UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN BAR PARA PERSONAS MAYORES EN LA CIUDAD DE CUENCA

Tesis de Graduación, previa a la obtención del Título de "Ing. Comercial"

Directora de Tesis: Ing. Aracely Medina González

Alumnos: Mónica Alexandra Duque Rodríguez
Alexander Enrique Aguirre Gaona

Cuenca - Ecuador

2010

DEDICATORIA I

A Dios, Ser Supremo, que siempre ha guiado e iluminado mi camino.

A mis padres, Mónica y René, con quienes siempre he podido contar; quienes en todo momento me han guiado y encaminado correctamente; y, con su esfuerzo, me han permitido culminar mis estudios.

A mi hermanita, María René, tan risueña, que con risas y sonrisas, me ha alegrado cada día.

A mis tías: Normita y Jeannethe, quienes con cariño me han ayudado incondicionalmente.

A Stalin, a quien tanto aprecio, que constantemente fue un gran apoyo.

A Susi y Don Wilson, personas tan valiosas, que también estuvieron presentes brindándome su ayuda en cada instante.

Mónica Duque Rodríguez.

DEDICATORIA II

Todo este trabajo fue posible gracias a Dios y a mi familia, en especial a mis padres Elfer y Digna, y a mis hermanos Lisbeth y Jessyn; que se convirtieron en mi gran inspiración para que hoy pueda lograr culminar mis estudios; a ellos que confiaron en mí, brindándome siempre aliento permanente y apoyo incondicional para seguir adelante, muchas gracias. Un agradecimiento especial a la señora Sonia Espinoza que muchas veces supo encaminarme con sus consejos, además de darme ánimos para lograr lo que hoy he alcanzado. Gracias a ustedes hoy cumplo una de mis metas.

Alexander Aguirre Gaona.

AGRADECIMIENTOS

Un profundo agradecimiento a Dios por habernos brindado la oportunidad de culminar esta etapa de nuestras vidas.

A la Universidad del Azuay, por ser un ejemplo de superación académica y humanística al guiarnos a todos hacia el logro de una mejor sociedad.

A la Ing. Aracely Medina González, quien con su orientación y bondad nos encaminó de la mejor manera para la elaboración de la presente tesis; a más que sin su ayuda, tiempo, paciencia y sapiencia nos hubiera resultado imposible realizar el presente trabajo.

Al Dr. Giordano Torres Córdova y al Eco. Lenin Zúñiga Condo por sus enseñanzas brindadas, el tiempo otorgado y por sus valiosos aportes; así mismo a todos los excelentes catedráticos, que nos han guiado año a año para poder hacer este proyecto realidad.

Al Arq. Marco Nieto Rodríguez por la gran ayuda brindada durante la realización de este trabajo de investigación.

RESPONSABILIDAD

Las ideas, conceptos y contenidos vertidos en este trabajo son de responsabilidad exclusiva de sus autores

(f) _____ (f) _____

Mónica Duque Rodríguez Alexander Aguirre Gaona

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA I ii
DEDICATORIA II iii
AGRADECIMIENTOS iv
RESPONSABILIDAD v
ÍNDICE DE CONTENIDOS vi
ÍNDICE DE CUADROS E ILUSTRACIONES x
CUADROS x
ILUSTRACIONES xviii
ÍNDICE DE ANEXOS xx
RESUMEN xxii
ABSTRACT xxiii
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO 1 "Descripción de la empresa" 4
1.1 Introducción: 4
1.2 Concepción del negocio: 4
1.3 Misión: 5
1.4 Visión: 5
1.5 Principios y valores: 5
1.6 Análisis F.O.R.D.: 6
1.6.1 Cuadro F.O.R.D.: 6
1.6.2 Matriz de evaluación de factores: 7
1.7 Conclusiones: 10
CAPÍTULO 2 "Análisis del Mercado" 12
2.1 Introducción: 12
2.2 Producto: 12
2.2.1 Bienes: 13
2.2.2 Servicios: 22
2.3 Análisis de la demanda: 23
2.3.1 Investigación de mercados: 23
2.3.1.1 Segmentación: 23

2.3.1.2 Fuentes secundarias: 24
2.3.1.3 Fuentes primarias: 25
2.3.1.3.1 Entrevista personal en profundidad estructurada: 25
2.3.1.3.2 Diseño del cuestionario: 28
2.3.1.3.3 Encuesta piloto: 28
2.3.1.3.4 Determinación del tamaño de la muestra: 28
2.3.1.3.5 Ficha técnica de estudio: 30
2.3.1.3.6 Selección de participantes: 32
2.3.1.3.7 Tabulación de encuestas: 32
2.3.1.3.8 Análisis Univariado: 32
2.3.1.3.9 Análisis Bivariado: 45
2.3.2 Proyección de la demanda: 48
2.4 Análisis de la oferta: 49
2.4.1 Proyección de la oferta: 51
2.5 Demanda insatisfecha y demanda del proyecto: 52
2.6 Análisis de la comercialización: 54
2.6.1 Marca: 54
2.6.2 Logotipo: 55
2.6.3 Slogan: 56
2.6.4 Forma de pago: 57
2.6.5 Canal de distribución: 57
2.6.6 Publicidad: 57
2.6.6.1 Objetivos publicitarios: 57
2.6.6.2 Estrategia publicitaria: 58
2.6.6.3 Medios publicitarios: 58
2.6.7 Promoción: 59
2.7 Análisis de los precios: 61
2.7.1 Precios promedio en producto: 61
2.7.1.1 Licores: 62
2.7.1.2 Comida: 69
2.7.1.3 Cover y consumo mínimo: 73
2.7.1.4 Música de karaoke: 74
2.7.2 Nuestro Menú: 75
2.8 Conclusiones del análisis del mercado: 75
CAPÍTULO 3 “Estudio Técnico” 78
3.1 Introducción: 78

3.2 Determinación de la localización óptima de la planta: 78
3.2.1 Método de ponderación por puntos:..... 79
3.3 Determinación del tamaño óptimo del proyecto:..... 81
3.4 Descripción del proceso de comercialización:..... 82
3.5 Descripción del proceso productivo:..... 83
3.5.1 Proceso productivo por producto:..... 84
3.5.2 Proceso productivo por servicios:..... 85
3.6 Selección de equipos:..... 89
3.7 La organización:..... 91
3.7.1 Áreas:..... 91
3.7.2 Organigrama:..... 92
3.7.3 Funciones del personal:..... 92
3.8 Distribución de la planta:..... 97
3.9 Marco legal:..... 99
3.9.1 Trámites a realizar:..... 99
3.9.2 Constitución de la compañía limitada:..... 104
3.10 Administración y organización:..... 105
3.11 Conclusiones del estudio técnico:..... 106
CAPÍTULO 4 "Estudio Económico"..... 109
4.1 Introducción:..... 109
4.2 Determinación de ingresos:..... 109
4.3 Proyección de ingresos:..... 110
4.4 Determinación de costos y gastos:..... 111
4.3.1 Costos de producción:..... 112
4.3.1.1 Materiales directos:..... 112
4.3.1.2 Costos de conversión:..... 116
4.3.2 Gastos de administración:..... 123
4.3.3 Gastos de venta:..... 126
4.5 Inversión total inicial:..... 127
4.5.1 Inversión en activos fijos:..... 127
4.5.2 Inversión en activos diferidos:..... 128
4.5.3 Capital de trabajo:..... 128
4.6 Cronograma de inversiones:..... 130
4.7 Depreciaciones y amortizaciones:..... 131

4.8 Financiamiento: 132
4.9 Punto de equilibrio: 133
4.10 Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento: 134
4.11 Conclusiones: 137
CAPÍTULO 5 "Evaluación Económica" 140
5.1 Introducción: 140
5.2 Valor actual neto y tasa interna de retorno: 140
5.3 Razones financieras: 143
5.4 Análisis de sensibilidad: 145
5.4.1 Variación en el nivel de las ventas en lo que respecta a su cantidad: 146
5.4.1.1 Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior: 146
5.4.1.2 Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior: 149
5.4.1.3 Indicio de escenarios desfavorables: 151
5.4.1.4 Escenario muy optimista: 152
5.4.1.5 Escenario muy pesimista: 153
5.4.1.6 Análisis de los escenarios con variaciones en el nivel de aceptación: 154
5.5 Impacto ambiental: 156
5.6 Conclusiones: 157
CONCLUSIONES 159
RECOMENDACIONES 161
BIBLIOGRAFÍA 162
ANEXOS 164

ÍNDICE DE CUADROS E ILUSTRACIONES

CUADROS

Cuadro 1.1. "Análisis F.O.R.D."……..…….....6
Cuadro 1.2. "Matriz de Evaluación de Factores Internos"……..……...….7
Cuadro 1.3. "Matriz de Evaluación de Factores Externos"…….……...9

Cuadro 2.1. "Población de Potenciales Consumidores"…….……...24
Cuadro 2.2. "Ficha Técnica"…….....30
Cuadro 2.3. "Número de encuestas a realizar por edades"…….……..32
Cuadro 2.4. "Aceptación del bar"…….……....45
Cuadro 2.5. "Gasto personal por ingresos"…….……..….46
Cuadro 2.6. "Preferencia del estilo por ingreso"…….....….46
Cuadro 2.7 "Preferencia de Ubicación por Ingreso"……...……...…47
Cuadro 2.8. "Proyección de la Demanda"…….…...48
Cuadro 2.9. "Principales competidores"…….....50
Cuadro 2.10. "Horario de atención de los principales competidores"…….....…50
Cuadro 2.11. "Asistencia diaria promedio de personas a los bares de los principales competidores"…….……....51
Cuadro 2.12. "Proyección de la oferta"…….52
Cuadro 2.13. "Demanda potencial insatisfecha"……...52
Cuadro 2.14. "Asistencia aproximada de los principales competidores - año 2.010"…….....53
Cuadro 2.15. "Porcentaje representativo de la asistencia anual de la competencia respecto a la Demanda Potencial Insatisfecha - año 2.010"……...54
Cuadro 2.16. "Demanda del proyecto"……....54
Cuadro 2.17. "Precios de la línea Whisky de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""…….…..63
Cuadro 2.18. "Precios de la línea Whisky de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80"" ……63

Cuadro 2.19. "Precios de la línea Whisky del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares…….63
Cuadro 2.20. "Precios de los cocteles con licor y su precio promedio"……...…64
Cuadro 2.21. "Precios de los demás cocteles"…….…..65
Cuadro 2.22. "Precios de los cocteles sin licor y su precio promedio"…….65
Cuadro 2.23. "Precios del vino hervido y su precio promedio"……66
Cuadro 2.24. "Precios de los rones de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""……...66
Cuadro 2.25. "Precios de los rones de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80""……...66
Cuadro 2.26. "Precios de los rones del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares"…….....67
Cuadro 2.27. "Precios de la línea vodka de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""……...67
Cuadro 2.28. "Precios de la línea vodka de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80""……..67
Cuadro 2.29. "Precios de la línea vodka del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares"……68
Cuadro 2.30. "Precios de la línea tequila de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""……...68
Cuadro 2.31. "Precios de la línea tequila de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80"" …….68
Cuadro 2.32. "Precios de la línea tequila del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares"……....69
Cuadro 2.33. "Precios de los piqueos y su precio promedio"……...69
Cuadro 2.34. "Tipos de alitas de pollo que brindan los cinco primeros bares".....70
Cuadro 2.35. "Precios de las ensaladas y su precio promedio de los bares Del Tranquilo y La Parola"……....71
Cuadro 2.36. "Precios de las demás ensaladas ofertadas"……72
Cuadro 2.37. "Precios de las demás variedades vegetarianas ofrecidas"……..72
Cuadro 2.38. "Cover y consumo mínimo de los cinco primeros bares con su precio promedio diario"……..…74

Cuadro 3.1. "Determinación de peso por factor"……..79
Cuadro 3.2. "Calificación final de sectores"…….80
Cuadro 3.3. "Proyección de los clientes que asistirían a nuestro bar"……..82
Cuadro 3.4. "Empleos del bar"……..84
Cuadro 3.5. "Tipo de música por día"……..….89
Cuadro 3.6. "Artículos destinados para el ambiente"……...89
Cuadro 3.7. "Artículos destinados para la cocina"……....90
Cuadro 3.8. "Artículos destinados para los empleados"……..…….……90
Cuadro 3.9. "Artículos destinados para la guardianía"…….……90
Cuadro 3.10. "Artículos destinados para la limpieza"…….…….90
Cuadro 3.11. "Artículos destinados para la música"…….……90
Cuadro 3.12. "Artículos destinados para las oficinas"…….……90
Cuadro 3.13. "Otros artículos"…….….90

