526</b>	<b>40.666</b>	<b>43.521</b>	<b>47.994</b>	<b>44.776</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO:</b>	<b>-8.424</b>	<b>1.919</b>	<b>4.924</b>	<b>6.213</b>	<b>5.884</b>	<b>10.328</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Factor de VPN</b>		<b>1,10</b>	<b>1,22</b>	<b>1,34</b>	<b>1,48</b>	<b>1,63</b>	<b>1,80</b>	<b>1,98</b>
VPN	20.745	1.740	4.050	4.635	3.981	6.338	0	0
VAN	<b>12.321</b>							
TIR	<b>46,28%</b>							
r (Tasa de Descuento)	<b>10,26%</b>							

Fuente: Plan Operativo, 2006.

Elaborado: JEMS

(Sin financiamiento)

## Anexo 5

**FLUJO DE EFECTIVO**  
**JUICI FRUIT BAR**  
**Estado de Flujo de Caja Financiero Pro Forma Proyectado**  
**Punto de vista del Propietario**

Rubro \ años	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>INGRESOS:</b>								
VENTAS		41.445	45.589	49.734	53.878	53.878	0	0
Valor Residual*						1.226		
Préstamo	0							
<b>ENTRADA DE EFECTIVO</b>	<b>0</b>	<b>41.445</b>	<b>45.589</b>	<b>49.734</b>	<b>53.878</b>	<b>55.104</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>EGRESOS</b>								
<b>a) INVERSION</b>	<b>23.424</b>	<b>0</b>						
MUEBLES Y ENSERES	9.369							
EQUIPO y MOVILIARIO	12.384							
OBRA CIVIL	1.471							
GASTOS DE CONSTITUCION	200							
<b>b) OPERACIÓN</b>		<b>34.349</b>	<b>35.233</b>	<b>37.475</b>	<b>42.270</b>	<b>42.125</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>COMPRAS:</b>		<b>22.419</b>	<b>24.661</b>	<b>26.903</b>	<b>29.145</b>	<b>29.145</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Costo de Materia Prima de Bar		22.419	24.661	26.903	29.145	29.145	0	0
<b>MANO DE OBRA:</b>		<b>2.713</b>	<b>2.713</b>	<b>2.713</b>	<b>5.266</b>	<b>5.266</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mano de Obra Directa		2.713	2.713	2.713	5.266	5.266	0	0
<b>OTROS GASTOS:</b>		<b>7.763</b>	<b>7.713</b>	<b>7.713</b>	<b>7.713</b>	<b>7.713</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Sueldo Ventas		2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	0	0
Publicidad		720	720	720	720	720	0	0
Gastos Misceláneos		240	240	240	240	240	0	0
Pagos de Préstamo		0	0	0	0	0	0	0
Arriendo Local		2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	0	0
Permisos de Operación		150	150	150	150	150	0	0
Seguridad		120	120	120	120	120	0	0
Contabilidad		360	360	360	360	360	0	0
Luz, Agua y Teléfono		960	960	960	960	960	0	0
Utensilios y Vajilla		100	50	50	50	50	0	0
<b>Cuentas por Pagar (cambio)</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Efectivo como capital de trabajo</b>		<b>1.454</b>	<b>145</b>	<b>145</b>	<b>145</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Participación de Trabajadores		0	148	452	374	1.097	0	0
Impuestos		0	210	640	530	1.554	0	0
<b>EGRESOS EN EFECTIVO:</b>	<b>23.424</b>	<b>34.349</b>	<b>35.591</b>	<b>38.566</b>	<b>43.174</b>	<b>44.776</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO:</b>	<b>-23.424</b>	<b>7.095</b>	<b>9.998</b>	<b>11.168</b>	<b>10.704</b>	<b>10.328</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Factor de VPN</b>		<b>1,08</b>	<b>1,18</b>	<b>1,28</b>	<b>1,38</b>	<b>1,50</b>	<b>1,63</b>	<b>1,77</b>
VPN	38.411	6.542	8.500	8.753	7.735	6.881	0	0
VAN	<b>14.987</b>							
TIR	<b>29,09%</b>							
r (Tasa de Descuento)	<b>8,46%</b>							

Fuente: Plan Operativo, 2006.

Elaborado: JEMS

## Mano de Obra

## Anexo 6

CODIGO	CARGO	Sueldo básico Mes	IESS 9.35%	Liquidado a Pagar	Aporte Patronal 12.15%	XIII (Dic)	XIV (Sep)	F. Reserva (Sep)	Vacaciones	Costo Mes	Costo Anual
<b>1</b>	<b>Mano de Obra Directa</b>										<b>2.713,20</b>
1.1	Preparador de alimentos	160,00	14,96	145,04	19,44	13,33	13,33	13,33	6,67	226,10	2.713,20
1.2	Ayudante de Preparador/mesero		0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00
<b>2</b>	<b>Gastos Personal de Ventas</b>										<b>2.713,20</b>
2.1	Cajera/ administrador	160,00	14,96	145,04	19,44	13,33	13,33	13,33	6,67	226,10	2.713,20
	<b>TOTALES</b>	<b>320,00</b>	<b>29,92</b>	<b>290,08</b>	<b>38,88</b>	<b>26,66</b>	<b>26,66</b>	<b>26,66</b>	<b>13,34</b>	<b>452,20</b>	<b>5.426,40</b>

Fuente: Tabla Sectorial del IESS, 2006.