Cuadro 4.1. "Gasto promedio por persona"……110
Cuadro 4.2 "Tasas de inflación promedio anual para proyectar. Años 2.011-2.015"……...……...……..…110
Cuadro 4.3. "Proyección de los ingresos"……...111
Cuadro 4.4. "Precio de compra del Whisky"……..….112
Cuadro 4.5. "Precio de compra de los ingredientes de los Cocteles"……..112
Cuadro 4.6. "Precio de compra de los ingredientes de los Ktelitos"……...113
Cuadro 4.7. "Precio de compra del Vino Hervido"……113
Cuadro 4.8. "Precio de compra del Ron"…….…….....113
Cuadro 4.9. "Precio de compra del Vodka"…….……...114
Cuadro 4.10. "Precio de compra del Tequila"……114
Cuadro 4.11. "Precio de compra de los Piqueos"……...114
Cuadro 4.12. "Precio de compra de las Ensaladas"…….....114
Cuadro 4.13. "Precio de compra de Otras Variedades Vegetarianas"……115
Cuadro 4.14. "Proyección de los costes de los materiales directos"……...115
Cuadro 4.15. "Remuneraciones de la mano de obra - año base 2.010"……...116
Cuadro 4.16. "Beneficios Sociales de la mano de obra, primera parte - año base 2.010."……...117

Cuadro 4.17. "Beneficios Sociales de la mano de obra, segunda parte y costo total de la mano de obra - año 2.010"……...……117
Cuadro 4.18. "Proyección de los costos de mano de obra del año base 2.010 y del año 2.011…….……..118
Cuadro 4.19. "Proyección de las remuneraciones de la mano de obra del año base 2.010 y de los años 2.011 y 2.012"……...…119
Cuadro 4.20. "Fondos de reserva de la mano de obra para el año 2.012"……...119
Cuadro 4.21. "Costo total de la mano de obra para el año 2.012"……..120
Cuadro 4.22. "Proyección de los costos de mano de obra para los años 2.013, 2.014 y 2.015"…….120
Cuadro 4.23. "Proyección de los costos totales de mano de obra desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"……..120
Cuadro 4.24. "Porcentaje de distribución de algunos ítems de costos y gastos con sus respectivos valores"……121
Cuadro 4.25. "Proyección de otros costos indirectos de fabricación desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"…….....122
Cuadro 4.26. "Proyección del costo de conversión total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"……122
Cuadro 4.27. "Proyección del costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"……122
Cuadro 4.28. "Remuneraciones de la parte administrativa - año base 2.010"……123
Cuadro 4.29. "Beneficios Sociales de la parte administrativa, primera parte - año base 2.010."……..123
Cuadro 4.30. "Beneficios Sociales de la parte administrativa, segunda parte y costo total de las funciones de administración - año 2.010"……..123
Cuadro 4.31. "Proyección de los costos de las funciones administrativas del año base 2.010 y del año 2.011…….....124
Cuadro 4.32. "Proyección de las remuneraciones de las funciones administrativas del año base 2.010 y de los años 2.011 y 2.012"……..124
Cuadro 4.33. "Fondos de reserva de las funciones administrativas para el año 2.012"……....125
Cuadro 4.34. "Costo total de las funciones administrativas para el año 2.012".....125

Cuadro 4.35. "Proyección del costo total de las funciones administrativas desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"……..……..……125
Cuadro 4.36. "Proyección de otros gastos administrativos desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"……126
Cuadro 4.37. "Proyección del gasto total de administración desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"…….....126
Cuadro 4.38. "Proyección de los gastos de venta desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"……..…….……..127
Cuadro 4.39. "Activos diferidos"……...……128
Cuadro 4.40. "Orden de concurrencia y estacionalidad mensuales"……...129
Cuadro 4.41. "Inversión Inicial en Capital de Trabajo. Meses enero - mayo"…....129
Cuadro 4.42. "Inversión Inicial en Capital de Trabajo. Meses junio - octubre"….130
Cuadro 4.43. "Inversión Inicial en Capital de Trabajo. Meses noviembre y diciembre. Totales"…….....130
Cuadro 4.44. "Depreciación y Amortización totales"……131
Cuadro 4.45. "Inversión total. Inversión propia y financiada"……...…….132
Cuadro 4.46. "Aportaciones de los socios"……132
Cuadro 4.47. "Financiamiento de capital en la Corporación Financiera Nacional"……...……...133
Cuadro 4.48. "Promedio del índice inflacionario pronosticado para los próximos cinco años" ……..……..…134
Cuadro 4.49. "Porcentaje que cubre la competencia en relación a la demanda"……..136
Cuadro 4.50. "T.M.A.R. del proyecto"……...137

Cuadro 5.1. "Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."…….142
Cuadro 5.2 "Tasa de margen de beneficio sobre ventas. Años 2.011-2.015".....144
Cuadro 5.3. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy Optimista"……146
Cuadro 5.4. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"……..……147

Cuadro 5.5. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"…..……..……147
Cuadro 5.6. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"…….…….…….148
Cuadro 5.7. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"……..……...……148
Cuadro 5.8. "Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."……...…….…….149
Cuadro 5.9. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"…….…....150
Cuadro 5.10. "Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."……...…….…….…….150
Cuadro 5.11. "Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."……..151
Cuadro 5.12. "Análisis de Sensibilidad. Escenario muy Optimista. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."……..…….…...152
Cuadro 5.13. "Análisis de Sensibilidad. Escenario muy Pesimista. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."……..……..…..……153
Cuadro 5.14. "Comparaciones de los cinco escenarios de la variación en el nivel de las ventas en lo que respecta a su cantidad y del escenario actual"……..154
Cuadro 5.15. "Datos informativos del gráfico 5.1."..…..…….……...155

Cuadro A.1. "Población e ingresos corrientes anuales por quintiles del hogar, según sexo y grupo de edad del jefe económico de Cuenca"…….……165
Cuadro A.2. "Lista de Bares Entrevistados"……...167
Cuadro A.3. "Matriz de Resultados: Preguntas 1-5"……...183
Cuadro A.4. "Matriz de Resultados: Preguntas 1-5"……...184
Cuadro A.5. "Matriz de Resultados: Preguntas 6-10"…….185
Cuadro A.6. "Matriz de Resultados: Preguntas 6-10"…….186

Cuadro A.7. "Matriz de Resultados: Preguntas 11-13"……...187
Cuadro A.8. "Extracto de Catastro 2.009. Establecimientos 1 - 27"……...193
Cuadro A.9. "Extracto de Catastro 2.009. Establecimientos 28 - 54"…….……....194
Cuadro A.10. "Extracto de Catastro 2.009. Establecimientos 55 - 81"……...195
Cuadro A.11. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Estadio, Misicata y Gonzales Suárez"……..206
Cuadro A.12. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Sector Sur, Autopista y Av. Solano"……206
Cuadro A.13. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Feria Libre (Hacia Bomba Eloy Alfaro), Mall del Río y Mercado 12 de Abril (Av. Huayna Cápac)"…….……206
Cuadro A.14. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Remigio y Turi"…207
Cuadro A.15 "Artículos varios"……..…253
Cuadro A.16. "Inversión total en activos fijos"……...254
Cuadro A.17. "Adecuación de piso"……..…….255
Cuadro A.18. "Construcción de tabiques"..……...….255
Cuadro A.19. "Compra de puerta"……..…255
Cuadro A.20. "Construcción del mesón de cocina"……..…….…....256
Cuadro A.21. "Pintado de paredes"……..…….…..256
Cuadro A.22. "Alumbrado del salón"..……..…….256
Cuadro A.23. "Alumbrado de la tarima"……...…..…256
Cuadro A.24. "Adecuación de columnas"…….……...…...…257
Cuadro A.25. "Adecuación de tumbado"……..……...……258
Cuadro A.26. "Diagrama de Gantt"…….……..…….……258
Cuadro A.27. "Depreciación de artículos destinados para el ambiente"……259
Cuadro A.28. "Depreciación de artículos destinados para la cocina"……259
Cuadro A.29. "Depreciación de artículos destinados para los empleados"…….259
Cuadro A.30. "Depreciación de artículos destinados para la guardianía"……...260
Cuadro A.31. "Depreciación de artículos destinados para la limpieza"……..260
Cuadro A.32. "Depreciación de artículos destinados para la música"……260
Cuadro A.33. "Depreciación de artículos destinados para las oficinas"……260
Cuadro A.34. "Depreciación otros artículos"……..260
Cuadro A.35. "Depreciación Total destinada por ambiente"……..261

Cuadro A.36. "Depreciación Total"……261
Cuadro A.37. "Amortización de activos diferidos"……262
Cuadro A.38. "Amortización total de activos diferidos"……262
Cuadro A.39. "Valor de salvamento de los activos "..……263
Cuadro A.40. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"…….……...256
Cuadro A.41. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"…….... 264
Cuadro A.42. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"…….…264
Cuadro A.43. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"……...265
Cuadro A.44. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"…….……..…..266
Cuadro A.45. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables" …….266
Cuadro A.46. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables" …….……..…....266
Cuadro A.47. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"……..266
Cuadro A.48. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"……...…267
Cuadro A.49. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"……...…..268
Cuadro A.50. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"……...268
Cuadro A.51. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"…….……268

Cuadro A.52. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"……..…..269
Cuadro A.53. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"…….....269
Cuadro A.54. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"..……....270
Cuadro A.55. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"..…….....270
Cuadro A.56. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"…….....270
Cuadro A.57. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"……..…….....271
Cuadro A.58. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"……..……271

ILUSTRACIONES

Gráfico 1.1. "Matriz de Evaluación de Factores Internos"……..8
Gráfico 1.2. "Matriz de Evaluación de Factores Externos"…….....10

Gráfico 2.1. "Bebidas"…….……..13
Gráfico 2.2. "Whisky.……13
Gráfico 2.3. "Vinos"……..14
Gráfico 2.4. "Ron"…….....14
Gráfico 2.5. "Vodka"……14
Gráfico 2.6. "Tequila"……15
Gráfico 2.7. "Cocteles con alcohol y su composición"……..16
Gráfico 2.8. "Cocteles sin alcohol y su composición"……...18
Gráfico 2.9. "Comida"..…….……19
Gráfico 2.10. "Piqueos"…..……...…19
Gráfico 2.11. "Variedades vegetarianas"……...……21

Gráfico 2.12. "Música"……..……22
Gráfico 2.13. "Atención"……...……22
Gráfico 2.14. "Asistencia a bares"…….……33
Gráfico 2.15. "Frecuencia de asistencia a bares"……...……33
Gráfico 2.16. "Bares con mayor concurrencia"…….……34
Gráfico 2.17. "Bares medianamente visitados"…….……34
Gráfico 2.18. "Bares con menor preferencia"……35
Gráfico 2.19. "Aspectos preferidos en un bar" "……...……36
Gráfico 2.20. "Porcentaje de aceptación de las personas que están interesadas en asistir a nuestro bar"……...…….36
Gráfico 2.21. "Verdadero nivel de aceptación"…….37
Gráfico 2.22. "Medios de publicidad preferidos"……..38
Gráfico 2.23. "Medios publicitarios con menor preferencia"……39
Gráfico 2.24. "Gasto personal"…….…….40
Gráfico 2.25. "Formas de pago preferidas"……..…….40
Gráfico 2.26. "Estilo preferido"…….……....41
Gráfico 2.27. "Ubicación preferida"…….……....41
Gráfico 2.28 "Bebidas preferidas"…….…….....42
Gráfico 2.29. "Piqueos preferidos"…….**.....**43
Gráfico 2.30. "Variedades vegetarianas"…….**.....**43
Gráfico 2.31. "Música predilecta"…….....43
Gráfico 2.32. "Ingresos mensuales por hogar"……..…….....44
Gráfico 2.33. "Logotipo principal"…….**...**55
Gráfico 2.34. "Logotipo secundario"…….....56

Gráfico 3.1. "Ubicación"……..…….**.....**81
Gráfico 3.2. "Descripción del proceso de comercialización".....82
Gráfico 3.3. "Proceso Productivo"…….**.....**84
Grafico 3.4. "Organigrama"……..….92

Gráfico 4.1. "Inflación promedio anual. Años 2.011-2.014"…….……110

Gráfico 5.1. "Tasas internas de retorno empresariales obtenidas en los análisis de sensibilidad en función de su aceptación existente en el mercado"…….……155

Gráfico A.1. "Tabulación de datos. Preguntas 1 - 4"……...190
Gráfico A.2. "Tabulación de datos. Preguntas 4 - 7"……...190
Gráfico A.3. "Tabulación de datos. Preguntas 7 - 11"……191
Gráfico A.4. "Tabulación de datos. Preguntas 11 - 12"……...191
Gráfico A.5. "Tabulación de datos. Preguntas 13 - 14"……...191
Gráfico A.6. "Tabulación de datos. Preguntas 14 y 15. Datos Adicionales"……...192
Gráfico A.7. "Tabulación de datos. Datos Adicionales"……192
Gráfico A.8. "Foto N° 1 del Edificio Ben Polo" ……...208
Gráfico A.9. "Foto N° 2 del Edificio Ben Polo"..……...208
Gráfico A.10. "Foto N° 3 del Edificio Ben Polo"…….....209
Gráfico A.11. "Foto N° 4 del Edificio Ben Polo"…….....209
Gráfico A.12. "Plano del establecimiento"…….....234
Gráfico A.13. "Plano del establecimiento con medidas"…….....235
Gráfico A.14. "Tarima"……..….236
Gráfico A.15. "Salón"…….....237
Gráfico A.16. "Baños"…….…238
Gráfico A.17. "Barra, recepción y vestíbulo exterior"……239
Gráfico A.18. "Administración y baños de empleados"…….….240
Gráfico A.19. "Despensa, sala de empleados y utilería"...…….…….241
Gráfico A.20. "Cocina"……...242
Gráfico A.21. "Parqueadero y guardianía. Foto N° 1"...……..……...243
Gráfico A.22. "Parqueadero y guardianía. Foto N° 2"……243

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. "Cuadro E.N.I.G.H.U."…….....165
Anexo 2. "Técnica de Investigación: Entrevista Personal a Profundidad"……..166
Anexo 3. "Encuesta"…….……188
Anexo 4. "Tabulación de datos"……...190
Anexo 5. "Extracto de catastro 2.009"…….……193
Anexo 6. "Nuestro menú"…….196
Anexo 7. "Método de ponderación por puntos"…….……..206
Anexo 8. "Fotos del edificio ben polo…….……208

Anexo 9. "Proceso productivo por producto……..……...210
Anexo 10. "Plano del establecimiento…….……234
Anexo 11. "Tarima…….…….…….……236
Anexo 12. "Salón…….…….…….……..237
Anexo 13. "Baños…….…….…….……238
Anexo 14. "Barra, recepción y vestíbulo exterior…….……...239
Anexo 15. "Administración y baños de empleados…….……240
Anexo 16. "Despensa, sala de empleados y utilería…….……241
Anexo 17. "Cocina…….…….…….……242
Anexo 18. "Parqueadero y guardianía…….……243
Anexo 19. "Marco legal…….…….…….…….244
Anexo 20. "Artículos varios…….…….……...……253
Anexo 21. "Inversión en activos fijos…….……..254
Anexo 22. "Adecuaciones…….…….…….….255
Anexo 23. "Diagrama de Gantt…….…….……..258
Anexo 24. "Cuadros de depreciaciones de activos fijos…..…….…….259
Anexo 25. "Cuadros de amortizaciones de activos diferidos……...262
Anexo 26. "Valor de salvamento de los activos…….……..…263
Anexo 27. "Análisis de sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior…….…….……264
Anexo 28. "Análisis de sensibilidad indicio de escenarios desfavorables……..266
Anexo 29. "Análisis de sensibilidad escenario muy optimista……268
Anexo 30. "Análisis de sensibilidad escenario muy pesimista……....270
Anexo 31. "Diseño de tesis…….…….……272

RESUMEN

El presente trabajo de investigación determina la factibilidad de implementar en la ciudad de Cuenca un bar para personas de 30 años en adelante, de un nivel económico medio, medio alto y alto; logrando así cubrir las necesidades insatisfechas de este estrato de la población.

La metodología utilizada se basa en investigaciones de tipo exploratoria y descriptiva, orientado al análisis del mercado, al estudio técnico, al estudio económico y a su factibilidad por medio de la evaluación económica.

Los resultados obtenidos durante el proceso dieron como consecuencia la aprobación del proyecto.

ABSTRACT

This investigation project determines the feasibility of starting up a bar for over thirties in the city of Cuenca with a medium to high level of income in order to fulfill the unsatisfied needs of this sector of the population.

The methodology used was based of exploratory and descriptive investigations oriented towards the market analysis, the technical study, the economic study and to its feasibility through the economic evaluation.

The results obtained during the process give approval to the project.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
DEPARTAMENTO DE INGLES
COORDINADORA

INTRODUCCIÓN

El ser humano por naturaleza es un ser social, por lo cual dentro de sus necesidades se encuentra el entretenimiento y la diversión en el entorno en el que vive. Es indispensable que la sociedad ocupe parte de su tiempo en el esparcimiento y sana diversión con su medio social; debido especialmente a que la rapidez y la presión con la que vive, pueden acarrear el desmedro de la salud mental y física.

Las situaciones de estrés están propensas en todo momento y en toda circunstancia. Así pues toda persona sin importar su entorno económico tiende a ser proclive a este tipo de situaciones desfavorables, en especial los adultos, los cuales por lo general tienen la obligación de desarrollarse tanto en su ámbito laboral como en el personal.

En la ciudad de Cuenca, los centros de entretenimiento en su mayoría están dirigidos a los adolescentes y jóvenes, por lo cual las personas mayores se sienten insatisfechas al no encontrar un lugar de diversión y distracción diferente, dirigido a sus gustos y necesidades, y se han tenido que acoplar a los bares y centros de entretenimiento existentes, sin sentirse completamente satisfechas.

La idea es crear un lugar que cubra las expectativas de la gente adulta en el que se que se ofrezca un ambiente atrayente para que esta disfrute de buena música con artistas en vivo, picaditas, cócteles de todo tipo, una atención de calidad…

El presente proyecto abre un espacio a este sector de la comunidad cuencana propiciando: entretenimiento, sana diversión, esparcimiento y socialización; prestando atención nocturna los jueves, viernes y sábado que son los días en que las personas disponen de más tiempo libre.

En estos últimos ciclos hemos aplicado los diferentes contenidos de las asignaturas pensando en la implementación real del bar. Ya que nuestro objetivo es realizar la inversión en función de los resultados hallados en esta tesis.

El contenido de este trabajo se encuentra centrado en la elaboración, evaluación y gestión de proyectos. Se desarrollará en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay; teniendo como objetivo general: "Determinar la factibilidad de un bar para personas de 30 años en adelante; que posean un nivel económico medio, medio alto y alto". Los objetivos específicos se detallan a continuación:

- Hallar el nivel de aceptación de los potenciales consumidores del servicio de bar.
- Identificar los atributos del bar que valoran los potenciales consumidores.
- Describir las características técnicas del negocio.
- Realizar el estudio económico del proyecto
- Determinar la aceptación del proyecto por parte de los inversionistas.

El proyecto se aceptará si cumple con las siguientes hipótesis:

- Que exista demanda potencial insatisfecha.
- Que el valor presente neto sea mayor o igual a cero, y
- Que la tasa interna de retorno obtenida en el proyecto sea mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento.

El presente trabajo, fue realizado a base de investigación exploratoria: consulta bibliográfica y entrevistas a profundidad. Investigación descriptiva, mediante técnica de encuesta e investigación causal a base del análisis bivariado de las variables de interés para el proyecto.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 1
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Introducción:

En el primer capítulo se dará una idea general de la empresa que se pretende establecer, para lo cual se indicará la información general, directrices, lineamientos… Que permitirán tener una idea de lo que se proyecta realizar.

1.2 Concepción del negocio:

Lo que se pretende es establecer una empresa que pueda satisfacer una serie de necesidades que se presenten por parte del cliente, es por esta razón que se centra en la ciudad de Cuenca, definiendo cual va a ser el supuesto mercado, para de esta forma crear algo innovador, con una mayor sofisticación y sobre todo comodidad para el cliente; que es la variable clave para el curso de acción, desde la planeación hasta el momento en que se pone en práctica.

Es por esta razón que para la apertura del establecimiento es necesario que se tome en cuenta todas las características que radican dentro del mercado, las cuales hacen referencia a la actividad de la empresa; al igual que los aspectos sociales, financieros, vinculados al medio ambiente... Factores determinantes para el desarrollo del negocio y por lo tanto sus variaciones pueden traer consecuencias al proceso de esta empresa.

En base a lo mencionado, esta empresa es un bar dirigido para personas adultas que posean un nivel económico medio, medio alto y alto; conjuntamente con elementos diferenciadores que son necesarios para el éxito de la misma, sin olvidar el entorno y sus efectos.

1.3 Misión:

Satisfacer las necesidades de los clientes ofreciéndoles servicios y productos de calidad, brindándoles un espacio de distracción, diversión, seguridad, sociabilización y relajación para el sano compartimiento con sus amigos y seres queridos.

1.4 Visión:

Ser un centro de entretenimiento exclusivo, reconocido a nivel local y nacional, con un nombre que sea símbolo del buen servicio y calidad.

1.5 Principios y valores:

- Trabajar en pro de los clientes, brindándoles un ambiente atractivo para que su estancia sea agradable y su regreso seguro.
- No juzgar a los clientes por su ideología ya que sus creencias no debe influir en el trato que se les brinde.
- Aportar al desarrollo de la ciudad, brindando fuentes de trabajo y entretenimiento. Contando con el personal necesario para la óptima atención a los clientes.
- Cumplimiento de obligaciones financieras, profesionales y morales. Respetando todas las leyes y reglamentos establecidos en el entorno.
- Servicio eficiente y eficaz. Alcanzar los anhelos de los individuos de una manera creativa y espontánea.
- Excelente calidad en el servicio; brindando los mejores productos en calidad y precio.
- Buena imagen. Estar en constante renovación e innovación.
- Ética. El compromiso de ser y actuar de este negocio se fundamenta en la dignidad humana.
- Seriedad y honestidad en los negocios elaborados.

1.6 Análisis F.O.R.D.:

A continuación se presenta el análisis F.O.R.D. de la empresa:

1.6.1 Cuadro F.O.R.D.:

Cuadro 1.1. "Análisis F.O.R.D."

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas: ☙ Conocimiento de procesos administrativos y de marketing ☙ Ambiente atractivo ☙ Experiencia musical ☙ Amplio parqueadero ☙ Buena presentación de los productos. ☙ Oferta de varios productos y servicios. ☙ Productos garantizados. ☙ Motivación a los trabajadores	**Debilidades:** ☙ Inexperiencia con variedad de licores y comida. ☙ Poco conocimiento de los proveedores. ☙ Alta inversión inicial. ☙ Falta de personal capacitado con experiencia.
FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades: ☙ Poca competencia de bares para adultos. ☙ Perspectivas económicas buenas. ☙ Ubicación de la empresa en el lugar predilecto escogido mediante encuestas. ☙ Crecimiento poblacional.	**Riesgos:** ☙ Cambios en los gustos del cliente. ☙ Políticas del gobierno: alza del I.C.E. y leyes de tránsito (controles policíacos) ☙ Climáticos. ☙ Futuras competencias. ☙ Cambios bruscos en la economía del país. ☙ Sector atractivo para el ímpetu.

Elaborado por los autores

1.6.2 Matriz de evaluación de factores:

Cuadro 1.2. "Matriz de Evaluación de Factores Internos"

FACTORES INTERNOS CLAVES		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
1	Conocimiento de procesos administrativos y de marketing	0,13	4	0,52
2	Ambiente atractivo	0,11	4	0,44
3	Experiencia musical	0,03	4	0,12
4	Amplio parqueadero	0,11	3	0,33
5	Buena presentación de los productos.	0,10	4	0,4
6	Oferta de varios productos y servicios.	0,09	3	0,27
7	Productos garantizados.	0,08	4	0,32
8	Motivación a los trabajadores	0,07	3	0,21
9	Inexperiencia con variedad de licores y comida.	0,03	2	0,06
10	Poco conocimiento de los proveedores.	0,06	1	0,06
11	Alta inversión inicial.	0,14	1	0,14
12	Falta de personal capacitado con experiencia.	0,05	2	0,1
TOTAL		**1,00**	**-**	**2,97**

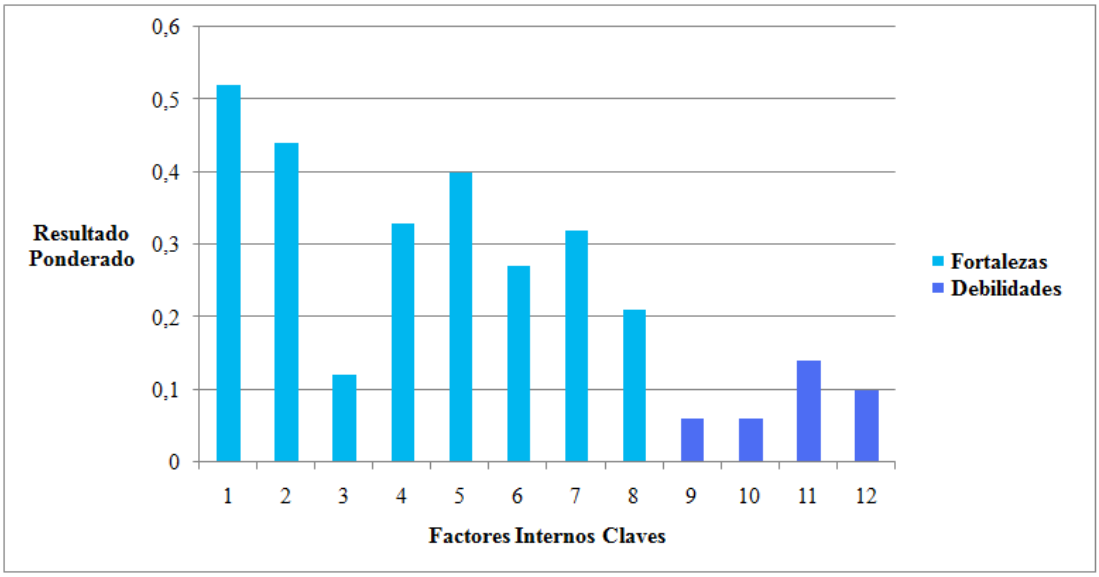
Debilidad importante:	1
Debilidad menor:	2
Fortaleza menor:	3
Fortaleza importante:	4

Elaborado por los autores

Independientemente de la cantidad de factores que se incluyen en una "Matriz de Evaluación de Factores Internos ", el mínimo que puede tener un total ponderado en esta presentación es de 1.0; y un máximo, de 4.0; siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados por debajo de 2.5 describen a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte.