Elaborado: JEMS

A partir del cuarto año se trabaja con 3 empleados:

CODIGO	CARGO	Sueldo básico Mes	IESS 9.35%	Liquidado a Pagar	Aporte Patronal 12.15%	XIII (Dic)	XIV (Sep)	F. Reserva (Sep)	Vacaciones	Costo Mes	Costo Anual
<b>1</b>	<b>Mano de Obra Directa</b>										<b>5.266,44</b>
1.1	Preparador de alimentos	160,00	14,96	145,04	19,44	13,33	13,33	13,33	6,67	226,10	2.713,20
1.2	Ayudante de Preparador/mesero	160,00	14,96	145,04	19,44	13,33		13,33	6,67	212,77	2.553,24
<b>2</b>	<b>Gastos Personal de Ventas</b>										<b>2.713,20</b>
2.1	Cajera/ administrador	160,00	14,96	145,04	19,44	13,33	13,33	13,33	6,67	226,10	2.713,20
	<b>TOTALES</b>	<b>480,00</b>	<b>44,88</b>	<b>435,12</b>	<b>58,32</b>	<b>39,99</b>	<b>26,66</b>	<b>39,99</b>	<b>20,01</b>	<b>664,97</b>	<b>7.979,64</b>

Fuente: Tabla Sectorial del IESS, 2006.

Elaborado: JEMS

Cuadro de Depreciaciones  
De Activos Fijos

**Anexo 7**

<b>RESUMEN DE INVERSIONES</b>		<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>ACTIVOS FIJOS (DEPRECIABLES)</b>		<b>23.224</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
MUEBLES Y ENSERES		9.369	0	0	0	0
EQUIPO y MOVILIARIO		12.384	0	0	0	0
OBRA CIVIL		1.471	0	0	0	0
<b>ACTIVOS FIJOS (AMORTIZABLES)</b>		<b>200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
GASTOS DE CONSTITUCION		200	0	0	0	0
<b>TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS</b>		<b>23.424</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**PROYECCION DE LAS DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES**

<b>CALCULO ANUAL</b>		<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>ACTIVOS FIJOS (DEPRECIABLES)</b>		<b>4.400</b>	<b>4.400</b>	<b>4.400</b>	<b>4.400</b>	<b>4.400</b>
MUEBLES Y ENSERES		1.874	1.874	1.874	1.874	1.874
EQUIPO y MOVILIARIO		2.477	2.477	2.477	2.477	2.477
OBRA CIVIL		49	49	49	49	49
<b>ACTIVOS FIJOS (AMORTIZABLES)</b>		<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>
GASTOS DE CONSTITUCION		40	40	40	40	40
<b>TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b>		<b>4.440</b>	<b>4.440</b>	<b>4.440</b>	<b>4.440</b>	<b>4.440</b>

<b>Valores Residuales:</b>		
Muebles y Enseres		0
Equipo y Mobiliario		0
Obra Civil (Construcciones)		1.226
<b>TOTAL</b>		<b>1.226</b>

## Anexo 8 Costo Unitario por Producto

### Sándwich Submarino

Costo de un sándwich ESPECIAL						
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
pan	.08	1	1	.08	1	0,08
jamón	1.87	200gr.	10 rodajas	0.187	2 rodajas	0,37
pollo	2.62	200gr.	12 rodajas	0.22	2 rodajas	0,44
queso	1.83	500gr.	25 rodajas	.073	2 rodajas	0,15
tomate	1.00	3 lb.	24 rodajas	0.04	2 rodajas	0,08
cebolla	1.00	3 lb.	24 rodajas	.042	2 rodajas	0,08
lechuga	0.85	100%	100%	0.09	10%	0,09
salsa	3.25	100%	100%	.162	5%	0,162
papel cebolla	\$5.00	1 hoja	100 hojas	0,05	1 hoja	0,05
					<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$1,50</b>
					<b>MARGEN RENTA</b>	<b>30%</b>
					<b>PVP.</b>	<b>\$1,95</b>

Costo de un sándwich SUPER						
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
pan	.08	1	1	.08	1	0,08
jamón	1.87	200gr.	10 rodajas	0.187	2 rodajas	0,37
salame	2.14	200gr.	20 rodajas	.107	2 rodajas	0,21
queso	1.83	500gr.	25 rodajas	.073	2 rodajas	0,15
pickles	2.50	100%	100%	.25	10%	0,25
tomate	1.00	3 lb.	24 rodajas	.042	2 rodajas	0,08
cebolla	1.00	3 lb.	24 rodajas	.042	2 rodajas	0,08
salsa	3.25	100%	100%	.162	5%	0,162
papel cebolla	\$5.00	1 hoja	100 hojas	0,05	1 hoja	0,05
					<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$1,43</b>
					<b>MARGEN RENTA</b>	<b>36%</b>
					<b>PVP.</b>	<b>\$1,95</b>