El total ponderado de esta matriz es de 2.97, lo cual indica que la posición estratégica interna general de la empresa está muy arriba de la media, mostrando que este negocio poseería una posición interna relativamente fuerte. Es imprescindible recalcar que a futuro se debe tratar que esta matriz interna siga elevándose, para así fortalecerse aún más internamente.

Gráfico 1.1. "Matriz de Evaluación de Factores Internos"



Elaborado por los autores

Cuadro 1.3. "Matriz de Evaluación de Factores Externos"

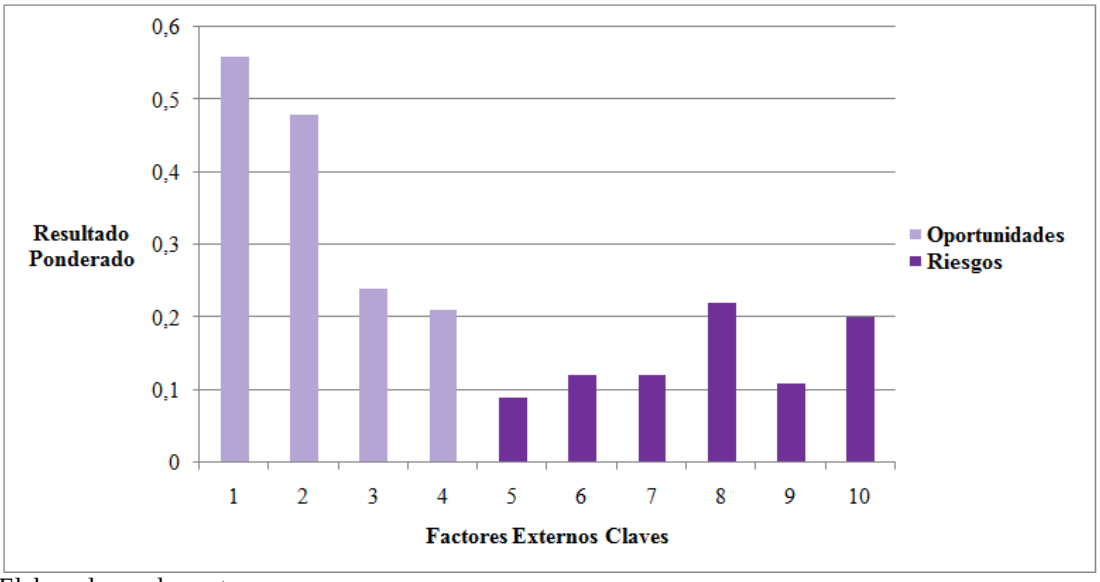
FACTORES EXTERNOS CLAVES		PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
1	Poca competencia de bares para adultos.	0,14	4	0,56
2	Perspectivas económicas buenas.	0,12	4	0,48
3	Ubicación de la empresa en el lugar predilecto escogido mediante encuestas.	0,08	3	0,24
4	Crecimiento poblacional.	0,07	3	0,21
5	Cambios en los gustos del cliente.	0,09	1	0,09
6	Políticas del gobierno: alza del I.C.E. y leyes de tránsito (controles policíacos)	0,12	1	0,12
7	Climáticos.	0,06	2	0,12
8	Futuras competencias.	0,11	2	0,22
9	Cambios bruscos en la economía del país.	0,11	1	0,11
10	Sector atractivo para el ímpetu.	0,10	2	0,2
TOTAL		**1,00**	**-**	**2,35**

Riesgo importante:	1
Riesgo menor:	2
Oportunidad menor:	3
Oportunidad importante:	4

Elaborado por los autores

El total ponderado de 2.35 indica que esta empresa está por debajo de la media en el ámbito de los factores externos, mostrando que la empresa se encontrará en una situación donde los riesgos serán mayores a las oportunidades.

Gráfico 1.2. "Matriz de Evaluación de Factores Externos"



Elaborado por los autores

1.7 Conclusiones:

En este capítulo se ha consignado la información pertinente a la empresa, dejando en claro la actividad de la misma; así como también las razones por las cuales se ha decidido emprender este negocio.

Hablar de misión es hablar de la razón de ser de la empresa; y, de visión, de lo que se aspira llegar a ser. Estos son aspectos primordiales y de suma importancia en lo relativo a la información general de la empresa; apartados que fueron definidos claramente en este trabajo.

La importancia de la ética en cualquier organización es vital para la misma, es la base y cimientos para el desarrollo y crecimiento integral tanto de la empresa como el de sus empleados; considerando que la moral, siendo el pilar de la ética, debe hallarse en todo momento y en cualquier lugar. Es por esta razón que se ha expuesto los principios y los valores en los que se fundamentará esta organización.

Se ha estimado la posición relativa con la que la empresa incursionaría en el mercado, especificando tanto las oportunidades como los riesgos que se encuentran en el mismo; así como también las fortalezas y debilidades que poseería la empresa.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DEL MERCADO

CAPÍTULO 2
ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 Introducción:

Para empezar a estudiar la viabilidad y factibilidad del proyecto es necesario comenzar por un estudio y análisis del mercado, ya que una vez obtenidos los resultados se los aplicará también en la etapa técnica.

Como objetivos del estudio de mercado se tienen los siguientes:

- Definir el perfil del potencial consumidor.
- Determinar el nivel de aceptación de los potenciales consumidores del servicio de bar.
- Identificar los atributos que valoran los potenciales clientes que utilizarán los servicios de la empresa.
- Determinar los principales competidores existentes en el mercado.
- Corroborar que exista una demanda potencial insatisfecha.
- Conocer qué tipo de medios podemos emplear para promocionar los productos[1].

2.2 Producto:

El presente trabajo pretende determinar la viabilidad de implementar en Cuenca un bar para personas mayores. Definiendo como bar al: "Establecimiento donde los clientes consumen bebidas y algún alimento, como tapas o bocadillos", [2] permitiendo también brindar a los potenciales clientes un servicio de música en vivo y de karaoke, según el día de asistencia.

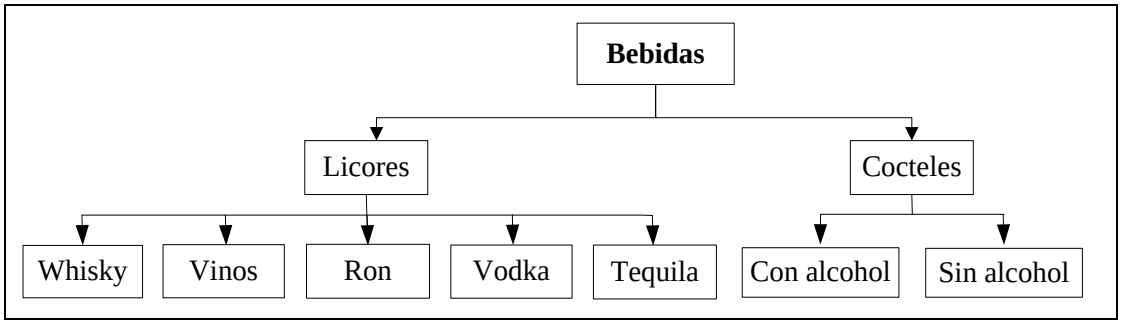
[1] Entiéndase como producto a los bienes y servicios.
[2] (http://www.wordreference.com/definicion/bar [consulta 1 de marzo de 2010]); Michael Kellogg.

2.2.1 Bienes:

En lo referente a los bienes, se ofrecerá dos líneas de productos: bebidas y comida.

Bebidas: licores y cócteles, con líneas reconocidas de alta calidad, garantizando la satisfacción del cliente**.**

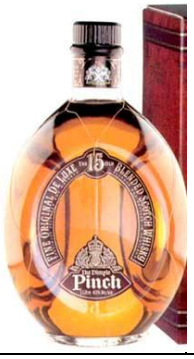
Gráfico 2.1. "Bebidas"



Elaborado por los autores

A continuación se indica las líneas de producto que se brindará en lo referente a los licores, cada una con su respectiva amplitud:

Gráfico 2.2. "Whisky"

JOHNNY WALKER ROJO	GRANT'S 12 AÑOS	JOHNNY WALKER NEGRO	DIMPLE 15 AÑOS	JACK DANIEL'S
				

Elaborado por los autores

Gráfico 2.3. "Vinos"

VINO HERVIDO	
JARRA	COPA

Elaborado por los autores

Gráfico 2.4. "Ron"

APPLETON ESTATE	BACARDÍ	BACARDÍ LIMÓN	ABUELO AÑEJO

Elaborado por los autores

Gráfico 2.5. "Vodka"

SMIRNOFF	SMIRNOFF SABORES		
	GREEN APPLE	ORANGE	RASPBERRY

SKYY	SKYY SABORES		
	FRUTO DE LA PASIÓN	LIMÓN	UVAS
ABSOLUT	**FINLANDIA**	**RUSSKAYA**	

Elaborado por los autores

Gráfico 2.6. "Tequila"

JOSÉ CUERVO		EL CHARRO	
DORADO	CLÁSICO	ORO	SILVER

Elaborado por los autores

Es ineluctable también indicar la línea de cocteles que se ofrecerá en el bar, los mismos que serán preparados en el propio establecimiento. También se elaborará un coctel propio de la casa, al cual se lo llamará "Tiempos Aquellos":

Gráfico 2.7. "Cocteles con alcohol y su composición"

TIEMPOS AQUELLOS	CAIPIRI-NHA	CUBA LIBRE	ALEXAN-DER	AMARE-TTO
➢ Gin ➢ Granadina ➢ Naranjilla ➢ Leche evaporada ➢ Crema de leche	➢ Aguardiente brasileño ➢ Limón en gajos ➢ Azúcar	➢ Ron blanco ➢ Cola ➢ Rodaja de limón ➢ Gotas de limón	➢ Crema de cacao ➢ Brandy ➢ Cereza ➢ Crema de leche o helado de vainilla	➢ Amaretto ➢ Jugo de naranja
MARGARI-TA	**MARTINI**	**MOJITO**	**PADRINO**	**RUSO NEGRO**
➢ Tequila ➢ Cointreau ➢ Jugo de limón	➢ Gin ➢ Vermut seco	➢ Ron ➢ Limón ➢ Hojas de menta ➢ Agua con gas	➢ Amaretto ➢ Whisky ➢ Hielo en cubitos	➢ Vodka ➢ Kahlua ➢ Cubos de hielo

TEQUILA SUNRISE	VODKA TONIC	PIÑA COLADA	PIÑA COLADA EN ESPUMA	DAIQUIRÍ
➢ Tequila ➢ Granadina ➢ Cubitos de hielo ➢ Zumo de naranja	➢ Vodka ➢ Limón ➢ Agua quina (Tónica)	➢ Jugo de piña ➢ Leche de coco ➢ Ron blanco ➢ Banana ➢ Nuez	➢ Leche de coco ➢ Jugo de piña ➢ Ron blanco ➢ Una pizca de café instantáneo	➢ Ron blanco ➢ Jugo de limón
SEX ON THE BEACH	**GIN TONIC**	**COSMOPO-LITAN**	**DAMA ROSADA**	**MANHATTAN**
➢ Vodka ➢ Arándano ➢ Jugo natural de naranjal ➢ Licor de durazno ➢ Rodaja de naranja ➢ Cereza	➢ Gin ➢ Rodajas de limón ➢ Agua tónica	➢ Vodka ➢ Contreau ➢ Jugo de limón ➢ Jugo de arándanos	➢ Gin ➢ Jugo de limón ➢ Jarabe de granadina	➢ Whisky ➢ Vermut seco ➢ Gotas de angostura

BLUE LAKE	VODKA CON NARANJA	DAMA BLANCA	DE MENTA	DESPERATE HOUSEWIVES
➢ Vodka ➢ Contreau ➢ Jugo de piña ➢ Blue Curacao	➢ Vodka ➢ Jugo de naranja	➢ Ginebra ➢ Cointreau ➢ Zumo de limón	➢ Leche condensada ➢ Leche evaporada ➢ Licor de menta	➢ Vodka ➢ Contreau ➢ Jugo de mango ➢ Limón ➢ Granadina

Elaborado por los autores

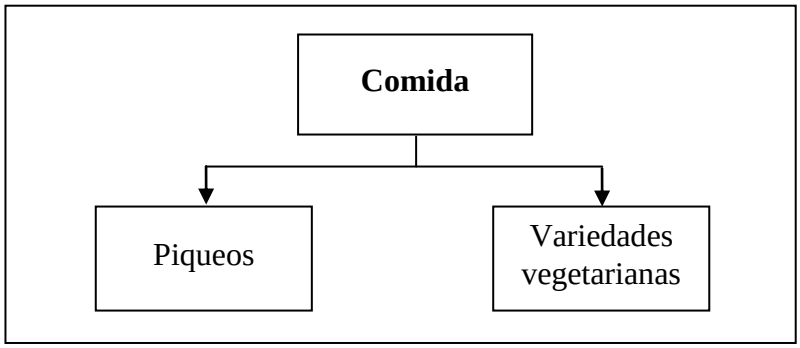
Gráfico 2.8. "Cocteles sin alcohol y su composición"

HAWAIANO	MEDIAS DE SEDA	INTENSO CHOCOLATE	SUNRISE
➢ Jugo de piña ➢ Jugo de Naranja ➢ Granadina	➢ Fresa ➢ Jarabe de frutilla ➢ Crema de leche	➢ Crema de leche ➢ Chocolate ➢ Canela	➢ Jugo de Naranja ➢ Granadina

Elaborado por los autores

Comida: para picar y diversas variedades vegetarianas; preparada con los mejores estándares de calidad.

Gráfico 2.9. "Comida"



Elaborado por los autores

En lo que respecta a los piqueos se servirá:

Gráfico 2.10. "Piqueos"

TABLITA DE QUESO	CUADRITO DE JAMÓN	TABLITA DE ACEITUNAS	PORCIÓN DE PAPAS FRITAS
➢ Quesos: fresco, seco, gouda, mozarella y cheddar ➢ Porción de papas fritas con aceitunas o rodajas de pan con aceitunas ➢ Salsas propias de la casa	➢ Jamones: cocido, de pollo y ahumado ➢ Salami ➢ Quesos ➢ Porción de papas fritas con aceitunas o rodajas de pan con aceitunas ➢ Salsas propias de la casa	➢ Aceitunas verdes: enteras, deshuesadas, rajadas, machacadas y rellenas ➢ Aceitunas negras ➢ Quesos ➢ Salsas de la casa	➢ Papas ➢ Aceite ➢ Sal ➢ Mayonesa ➢ Salsa de tomate

PAPAS FRITAS CON QUESO Y SALAMI	ALITAS DE POLLO	CAMARONES AL AJILLO	CAMARONES APANADOS
➢ Papas fritas ➢ Queso ➢ Salami asado	➢ Ocho alitas a la BBQ ➢ Papas fritas ➢ Mostaza ➢ Miel de Maple ➢ Salsa cátsup.	➢ Camarones ➢ Aceite de oliva ➢ Cebollas perlas ➢ Ajo ➢ Perejil	➢ Camarones ➢ Ajo en polvo ➢ Para acompañar: patacones, mayonesa y ensalada
LLAPINGA-CHOS	**NACHOS**	**PATACONES**	**TABLITA TIEMPOS AQUELLOS**
➢ Papa chola ➢ Queso ➢ Cebolla blanca	➢ Chips de tortillas de maíz ➢ Queso Cheddar ➢ Fréjoles ➢ Jalapeños	➢ Plátanos verdes ➢ Pimienta negra ➢ Ajo	➢ Chuletas BBQ ➢ Pinchos ➢ Camarones Borrachos ➢ Salsa Bechamel ➢ Salsa ligera de mostaza ➢ Salsa Cocía

Elaborado por los autores

Para las variedades vegetarianas se ofertará lo siguiente:

Gráfico 2.11. "Variedades vegetarianas"

ENSALADAS				
CÉSAR CON POLLO	**FANTASÍA**	**MEDITE-RRÁNEA**	**PRIMAVERA**	**RUSA**
➢ Pechuga de pollo ➢ Huevo ➢ Lechuga ➢ Pan	➢ Tomates ➢ Huevos ➢ Papas ➢ Pimiento verde ➢ Alcaparras ➢ Aceitunas ➢ Aderezo italiano	➢ Papas ➢ Olivas negras ➢ Albahaca fresca ➢ Tomatitos ➢ Vinagreta a base de oliva y especias	➢ Fideo tornillo ➢ Berenjenas ➢ Vainitas ➢ Pimientos ➢ Aceitunas negras ➢ Cebolla perla ➢ Champiñones naturales	➢ Cebolla ➢ Zanahorias ➢ Cilantro ➢ Perejil ➢ Alverjas ➢ Lechuga ➢ Huevos duros ➢ Tomates

OTRAS VARIEDADES VEGETARIANAS	
LASAÑA VEGETARIANA	**VEGETALES CALIENTES AGRIDULCES**
➢ Aceite de oliva ➢ Cebolla mediana picada ➢ Flores de brócoli picado ➢ Calabaza ➢ Champiñones picados ➢ Tomates ➢ Fideos de lasaña	➢ Habichuelas blanqueadas ➢ Calabacines ➢ Coliflor ➢ Zanahoria blanqueada ➢ Salsa de tomate ➢ Brócolis blanqueadas ➢ Vinagre ➢ Apio blanqueado ➢ Cebolla ➢ Pimentón ➢ Ajo

Elaborado por los autores

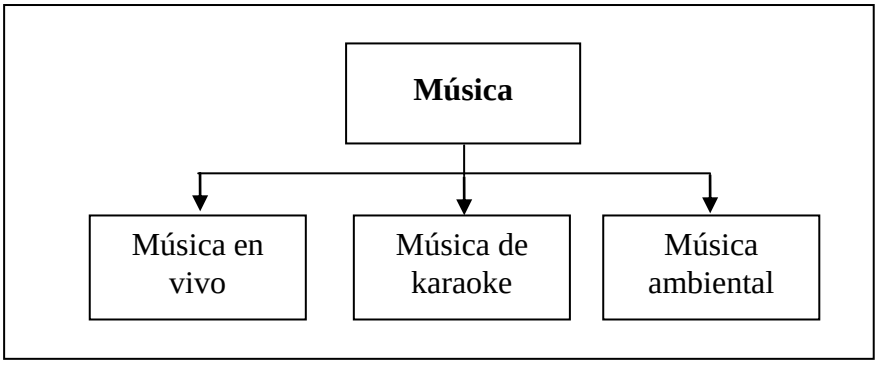
2.2.2 Servicios:

Con respecto a los servicios, se proporcionarán los siguientes:

- Música
- Atención
- Guardianía

Música: El bar, a más de tener música de fondo; también complementará su servicio con música de karaoke el día jueves; y en vivo, con artistas locales y nacionales, los viernes y sábados; brindando de esta manera un ambiente musical agradable para los clientes, variándola o destinando noches para un tipo de música en especial.

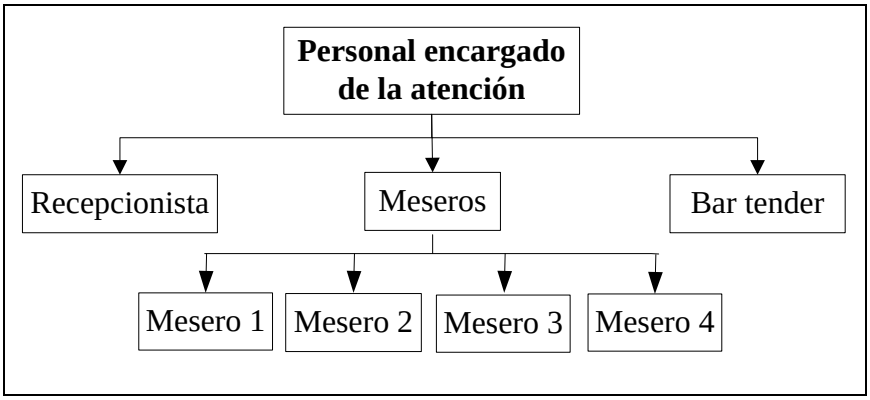
Gráfico 2.12. "Música"



Elaborado por los autores

Atención: Para lo cual se contará con cuatro meseros y un bar tender.

Gráfico 2.13. "Atención"



Elaborado por los autores

Guardianía: Se dispondrá de un guardia en la entrada del local

2.3 Análisis de la demanda:

"Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado".[3]

2.3.1 Investigación de mercados:

La investigación de mercados constituye una parte fundamental de este proyecto ya que brinda información concerniente a gustos, preferencias, predilecciones, aceptación, entre otros aspectos; por parte de los potenciales consumidores.

2.3.1.1 Segmentación:

Para analizar la demanda del proyecto, se considera en cuanto a la segmentación del mercado, definir las variables que ayudan a una mejor obtención de la misma; entre las cuales tenemos:

- Variables geográficas
- Variables demográficas
- Variables psicográficas

En relación a la información de las variables, se considera que geográficamente es la zona urbana de la ciudad de Cuenca, y dentro de las variables demográficas y psicográficas se encuentran personas desde 30 hasta 64 años de edad, de estratos económicos medio, medio alto y alto.

[3] BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos". Pág. 17

2.3.1.2 Fuentes secundarias:

Para determinar la demanda del proyecto en la ciudad de Cuenca, se utilizaron fuentes secundarias, consultadas en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (I.N.E.C.) según la última actualización, con las cuales se obtuvo un dato aproximado de las personas desde 30 hasta 64 años, de nivel económico medio, medio alto y alto[4]. En una parte de la información relacionada a los grupos de edad, lo entregado por la I.N.E.C. nos brinda información de personas ubicadas entre los 25 a 34 años; en virtud de esto, se ha procedido a estimar el número de personas que se encuentran comprendidas en la categoría de 30 a 34 años de edad, por ser este grupo la mitad del rango proporcionado por esta institución, se ha procedido a dividir el total para dos, permitiendo de esta manera obtener la cantidad necesitada.

Cuadro 2.1. "Población de Potenciales Consumidores"

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	POBLACIÓN			
	TOTAL	NIVEL ECONÓMICO		
		MEDIO	MEDIO - ALTO	ALTO
TOTAL	**114.926**	**44.721**	**40.880**	**29.325**
30 a 34 años	12.928	5.302	3.916	3.710
30 a 44 años	33.365	10.764	15.269	7.332
45 a 54 años	45.022	17.764	14.034	13.224
55 a 64 años	23.611	10.891	7.661	5.059
TOTAL HOMBRES	**94.165**	**34.688**	**33.925**	**25.552**
30 a 34 años	10.642	4586	2700	3356
30 a 44 años	28.119	8.817	13.351	5.951
45 a 54 años	37.562	14.563	10.917	12.082
55 a 64 años	17.842	6.722	6.957	4.163
TOTAL MUJERES	**20.761**	**10.033**	**6.955**	**3.773**
30 a 34 años	2.286	716	1216	354
30 a 44 años	5.246	1.947	1.918	1.381
45 a 54 años	7.460	3.201	3.117	1.142
55 a 64 años	5.769	4.169	704	896

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)[5]
Elaborado por los autores

[4] **Anexo 1**. "Cuadro E.N.I.G.H.U."
[5] Extracto de **Anexo 1.** "Cuadro E.N.I.G.H.U."

Los datos obtenidos en la investigación muestran que en la zona urbana de la ciudad de Cuenca existen 292.223[6] habitantes; se escogió los estratos económicos: medio, medio alto y alto, y las edades de 30 hasta 64 años; los cuales son 114.926 habitantes: personas que cumplen con el perfil del potencial consumidor.

2.3.1.3 Fuentes primarias:

Con los datos obtenidos en las fuentes secundarias de investigación se realizó el estudio de las fuentes primarias.

2.3.1.3.1 Entrevista personal en profundidad estructurada:

Se utilizó la técnica cualitativa "Entrevista Personal en Profundidad Estructurada", en la que se entrevistó a seis dueños de los establecimientos que más se asemejan a lo que se desea ofrecer (Anexo 2).

La opinión vertida por los dueños de este tipo de negocios, es importante debido a que ayuda a establecer referentes necesarios para la acción a tomar. En este sentido se puede observar que existen opiniones que indican que es trascendental tener una visión, dinero y un plan; tener buenas relaciones con las autoridades; mantener constancia en el trabajo aunque las jornadas sean hasta muy noche; conocer a la competencia; poseer un factor diferenciador; tener una oferta bien planteada; ser cada vez mejores y brindar un servicio de calidad conservando siempre la identidad y el estilo, haciendo sentir siempre a los clientes como en su hogar. Por lo consiguiente, basándonos en las opiniones de los dueños de este tipo de establecimientos, se pudo encontrar lo siguiente:

Entre los principales servicios que se ofrece en estos negocios, se encuentran:

- Música en vivo y música DJ.