### Costo unitario por Producto

<b>Costo de un sándwich MIXTO</b>						
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
pan	.08	1	1	.08	1	0,08
salame	2.14	200gr.	20 rodajas	.107	2 rodajas	0,21
pollo	2.62	200gr.	12 rodajas	0.22	2 rodajas	0,44
jamón	1.87	200gr.	10 rodajas	0.187	2 rodajas	0,37
queso	1.83	500gr.	25 rodajas	.073	2 rodajas	0,15
tomate	1.00	3 lb.	24 rodajas	0.04	2 rodajas	0,08
cebolla	1.00	3 lb.	24 rodajas	.042	2 rodajas	0,08
lechuga	0.85	100%	100%	0.09	10%	0,09
salsa	3.25	100%	100%	.162	5%	0,162
papel cebolla	\$5.00	1 hoja	100 hojas	0,05	1 hoja	0,05
					<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$1,66</b>
					<b>MARGEN RENTA</b>	<b>35%</b>
					<b>PVP.</b>	<b>\$2,24</b>

## Costo Unitario por Producto

### Ensalada de Frutas

<b>Ensalada de fruta simple con uva</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
papaya	1.00	100%	0.10	10%	0,10
melón	1.00	100%	0.10	10%	0,10
guineo	0.05	1	0.03	5%	0,03
piña	1.00	100%	0.10	10%	0,10
uvas	1.00	1 lb.	0.20	20%	0,20
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,53</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>70%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,90</b>

<b>Ensalada de fruta simple con fresa</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
papaya	1.00	100%	0.10	10%	0,10
melón	1.00	100%	0.10	10%	0,10
guineo	0.05	1	0.03	5%	0,03
piña	1.00	100%	0.10	10%	0,10
fresa	1.00	1 lb.	0.20	20%	0,20
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,53</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>70%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,90</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>Ensalada de fruta/ jugo de naranja</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
jugo de naranja	1.00	15	0.07	2	0,14
papaya	1.00	100%	0.10	10%	0,10
melón	1.00	100%	0.10	10%	0,10
guineo	0.05	1	0.03	5%	0,03
piña	1.00	100%	0.10	10%	0,10
<b>fresa/uva</b>	1.00	1 lb.	0.20	20%	0,20
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,67</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>49%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$1,00</b>

<b>Ensalada de fruta con yogur /de uva</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Yogur	1.10	1 litro	0.11	10%	0,11
papaya	1.00	100%	0.10	10%	0,10
melón	1.00	100%	0.10	10%	0,10
guineo	0.05	1	0.03	5%	0,03
piña	1.00	100%	0.10	10%	0,10
<b>con uvas</b>	1.00	1 lb.	0.20	20%	0,20
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,64</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>56%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$1,00</b>

## Costo Unitario por Producto

<b>Ensalada de fruta con yogur/ de fresa</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Yogur	1.10	1 litro	0.11	0.11	0,11
papaya	1.00	100%	0.10	10%	0,10
melón	1.00	100%	0.10	10%	0,10
guineo	0.05	1	0.03	5%	0,03
piña	1.00	100%	0.10	10%	0,10
<b>con fresa</b>	1.00	1 lb.	0.20	20%	0,20
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,64</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>56%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$1,00</b>

## Tostadas

<b>Tostada de queso</b>						
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Su pan	1.00	20 rodajas	20 rodajas	0.05	2 rodajas	0,10
queso	1.83	500gr.	25 rodajas	.073	2 rodajas	0,15
mantequilla	1.34	500gr.	500gr.	0.07	5%	0,07
				<b>COSTO UNITARIO</b>		<b>\$0,32</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>		<b>55%</b>
				<b>PVP.</b>		<b>\$0,50</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>Tostada de queso con jamón</b>						
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
Su pan	1.00	20 rodajas	20 rodajas	0.05	2 rodajas	0,10
queso	1.83	500gr.	25 rodajas	.073	2 rodajas	0,15
jamón	1.87	200gr.	10 rodajas	0.187	1 rodaja	0,19
mantequilla	1.34	500gr.	500gr.	0.07	5%	0,07
					<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,51</b>
					<b>MARGEN RENTA</b>	<b>39%</b>
					<b>PVP.</b>	<b>\$0,70</b>

### Helado de Cono

<b>Helado de vainilla/chocolate/mixto</b>						
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad disponible	costo unitario	cantidad utilizada	costo final
cono	0.02	1	1	0.02	1	0,02
mezcla	5.80	7.6 litros	11 porciones	0.20	1 porción	0,2
					<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,22</b>
					<b>MARGEN RENTA</b>	<b>195%</b>
					<b>PVP.</b>	<b>\$0,65</b>

## Costo Unitario por Producto

### Yogur

<b>Yogur de mango/mora/durazno</b>					
Ingrediente	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
yogur	1,100	1 litro	50%	0,55	0,55
envase plástico	4.00	100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,59</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>27%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$75%</b>

### Batidos

<b>Batido de papaya</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
papaya	1.00	100%	10%	0.10	0,1
leche	0.50	1 funda	1/2 funda	0.25	0,25
miel de caña	3.00	1 litro	1 cucharada (5%)	0.15	0,15
envase plástico	4.00	100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,54</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>49%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,80</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>Batido de guineo</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
guineo	0.05	1	1	0.05	0,05
leche	0.50	1 funda	1/2 funda	0.25	0,25
avena	1.50	5%	1 cucharada	0.07	0,07
germen de trigo	1.00	5%	5%	0,05	0,05
envase plástico	4.00	100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,46</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>74%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,80</b>