[6] **Anexo 1.** Cuadro E.N.I.G.H.U

- Expendio de bebidas.
- Piqueos.
- Restaurante.
- Eventos y programas.
- Ambiente.

Las bebidas más consumidas, en orden de preferencia son:

a) Whisky: Johnny Rojo, Grant's y Johnny Negro.
b) Ron: de igual preferencia el Bacardí y el Appleton.
c) Cocteles: con predilección en el siguiente orden:
    1) Cuba Libre.
    2) Mojito.
    3) De igual preferencia los siguientes: Amaretto, Caipirina, cocteles de la casa, Margarita, Piña Colada y Vodka con Naranja.
    4) Sex on the Beach.
d) Vodka, de igual preferencia: Skyy y Smirnoff, seguido de Absolut.
e) Vino, de igual magnitud se consume: Casillero del Diablo, Concha y Toro y vino hervido.
f) Tequila, existe una preferencia similar para: El Charro, Jack Daniel's y José Cuervo.
g) Cerveza: Corona.

Cabe recalcar que también se consume Gin pero en una proporción mucho menor.

Los piqueos más apetecidos por los clientes, se basan en el siguiente orden:

a) Queso.
b) Alitas de pollo.
c) Aceitunas y jamón de la misma preferencia.
d) Porciones de papas.
e) Salami.
f) Nachos.
g) Camarón y patacones de igual predilección.

Dentro de los platos fuertes, los gustos se inclinan a:

a) Camarones y ceviches en igual manera.
b) De los mismos gustos: carne de cerdo, carne de res, ensalada, fideo, pollo y tocino.

El tipo de música que las personas prefieren en estos locales, se encuentra en el siguiente orden:

a) Música bailable, compuesta por: salsa, merengue, cumbia y bachata, (en orden de preferencia).
b) Música de los 80's.
c) Romántica.
d) Ambiental electrónica.
e) Rock latino.

Las razones por las que las personas asisten a estos establecimientos son:

- Por el ambiente e infraestructura.
- Por la atención.
- Por las comidas y las bebidas.

La capacidad de estos negocios varía entre 120 y 300 personas.

La mayoría de estos establecimientos, abrían sus puertas a partir de las 8:00 pm y las cerraban entre las 2:00 am y las 3:00 am, pero por la nueva ley de normalización que rige en los bares, los dueños se han visto obligados a atender máximo de martes a jueves hasta las 12h00 am, mientas que los viernes y sábados el horario de atención se extiende hasta las 02h00 am. Los días en donde existe mayor concurrencia de personas son los viernes, seguidos de los sábados y por último los jueves.

En promedio una persona gasta diariamente un aproximado de $14,50. Existe un claro favoritismo tanto para el pago en efectivo como en tarjetas de crédito.

“El Eucalyptus” es el bar más considerado como competencia para los dueños de este tipo de negocios, seguido por “La Parola”.

2.3.1.3.2 Diseño del cuestionario:

Con los datos obtenidos por medio de la "Entrevista Personal en Profundidad Estructurada" se realizó el diseño de la encuesta (Anexo 3).

2.3.1.3.3 Encuesta piloto:

Se realizó una encuesta piloto a 30 personas con la finalidad de cerciorarse si el diseño de la misma está correcto.

Para asegurar la veracidad de los datos recogidos y su correspondencia con el estrato económico y social que se buscaba para la investigación, se utilizó dos preguntas de verificación, las mismas que nos permitieron comprobar que la encuesta realizada pertenecía a una persona con el perfil requerido.

De manera general, se realizaron leves arreglos a ciertas preguntas que presentaban un cierto grado de dificultad para los encuestados y que no brindaban información significativa para nuestra investigación.

2.3.1.3.4 Determinación del tamaño de la muestra:

Se tomó en consideración que la población de Cuenca que responde a los requerimientos de la investigación es de 114.926[7] personas, la cual, según Trespalacios-Gutierrez (2.005), por tratarse de una población mayor a 100.000 personas, se considera población infinita; tomando en cuenta esto, se debe hacer dos cálculos: para variables cuantitativas y cualitativas.

[7] Personas que residen en la zona urbana de la ciudad de Cuenca, cuya edad se encuentra comprendida desde los 30 hasta los 64 años; y, poseen un nivel económico medio, medio-alto o alto: 114.926. Revisar **Cuadro 2.1.** "Población de Potenciales Consumidores"

a) Para variables cuantitativas:

Es necesario realizar este procedimiento para poder hallar el tamaño de la muestra. Se consideró la pregunta referente al gasto personal, en donde se halló el punto medio de cada intervalo considerado de $10 en $10 hasta un máximo de $60. A cada valor del punto medio se lo multiplicó por el número de personas que optaron por ese intervalo. A la suma de todas estas multiplicaciones se la dividió para el número total de personas excluidas las que habían sido filtradas, hallando de esta manera la media. Se procedió para cada intervalo, sustraer la media del punto medio, elevando cada resultado al cuadrado y multiplicándolo por el número de personas.

La media del gasto obtenido en un pretest realizado a 26 personas, es de $19,69 de gasto personal; un error de muestreo de $0,98, correspondiente al 5% de la media; y, una varianza poblacional de 87,06.

La fórmula utilizada para el cálculo del tamaño de la muestra es:

$$\mathbf{n} = \frac{Z^2.\ S^2}{e^2} = \frac{(1{,}96)^2.\ 87{,}0591716}{(0{,}984615385)^2} = 344{,}98$$

n= 345 encuestas

Donde:

Z = número de unidades de desviación típica en la distribución normal que producirá el nivel de confianza deseado.

S^2 = varianza poblacional

e = error de muestreo

b) Para variables cualitativas [8]:

Mediante la fórmula descrita a continuación se pudo realizar el procedimiento necesario, considerando que se cuenta con una población infinita y una variable dicotómica; además, se utilizó un nivel de confianza del 95% y un nivel de error del 5%:

$$\mathbf{n} = \frac{z^2 . P . Q}{e^2} = \frac{(1{,}96)^2 .\ 0{,}5(1-0{,}5)}{(0{,}05)^2} = 384{,}16$$

n = 385 encuestas

Donde:

n = tamaño de la muestra.

Z = número de unidades de desviación típica en la distribución normal que producirá el nivel de confianza deseado.

P = porcentaje de la población que posee la característica.

e = error máximo que se está dispuesto a admitir.

. Q= probabilidad de no ocurrencia.

El número de encuestas a realizar es de 385, por ser el mayor número calculado para la investigación, considerando a las variables cualitativas y a las cuantitativas.

2.3.1.3.5 Ficha técnica de estudio:

Las características principales de la muestra escogida se resumen en la siguiente ficha de estudio:

Cuadro 2.2. "Ficha Técnica"

POBLACIÓN O UNIVERSO	Personas mayores de edad de la zona urbana de la ciudad de Cuenca: 282.771 [9].

[8] TRESPALACIOS, Juan; ACEBRÓN, Laurentino; VÁZQUEZ, Rodolfo (2005). "Investigación de Mercados". Pág. 108

TAMAÑO MUESTRAL	385
ERROR MUESTRAL	5%
NIVEL DE CONFIANZA	95%
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	Muestreo Aleatorio Estratificado
FECHA TRABAJO DE CAMPO	Abril 2010 - junio 2010

Elaborado por los autores

El tipo de muestreo probabilístico: "Aleatorio Estratificado", es uno de los más utilizados para realizar una investigación de mercados. Se asigna diversos estratos tomando como referencia una característica común -en nuestro caso sería el rango de edad- para aseverar que a pesar de la diversidad existente, los rangos de la muestra seleccionados proveen una gran representatividad en lo que respecta a la población.

Existen dos maneras de determinar el número de encuestas necesarias según estratos para este tipo de muestreo: con asignación proporcional y con asignación óptima. Hemos elegido la primera debido a que es la que mejor se adecúa a nuestra circunstancia. Para elegir el tamaño de la muestra por cada estrato se ha utilizado la fórmula siguiente:

$$N_i = \frac{N_i * n}{N}$$

Donde [10]:

n_i = tamaño de la muestra en el estrato i.
N_i = tamaño de la población en el estrato i.
n = tamaño de la muestra total.
N = tamaño de la población.

El siguiente cuadro indica el número de encuestas necesarias según el rango de edad de la población interesada:

[9] Para su obtención se procedió a realizar una regla de tres en lo concerniente a la primera categoría (17.722 personas de 10 a 24 años de edad), lo que da como resultado que existen 8.270 personas de 18 a 24 años de edad. A este valor se le suma el total de cada uno de los rangos restantes, obteniendo 282.771 individuos.

[10] TRESPALACIOS, Juan; ACEBRÓN, Laurentino; VÁZQUEZ, Rodolfo (2005). "Investigación de Mercados". Pág. 113

Cuadro 2.3. "Número de encuestas a realizar por edades"

RANGO DE EDAD (AÑOS)	POBLACIÓN (PERSONAS)	NÚMERO DE ENCUESTAS SEGÚN TAMAÑO DE LA MUESTRA
30 a 34	12.928	43
35 a 44	33.365	112
45 a 54	45.022	151
55 a 64	23.611	79
TOTAL	**114.926**	**385**

Elaborado por los autores

2.3.1.3.6 Selección de participantes:

La semejanza que posee este procedimiento de muestreo probabilístico es muy similar al muestreo no probabilístico: "Por Cuotas", debido a que los estratos seleccionados serían el equivalente a las cuotas; en lo que divergen estos dos métodos es en la manera de seleccionar aleatoriamente dentro de cada rango. Para la elección de los encuestados nos enfocamos en los sectores en donde se encuentran nuestros potenciales clientes.

2.3.1.3.7 Tabulación de encuestas:

Una vez aplicadas las 385 encuestas requeridas, se procedió a tabular los datos (Anexo 4).

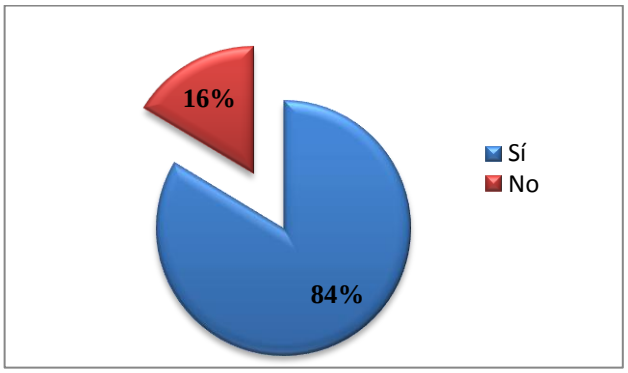
2.3.1.3.8 Análisis Univariado:

Asistencia:

Por medio de esta pregunta se obtuvo la información del número de personas que habían asistido alguna vez a un bar, las mismas que constituyeron un referente para la investigación; su opinión y aportes formaron las bases para la misma. Se pudo observar que el 84% de las personas habían acudido o acudían a un bar.

La gráfica muestra de manera más concreta los resultados de esta pregunta, mostrando el predominio de la gente que asiste a los bares sobre la que no.

Gráfico 2.14. "Asistencia a bares"

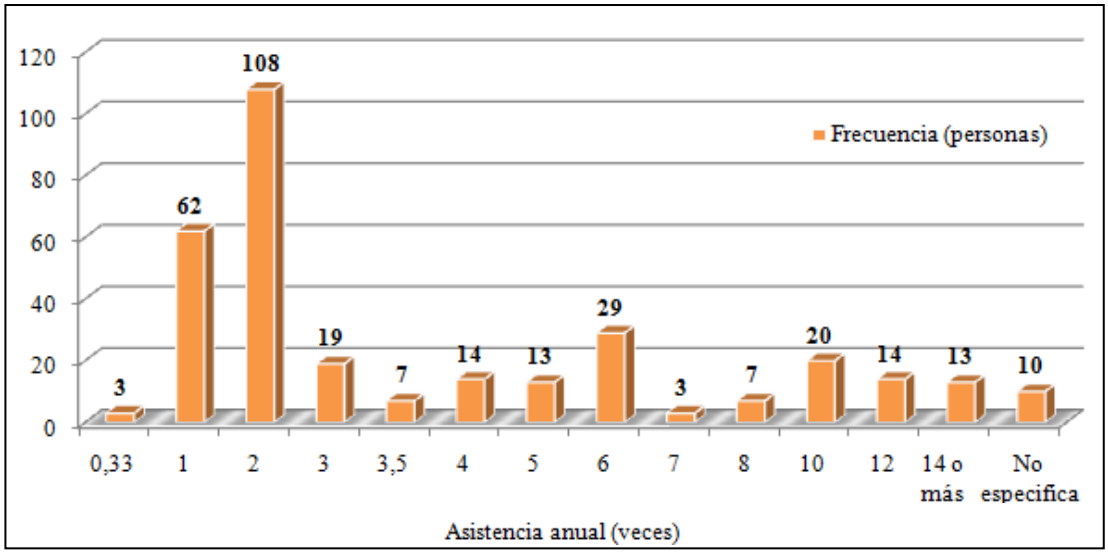


Elaborado por los autores

Frecuencia:

Estas respuestas ayudaron a establecer la frecuencia de asistencia a los bares de las personas con las características seleccionadas. Se pudo distinguir que la mayoría de individuos concurrían por lo menos unas dos veces al año a algún bar de la ciudad; por otra parte, existía una gran cantidad de personas que solamente acudían una vez; e incluso, se encontraron personas que con muy poca frecuencia visitaban un bar, es decir, iban una vez cada tres años. También se encontró que casi la mitad de individuos visitan un bar tres veces o más durante el año.

Gráfico 2.15. "Frecuencia de asistencia a bares"



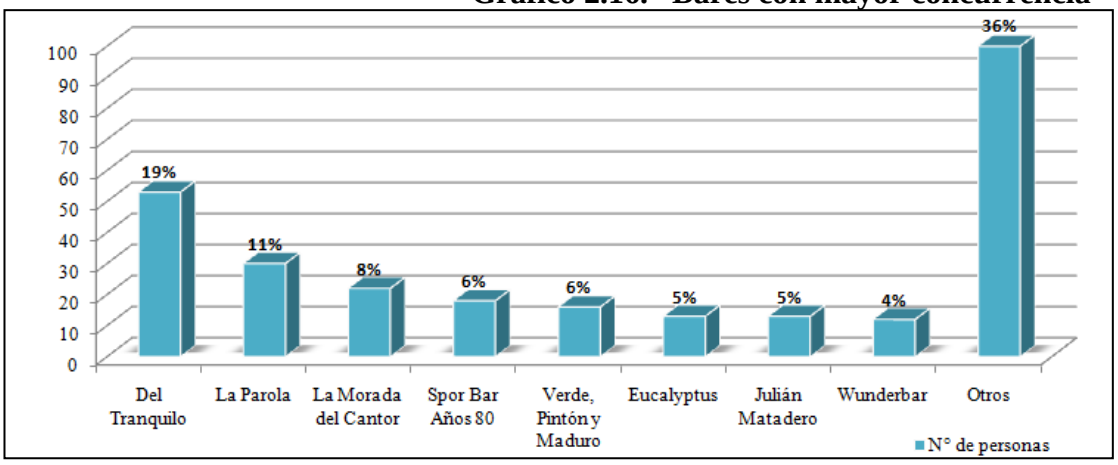
Elaborado por los autores

Se concluyó que el promedio de asistencia anual es de 4,46310897 veces por persona.

Competencia:

Se buscó identificar al mayor competidor existente en el mercado, lo que permitió apreciar que la gente reconoció al bar "Del Tranquilo" como el de mayor predilección:

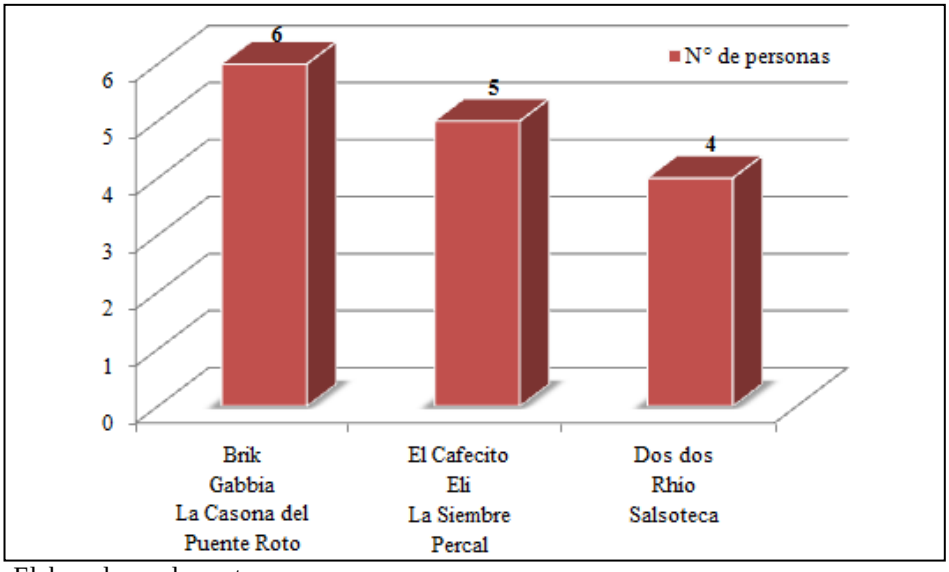
Gráfico 2.16. "Bares con mayor concurrencia"



Elaborado por los autores

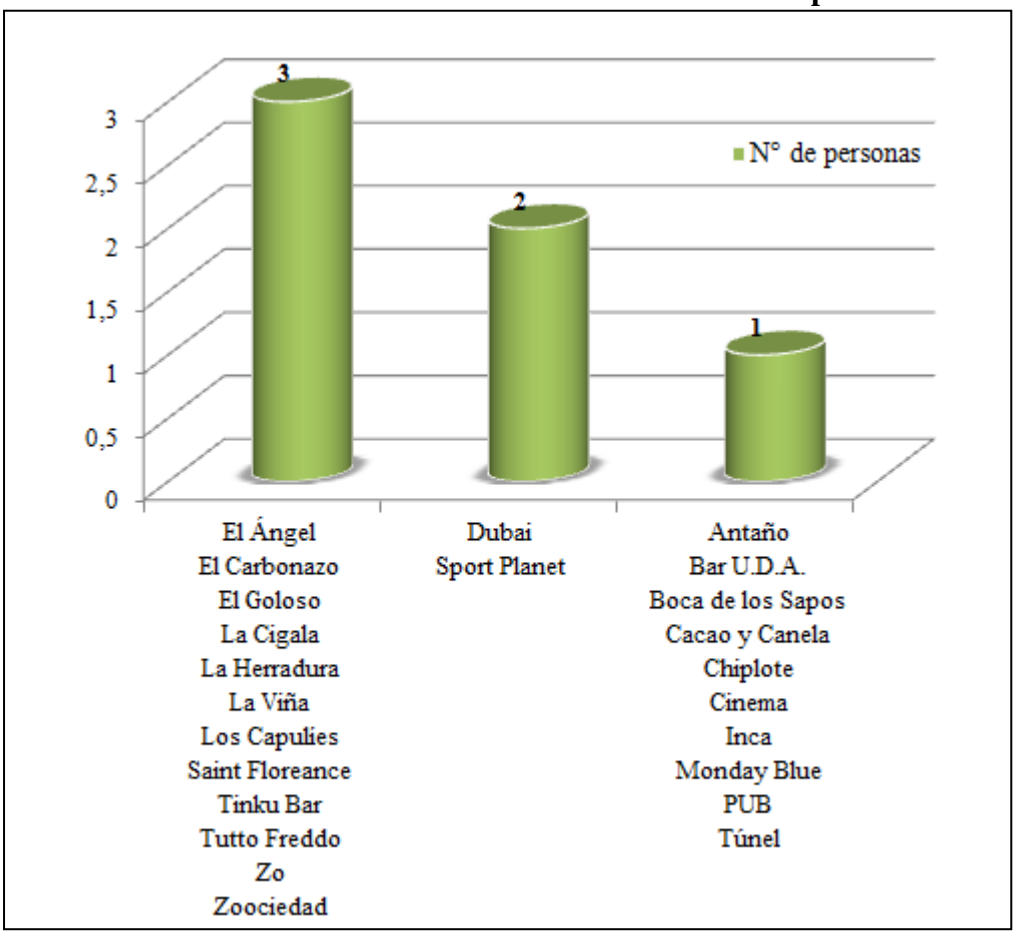
Un 36% de los encuestados prefiere asistir a bares diferentes a los mencionados en el cuadro anterior; lo que permite identificar un segundo grupo de bares medianamente visitados y, un tercero, con un menor reconocimiento, pero que también se encuentra presente en la ciudad de Cuenca:

Gráfico 2.17. "Bares medianamente visitados"



Elaborado por los autores

Gráfico 2.18. "Bares con menor preferencia"

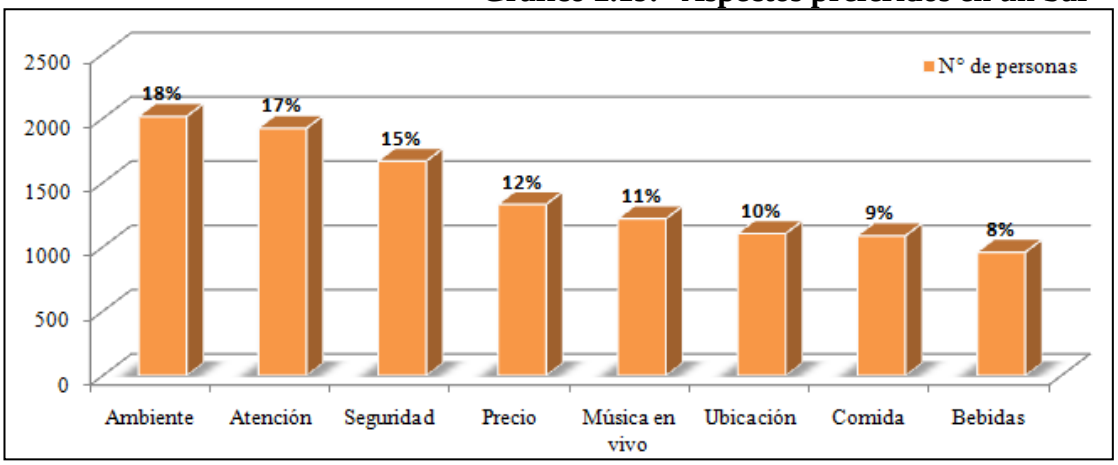


Elaborado por los autores

Aspectos preferidos:

Se buscó identificar los aspectos que las personas consideran de mayor importancia al momento de elegir el bar al que asistirán; así, se puede observar que las personas tienen una mayor preferencia hacia el ambiente y la atención que brindan los establecimientos, seguido por la seguridad y el precio. Los resultados se muestran en la siguiente grafica:

Gráfico 2.19. "Aspectos preferidos en un bar"



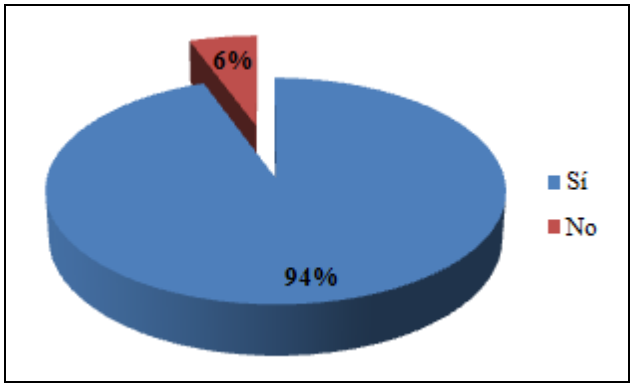
Elaborado por los autores

En cuanto a este apartado es necesario indicar que para la elaboración de la grafica, a los aspectos más importantes se los calificó con los números mayores según su correspondencia, al contrario de lo que se pidió en las encuestas.

Aceptación:

Mediante esta pregunta se obtuvo el porcentaje de aceptación de las personas que están interesadas en acudir al bar que se pretende establecer. Luego de analizar los datos se observó que el nivel de aprobación por parte de los consumidores es del 94%.

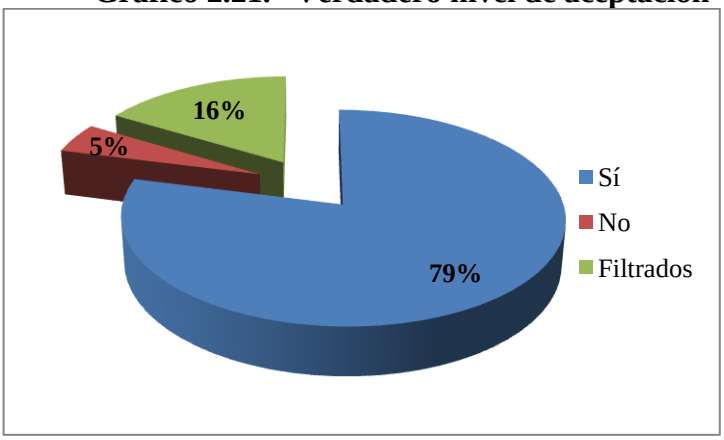
Gráfico 2.20. "Porcentaje de aceptación de las personas que están interesadas en asistir a nuestro bar"



Elaborado por los autores

Pero el verdadero nivel de aceptación, tomando en cuenta la totalidad de las personas encuestadas, incluidas quienes que no habían asistido alguna vez a un bar, es del 79%.