<b>Batido de frutilla</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
frutilla	1.00	1 lb.	20%	.20	0,2
leche	0.50	1 funda	1/2 funda	0.25	0,25
miel de caña	2.00	1 litro	1 cucharada(5%)	0,1	0,1
envase plástico	4.00	100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,59</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>36%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,80</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>Batido de higo</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
Higo	1.00	10	2	0.10	0,20
leche	0.50	1 funda	1/2 funda	0.25	0,25
envase plástico	4.00	100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,49</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>64%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,80</b>

### Jugo de Extracto de Fruta

<b>jugo de naranja</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
naranjas	1.00	15	3	0.07	0,21
envase plástico	4.00	100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,21</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>185%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,60</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>jugo de limón</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
limón	1.00	15	3	0.07	0,21
azúcar	1.00	1 libra	5%	0,05	0,05
envase plástico	4.00	100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,26</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>132%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,60</b>

<b>jugo de naranja con uva</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
uva	1.00	1 lb.	20%	0.20	0,20
naranja	1.00	15	2	0.14	0,14
envase plástico		100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,38</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>58%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,60</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>jugo de naranja con piña</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
piña	1.00	1 lb.	20%	0.20	0,20
naranja	1.00	15	2	0.14	0,14
envase de plástico		100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,34</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>75%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,60</b>

<b>jugo de naranja con alfalfa</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
alfalfa	0.20	1 atado	33%	0.07	0,07
naranja	1.00	15	2	0.14	0,14
envase plástico		100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,25</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>138%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,60</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>jugo de piña con maracayá</b>					
Ingredientes	precio	cantidad	cantidad utilizada	costo unitario	costo final
piña	1.00	1	20%	0.20	0,20
maracayá	1.00	10	2	0.10	0,20
envase plástico		100	1	0,04	0,04
				<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,44</b>
				<b>MARGEN RENTA</b>	<b>37%</b>
				<b>PVP.</b>	<b>\$0,60</b>

### Postres

producto	precio	cantidad	costo unitario	costo final
<b>Pie de manzana</b>	6.00	8 porciones	0.75	0,75
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,75</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>33%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$1,00</b>

producto	precio	cantidad	costo unitario	costo final
<b>Pie de mora</b>	6.00	8 porciones	0.75	0,75
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,75</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>33%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$1,00</b>

### Costo Unitario por Producto

producto	precio	cantidad	costo unitario	costo final
<b>Pie de durazno</b>	6.00	8 porciones	0.75	0,75
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,75</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>33%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$1,00</b>

producto	precio	cantidad	costo unitario	costo final
<b>Cheese cake</b>	6.00	8 porciones	0.75	0,75
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,75</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>33%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$1,00</b>

producto	precio	cantidad	costo unitario	costo final
<b>Galletas de avena</b>	1.20	12	0.10	0,1
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,10</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>50%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$0,15</b>

producto	precio	cantidad	costo unitario	costo final
<b>Humitas</b>	4.80	12	0.40	0,4
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,40</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>25%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$0,50</b>

## Costo Unitario por Producto

### Café y te

<b>Tinto</b>				
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	costo final
granos de café molido	4.00	40 servidas	0,1	0,1
agua				0,05
envase espumaflex	3.20	100	0,03	0,03
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,18</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>175%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$0,50</b>

<b>Capuchino</b>				
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	costo final
granos de café molido	4.00	40 servidas	0,1	0,1
leche	0,5	10 servidas	0,05	0,05
canela en polvo	1	25 servidas	0,04	0,04
agua				0,05
envase espumaflex	3.20	100	0,03	0,03
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,27</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>85%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$0,50</b>

### Costo Unitario por Producto

<b>Expreso</b>				
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	costo final
granos de café molido	4	40 servidas	0,1	0,1
agua				0,05
envase espumaflex	3.20	100	0,03	0,03
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,18</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>175%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$0,50</b>

<b>Chocolate</b>				
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	costo final
leche	0,5	10 servidas	0,05	0,05
agua				0,05
mezcla de chocolate	1	20 servidas	0,05	0,05
envase espumaflex	3.20	100	0,03	0,03
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,18</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>175%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$0,50</b>

<b>Te</b>				
Ingredientes	precio	cantidad	costo unitario	costo final
bolsa de te	1	20	0,05	0,05
agua				0,05
envase espumaflex	3.20	100	0,03	0,03
			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$0,13</b>
			<b>MARGEN RENTA</b>	<b>285%</b>
			<b>PVP.</b>	<b>\$0,50</b>

## Capital de Trabajo

## Anexo 9

## 1-15 ENERO

	Ene-07															
	L	M	MI	J	V	S	D	L	M	MI	J	V	S	D	L	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
VENTAS	0	0	111	111	223	223	0	0	0	111	111	223	223	0	0	
Ventas Bar			111	111	223	223				111	111	223	223			
EGRESOS	937	0	0	0	0	0	467	0	0	0	0	0	0	467	0	
Costo de Materia Prima de Bar	467						467							467		
MANO DE OBRA																
Mano de Obra Directa																
GASTOS OPERATIVOS																
Sueldo Ventas																
Publicidad																
Gastos Misceláneos	120															
Pagos de Préstamo																
Arriendo Local	200															
Permisos de Operación	150															
Seguridad																
Contabilidad																
Luz, Agua y Teléfono																
Depreciación																
Amortización																
SALDO DE EFECTIVO	-937	0	111	111	223	223	-467	0	0	111	111	223	223	-467	0	
DEFICIT ACUMULADO	-937	-937	-826	-714	-491	-269	-736	-736	-736	-624	-513	-290	-67	-534	-534	
CAPITAL DE TRABAJO	1.454															

Fuente: Método Déficit Máximo Acumulado, 2006.

Elaborado: JEMS

## Capital de Trabajo

## Anexo 9 “continuación”

## 16- 31 ENERO

DIA Martes	MI	J	V	S	D	L	M	MI	J	V	S	D	L	M	MI	J	V
FECHA 16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2
(Ventas) 0	111	111	223	223	0	0	0	111	111	223	223	0	0	0	111	111	223
(Ventas bar.) 111	111	111	223	223				111	111	223	223				111	111	223
(Egresos) o	0	0	0	0	467	0	0	0	0	0	0	467	0	0	1.434	0	0
COSTO Mat. Prima del Bar					467							467					
Mano de Obra															226		
Sueldo de ventas															226		
Publicidad															60		
Pago de préstamo															431		
Seguridad															10		
Contador Luz/Agua/ Teléfono															30		
															80		
Depreciación															367		
Amortización															3		
SALDO DE EFECTIVO 0	111	111	223	223	-467	0	0	111	111	223	223	-467	0	0	1.322	111	223
DEFICIT ACUMULADO -534	-423	-311	-89	134	-333	-333	-333	-221	-110	113	336	-131	-131	-131	<b>1.454</b>	-	-
CAPITAL DE TRABAJO \$1454																	

Fuente: Método Déficit Máximo Acumulado, 2006.

Elaborado: JEMS

\*El día que tiene máximo egreso dentro del mes de trabajo para la empresa representa el Capital de Trabajo.

## Anexo 9 “continuación”

Calculo del Capital de Trabajo para los siguientes años:

INCREMENTO DE CAPITAL DE TRABAJO POR AUMENTO DE LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA	% INCREMENTO	CAPITAL EN OPERACIÓN	INV. CAPITAL DE TRABAJO
------	---------	--------------	----------------------	-------------------------

0				1.454
1	41.445	0%	1.454	145
2	45.589	10%	1.599	145
3	49.734	9%	1.744	145
4	53.878	8%	1.890	-
5	53.878	0%	1.890	

Capital de trabajo inicial **1454**

Capital de trabajo (año 1) + (1454 \* 10%) = 1599  
1454

Capital de trabajo (año 2) + (1599 \* 9%) = 1744  
1599

Capital de trabajo (año 3) + (1744 \* 8%) = 1890  
1744

Capital de trabajo (año 4) + (1890 \* 0%) = 1890  
1890

Año 2 - Año 1 = 145

Año 3 - Año 2 = 145

Año 4 - Año 3 = 145

Año 5 - Año 5 = 0 (no hay incremento en Capital de trabajo)

## Anexo 10

### Desarrollo de la Marca



El logo se aplicara en los individuales para las mesas y en el menú con la intención de desarrollar identidad con la marca.

## Anexo 11

Calculo de Punto de Equilibrio:

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	\$20093	\$19941	\$19821	\$22239	\$17419
COSTO VARIABLE	\$24661	\$26903	\$29145	\$29145	\$29145
VENTAS ANUALES TOTALES	\$41445	\$45589	\$49734	\$53878	\$538787
PE (\$)	\$43770	\$43439	\$43177	\$48445	\$37946

### Costos Fijos

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

\*Datos del Plan operativo

costo fijo = mano obra + gastos operativos

costo variable = Costo de materia prima del bar

Ventas anuales totales

\*En el primer año de operación, las ventas son menores al punto de equilibrio, significando perdida para la empresa, pero a partir del segundo año, las ventas futuras supera el punto de equilibrio permitiendo que la empresa sea rentable.

## Anexo 12

Requisitos legales para el funcionamiento del café-bar:

1. Obligatorio previo el inicio de la actividad, el registro único de turismo que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos en el Ministerio de Turismo. El trámite se realiza una sola vez, pagando el valor de \$11,33 por cada mesa, se considera mesas para cuatro personas.
2. Obtener una licencia única anual de funcionamiento, indispensable para operar en el Municipio de Cuenca, la cual tiene un valor de \$60.
3. El permiso de funcionamiento por parte de los Bomberos que tiene un costo de \$50.

# UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DISEÑO DE ENSAYO

TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UN CAFÉ-BAR EN LA  
CIUDAD DE CUENCA, SECTOR COLISEO MAYOR”

AUTOR: ESTEBAN MERCHAN

CUENCA – ECUADOR

2006

# **PLAN DE INVESTIGACION TIPO ENSAYO**

## **1. TEMA.**

**Proyecto de Factibilidad de un café-bar en la Ciudad de Cuenca, sector Coliseo Mayor**

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.**

Las razones por las cuales se realizara el trabajo son:

Desde el punto de vista académico, el tema planteado cumple con los reglamentos de trabajos de investigación y monografías de la Universidad del Azuay, Facultad de Ciencias de la Administración, Escuela de Administración de Empresas; ya que esta plenamente relacionada con la carrera de Ingeniería Comercial.

En el plano personal, deseo poner en práctica el conocimiento adquirido durante mis estudios realizados dentro de la Universidad del Azuay, crear fuentes de trabajo y de satisfacer las necesidades existentes en el mercado a través de la prestación de este servicio.

Además, cuento con las suficientes fuentes de información por parte de las instituciones y empresas que intervienen en la investigación, así como las fuentes bibliográficas, el asesoramiento académico por parte de profesores y la plena voluntad de los autores.

### **3. PROBLEMATIZACIÓN.**

#### **3.1 PROBLEMA GENERAL.-**

El sector Coliseo Mayor carece de un local en donde las personas y deportistas en general puedan ir y disfrutar de bebidas nutritivas como son: extractos de frutas, batidos, sándwiches, café, postres y helados de cono.

### **4. OBJETIVOS.**

#### **4.1 OBJETIVO GENERAL.**

Introducir un café-bar legalmente constituido y funcionando en la ciudad de Cuenca, sector Coliseo Mayor de Deportes para el segundo semestre del año 2006.

#### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- 4.2.1 Determinar la viabilidad financiamiento del proyecto.
- 4.2.1.1 Determinarla inversión y realizar un plan de financiamiento necesario para emprender el proyecto.
- 4.2.2. Definir detalladamente la estructura, logística, organización y metas de la empresa tomando en cuenta características, misión, visión y valores.
- 4.2.2.1. Determinar los gustos y preferencias del consumidor a través de un estudio de mercado.
- 4.2.3. Crear fuentes de trabajo.

## 5. MARCO TEORICO.

Será basado en el enfoque “compañías visionarias” del libro “Empresas que perduran” por James C. Collins y Jerry I. Porras.

Tomando en cuenta lo delineado dentro de este libro acerca de compañías visionarias y de pensamientos administrativos que ellos llaman “mitos”, o sea de teorías que se piensa que las compañías necesitan para que perduren, he decidido enfocar mi marco teórico.

Primeramente describamos ¿que es una compañía visionaria? De acuerdo a los autor, las compañías visionarias son instituciones admiradas por sus colegas y que tienen la larga tradición de haber ejercido una influencia significativa en el mundo que lo rodea a través del tiempo..

El proyecto de café-bar no es algo nuevo en el mercado, es mas existen varios en Cuenca. Mi objetivo es entrar al mercado, crecer y ser más que una empresa que genera utilidades. No ser una compañía que solo cumple lo necesario para satisfacer las necesidades del consumidor sino crear una ambiente de bien estar, agrado y confianza. ¿Cómo pretendo lograrlo? ¿Cómo llegar a ser una compañía visionaria?

Toda compañía es una organización pero lo distingue la una de la otra a través del tiempo es “como” esta estructurado esta organización. Este libro describe como punto clave del éxito la “organización” de las compañías analizadas.

TODO líder, por mas carismático o visionario que sea, al fin se muere, todo producto y servicio – todas las “grandes ideas” – al fin se vuelven obsoletos pero para que una compañía perdure a través del tiempo necesita una buena organización. A continuación describiré porque estoy de acuerdo con los autores y la aplicación de sus teorías a mi proyecto:

Se piensa que para empezar una gran empresa se debe tener una “gran idea”. Los autores descartan esta pensamiento ya que muchas empresas empezaron sin ninguna idea específica, como por ejemplo: la empresa Hewlett Packard fundada en 1937 por 2 jóvenes menores de 25 años y sin mayor experiencia en los negocios. Dijo Hill Hewlett “En mis ocasionales charlas en las facultades de administración de negocios, el profesor de administración se escandalizaba cuando les cuento que nosotros no teníamos ningún plan cuando empezamos - éramos oportunistas”.

Lo que pretendo decir con esto es que mi idea de introducir un café-bar en Cuenca no es algo innovador sino deseo actuar oportunamente al satisfacer una necesidad en ese sector del Coliseo Mayor de la cual carece y a la vez hacerlo con gusto no solo pensando en lucrar.

Además se piensa que las compañías visionarias necesitan grandes líderes carismáticos. Los autores niegan este hecho. Como ejemplo nombran a William Mc Knight. ¿Suena conocido? Tal vez no. Es el fundador de la famosa empresa 3M. El empezó a trabajar en 1907 como auxiliar de contabilidad, y de allí ascendió a contador de costos, gerente de ventas y luego a gerente general. La empresa que el guió durante 52 años cobro fama pero el no. Según un estudio acerca de el, su biografía lo describe como un hombre que “sabe escuchar”, “humilde”, “modesto”, “callado, reflexivo y serio” entre otras. A igual se describe a Masaru Ibuka de Sony, que tenia la reputación de ser reservado, reflexivo e introspectivo. Hill Hewlett, un labrador de Iowa, amistoso, franco, practico y realista. Bill Allen, el presidente más importante de Boeing, era un abogado pragmático, “de aspecto mas bien benigno, con una sonrisa tímida y poco frecuente”. No pretendo negar que las compañías hayan tenido individuos sobresalientes a la cabeza de la organización sino enfatizar que es posible llevar adelante una

empresa teniendo otros valores como la honestidad, integridad, responsabilidad y un espíritu luchador.

Otro mito muy interesante que recalcan los autores como falso es que supuestamente las compañías de mayor éxito se concentran principalmente en superar a la competencia. De acuerdo a sus estudios de varias empresas, las compañías visionarias se concentran principalmente en superarse a si mismo. El superar a la competencia viene como resultado de plantearse constantemente la pregunta: ¿Cómo podemos mejorarnos a nosotros mismos? Como ejemplo nombran a Akio Morita, Presidente de Sony, con su declaración sobre la ideología de la compañía en el libro titulado “El espíritu pionero de Sony”. “Sony es un pionero y nunca imitara a otros. Por medio del progreso quiero servir al mundo entero. Siempre explorara lo desconocido. Sony tiene como principio de respetar y fomentar la habilidad de uno, y siempre trata de sacar lo mejor que hay de cada persona. Esta es la fuerza de Sony”.

Entrar al mercado con el afán de servir al cliente de la mejor forma posible y ver que clase de productos quieren en lugar de solo enfocarse en utilidades garantiza éxito.

Un análisis detallado realizado por los autores tomando en cuenta empresas que ofrecían productos similares, mostró que las compañías de mayor éxito, es decir, las visionarias, han sido en general motivados ideológicamente y menos por las utilidades. Para reafirmar lo mencionado nombran a Robert W. Johnson quien en 1886 fundo la compañía con el propósito idealista de “aliviar el dolor y la enfermedad”. Luego, Fred Kilmer, uno de los primeros gerentes de Johnson y Johnson, explico a comienzos de 1900 como esta filosofía enmarcaba las labores del departamento de investigación: “El departamento no se conoce con un estrecho espíritu comercial y no se mantiene operando con los propósitos de pagar dividendos o únicamente

para el beneficio de J & J sino para contribuir al progreso del arte de curar”. En 1935 Robert W. Johnson, hijo, se hacia eco de estos sentimientos con una filosofía que llamo “egoísmo ilustrado” en la cual “ esta primero el servicio a los clientes.. segundo el servicio a los empleados y administradores, y por ultimo, el servicio al os accionistas.

Enfocando mis objetivos con lo planteado por James C. Colins y Jerry I. Porras acerca de principios de compañías triunfadoras es que se basara mi proyecto de plan de inversión para el café-bar en donde aplicare a la realidad lo expuesto.

## **6. ESQUEMA DE CONTENIDOS.**

### **Plan de Inversión para un café-bar en la Ciudad de Cuenca, sector Coliseo Mayor**

- **INTRODUCCION.**

#### **CAPITULO 1.- “Descripción del proyecto”**

- Concepto del negocio.
- Principios.
- Misión
- Visión
- F.O.D.A.

#### **CAPITULO 2.- “Estudio de mercado”**

- Objetivos del estudio de mercado.
- El producto en el mercado.
- Productos similares.

- Comportamiento de la demanda t la oferta.

### **CAPITULO 3.- “Estudio técnico”**

- Infraestructura.
- Tecnología o selección de la maquinaria.
- Ingeniería de procesos.
- Capacidad real.
- Organigrama del personal.
- Análisis de Costos.
- Impactos ambientales

### **CAPITULO 4.- “Estudio financiero”**

- Inversión y financiamiento.
- Proyecciones financieras
- Evaluación Financiera.

### **Conclusión y recomendaciones.**

- Anexos.
- Bibliografía.

## **7. LA METODOLOGIA.**

### **7.1 METODOS**

Este ensayo se llevara a cabo mediante los métodos: inductivo y descriptivo.

- Inductivo, ya que se analiza cada elemento del proyecto con el fin de llegar a una conclusión general.

- Descriptivo, ya que se dará una idea general de las características, propiedades, fortalezas y debilidades del proyecto.

## **7.2 PROCEDIMIENTOS**

Se utilizara un procedimiento analítico – sintético, es decir, se analizara cada una de las partes que intervienen en el estudio de manera individual para elaborar una propuesta y a la vez tener una visión general del proyecto.

## **7.3 FORMAS DE TRABAJO**

Se realizara de manera cronológica, progresiva y ordenada; por lo tanto se realizara desde el capitulo 1, 2, 3 y 4 con la respectiva conclusión y sus recomendaciones.

## **7.4 TECNICAS DE INVESTIGACION.**

- Bibliografiías - Debido a que se consultara diversos libros y publicaciones y páginas Web referentes a la administración de empresas.
- De Campo - Es necesario realizar encuestas para obtener la información de personas que frecuenta el Coliseo Mayor y se consultara a la Federación Deportiva del Azuay para conocer de eventos que se realizaran.
- Observación directa - Visitando otros café-bares en Cuenca con la intención de analizar los precios de productos que sean similares a los que ofreceremos.

## **7.5 UNIVERSO DE LA INVESTIGACION.**

El tema de ensayo escogido “Proyecto de factibilidad de un café-bar” se realizara en la ciudad de Cuenca, en el sector del Coliseo Mayor.

## **8 RECURSOS.**

### **8.1. RECURSOS HUMANOS:**

**8.1.1 RESPONSABLE:** Juan Esteban Merchán S.

**8.1.2 ASESORIA Y DIRECCION:** Econ. Fernando Maldonado

**8.1.3 INSTITUCIONES**

- Universidad del Azuay
- INEC
- Federación Deportiva del Azuay
- Municipio de Cuenca

**8.2. RECURSOS MATERIALES:**

- Computador
- Diskettes y CDs
- Hojas de papel bond
- Suministros de oficina
- Carpetas
- Copias
- Vehiculo

### 8.2.1 ECONOMICOS:

Recursos	Cantidad	Precio unit.	Total
Hojas	200	\$0.01	\$2.00
Internet	50 horas	\$1.00	\$50.00
Diskettes	3	0.50	\$1.50
CD	2	\$0.65	\$1.30
Esferos	2	\$0.15	\$0.30
Cartucho impresora	1	\$12.00	\$12.00
Borrador	1	\$0.30	\$0.30
Corrector	1	\$0.75	\$0.75
Cuaderno	1	\$0.85	\$0.85
Empastado	1	\$20.00	\$6.00
Movilización (carro)	20galones	\$30.00	\$50.00
Derecho de Cert.	8	\$3.00	\$24.00
Digitacion de Trabajos		\$20.00	\$20.00
Derecho de monografía		\$76.00	\$76.00
			<hr/>
			<b>243.50</b>

## 9. CRONOGRAMA DE TRABAJO

### TIEMPO DE EJECUCION

#### Actividades

De Investigación	Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño de Investigación				xxxx												
Presentacion del Diseño				xxxx												
Desarrollo 1 Capitulo								xxx								
Descripción del proyecto								xxx								
Desarrollo 2 Capitulo												xxxx				
Estudio del mercado												xxxx				
Desarrollo 3 Capitulo																xxxx
Estudio Técnico																xxxx
Desarrollo 4 Capitulo												xxx				xxxx
Estudio Financiero												xxx				xxxx
Conclusiones y																x
Recomendaciones																x

## 10. BIBLIOGRAFIA:

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| MORRISEY, L. George                  | PENSAMIENTO ESTRATEGICO<br>Prentice Hall Hispanoamericana S.A. 1996     |
| COLLINS, C. James<br>PORRAS, I Jerry | EMPRESAS QUE PERDURAN<br>Editorial Norma S.A. 1995                      |
| ALLES, Martha                        | GESTION POR COMPETENCIA 4ta Edición<br>Edit. Granica, Buenos Aires 2003 |
| CHIAVENATO, Idalberto                | ADMINISTRACION DE EMPRESAS<br>Quinta Edición                            |
| PORTER, Michael                      | ESTRATEGIA COMPETITIVA<br>Editorial Continental, México 1998            |

Cuenca, 16 de Marzo del 2006

Señor Economista  
Luis Mario Cabrera

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**  
Ciudad.

Señor Decano:

Yo Juan Esteban Merchán Sarmiento, alumno de la Facultad de Administración de Empresas con código 14308, solicito a Usted y por su intermedio al Consejo de Facultad, se sirva revisar el diseño de Ensayo realizado luego del Curso de Graduación realizado en la ciudad de Cuenca en la Facultad de Ciencias de la Administración con el tema: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UN CAFÉ-BAR EN LA CIUDAD DE CUENCA, SECTOR COLISEO MAYOR”, que presento como requisito previo al título de Ingeniero Comercial.

Sugiero que se designe como director de Ensayo al Sr. Econ. Fernando Maldonado, por cuanto me ha asesorado en la elaboración del presente diseño y cuento con su aceptación.

Atentamente,

ESTEBAN MERCHAN S.

14308

Cuenca, 16 de Marzo del 2006

Señor Economista  
Luis Mario Cabrera

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION  
UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

Ciudad.-

Señor Decano:

Quienes suscribimos comunicamos a Usted que hemos procedido a revisar el diseño de Ensayo realizado por el estudiante Juan Esteban Merchán Sarmiento egresado de la Facultad de Administración de Empresas y del curso de Graduación en la Ciudad de Cuenca con el tema “PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UN CAFÉ-BAR EN LA CIUDAD DE CUENCA, SECTOR COLISEO MAYOR”, como requisito previo para la obtención del título de Ingeniero Comercial, sobre el cual presento el siguiente informe.

1. El contenido propone un trabajo de investigación objetivo y coherente sobre la importancia de determinar la viabilidad financiera de el Proyecto; determinar la inversión y realizar un plan de financiamiento necesario para emprender el proyecto; definir detalladamente la estructura, logística, organización y metas de la empresa tomando en cuenta características, misión, visión y valores; determinar los gustos y preferencias del consumidor a través de un estudio de mercado y crear fuentes de trabajo, con un enfoque práctico que corresponde a la especialidad.

2. El diseño cumple con los requisitos metodológicos básicos exigidos por la Facultad en cuanto a: Descripción del Objeto de estudio, Justificación, Presentación y Formulación del problema, Objetivos, Marco Teórico, Esquema Tentativo, Recursos, Cronograma y Bibliografía necesarios para el desarrollo del Ensayo.

Por las consideraciones anotadas se emite un informe favorable y se recomienda su aprobación.

Atentamente,

Econ. Fernando Maldonado  
**ASESOR DEL ENSAYO**