Gráfico 2.21. "Verdadero nivel de aceptación"



Elaborado por los autores

En el gráfico se observa que el 16% del total de las personas encuestadas nunca han asistido a un bar, mientras que el 5% no se encuentran interesados en nuestros servicios. Para las siguientes preguntas y análisis no se considerará la información que se obtenga del 16% de individuos que no han concurrido a bares, debido a que sus respuestas no representarían una realidad puesto que estas son solo un supuesto.

El nivel de aceptación del 79% es una cantidad representativa para la muestra, pero debemos tener en cuenta que la realidad en la ciudad de Cuenca puede variar, por lo que es necesario realizar una estimación de la población con proporciones. Se partirá de la siguiente fórmula del intervalo de confianza para la proporción:

$$\pi = \overline{P} \pm Z * \sqrt{\frac{\overline{P}(1-\overline{P})}{n}}$$

Donde:

π = proporción en la población.

Z = número de unidades de desviación típica en la distribución normal que producirá el nivel de confianza deseado.

$\overline{P}$ = proporción en la muestra.

n = tamaño de la muestra

$$\pi = 0{,}79 \pm 1{,}96 * \sqrt{\frac{0{,}79\ (1 - 0{,}79)}{385}}$$

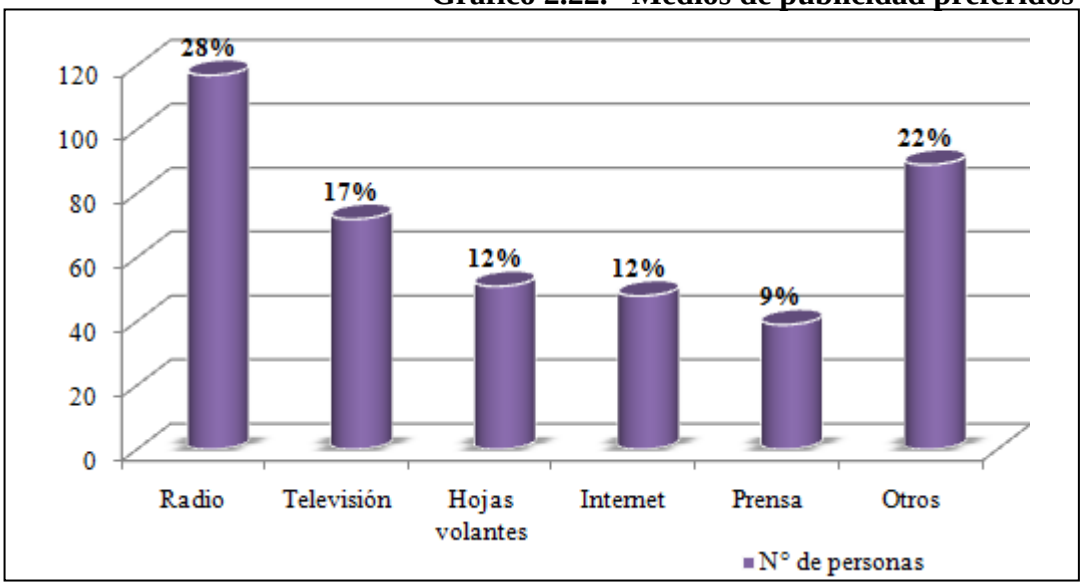
$$\boldsymbol{\pi_1} = 0{,}7493 \qquad \boldsymbol{\pi_2} = 0{,}8307$$

Es por esta razón que el nivel de aceptación de la población variará entre el 74,93% y el 83,07%

Publicidad:

Se buscó identificar los mejores medios de promoción publicitaria mediante la predilección que la gente poseía por los mismos. Se observó que la mayoría respondió que la mejor publicidad que se podía hacer era mediante la radio; seguida, por una cantidad menor, de la televisión. Es necesario acotar que medios como las hojas volantes, el internet y la prensa también fueron opciones planteadas por los encuestados, aunque en menor proporción.

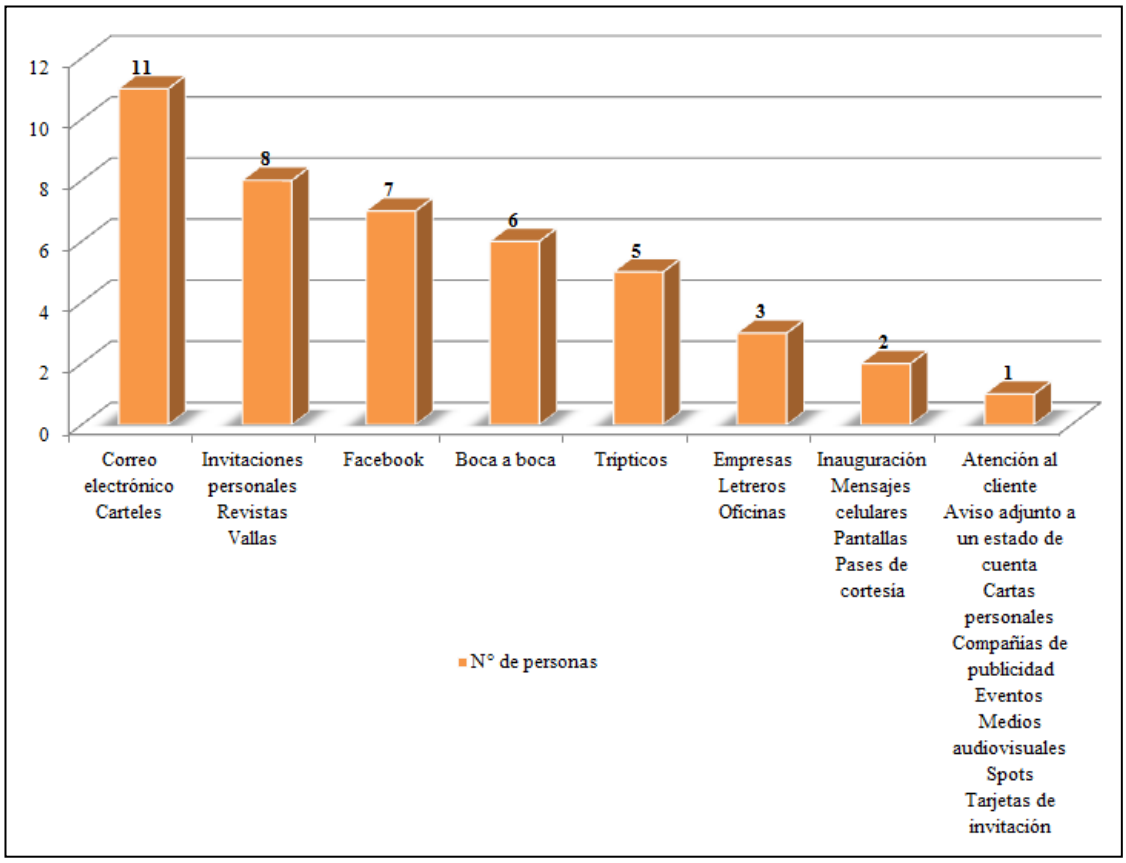
Gráfico 2.22. "Medios de publicidad preferidos"



Elaborado por los autores

Un 22% de los encuestados prefiere también otros medios publicitarios, entre los que se encuentran:

Gráfico 2.23. "Medios publicitarios con menor preferencia"

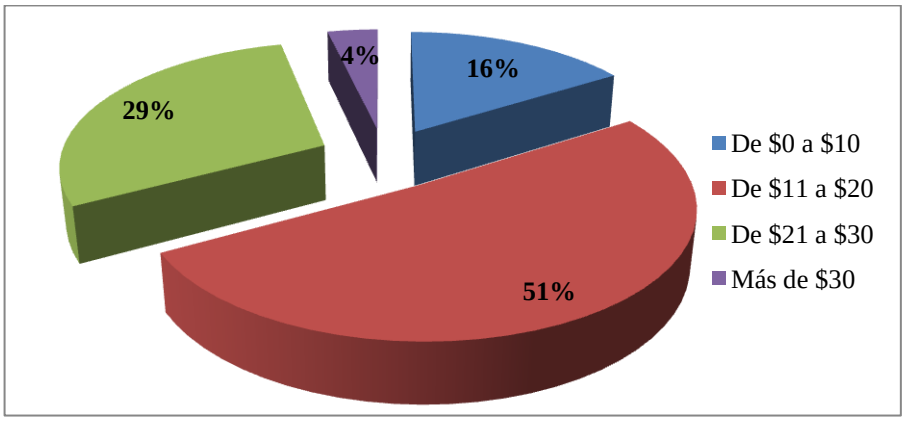


Elaborado por los autores

Gasto personal:

Se identificó cuáles son los principales rangos de dinero que los consumidores están dispuestos a gastar en su visita al bar. Se pudo apreciar que el 51% de las personas encuestadas están dispuestas a gastar entre $11 y $20; el 29% dijo que está dispuesto a gastar entre $21 a $30, estableciendo este nuevo intervalo como el segundo rango más seleccionado por los encuestados. En la gráfica a continuación se muestra con mayor precisión los resultados:

Gráfico 2.24. "Gasto personal"

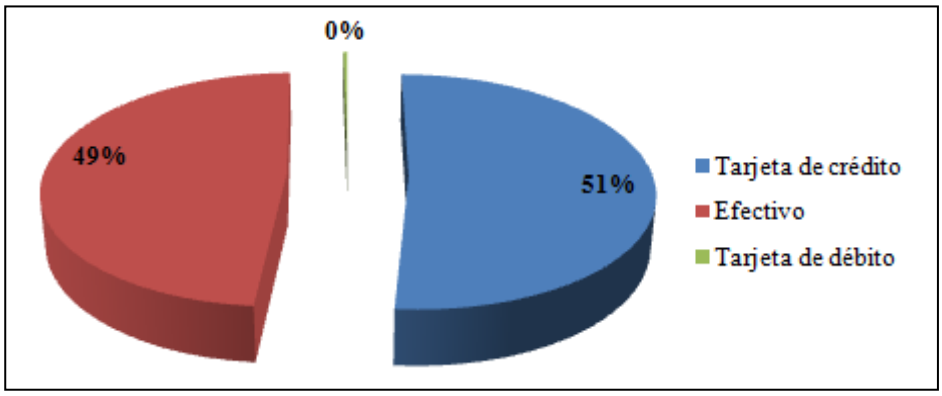


Elaborado por los autores

Forma de pago:

Esta pregunta permitió identificar cuál es la forma de pago preferida por los potenciales consumidores del bar. De esta manera se tiene que las personas encuestadas tienen una leve orientación al pago con tarjeta de crédito, casi a un mismo nivel que el pago con dinero en efectivo.

Gráfico 2.25. "Formas de pago preferidas"

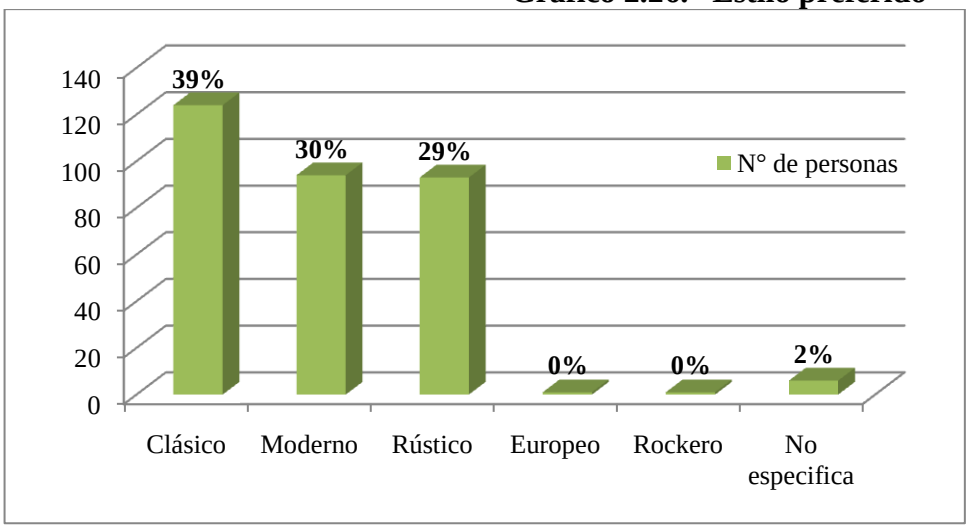


Elaborado por los autores

Estilos:

El objetivo principal de esta pregunta es buscar el confort y la comodidad de los potenciales clientes en base a sus gustos y preferencias. Con este propósito, se pudo establecer que el estilo preferido por las personas es el clásico con un 39%, seguido por los estilos moderno y rústico en similar proporción: 30% y 29% respectivamente; también se pudo identificar otros tipos de estilos que poseen muy poca preferencia, como son el caso de los estilos europeo y rockero.

Gráfico 2.26. "Estilo preferido"



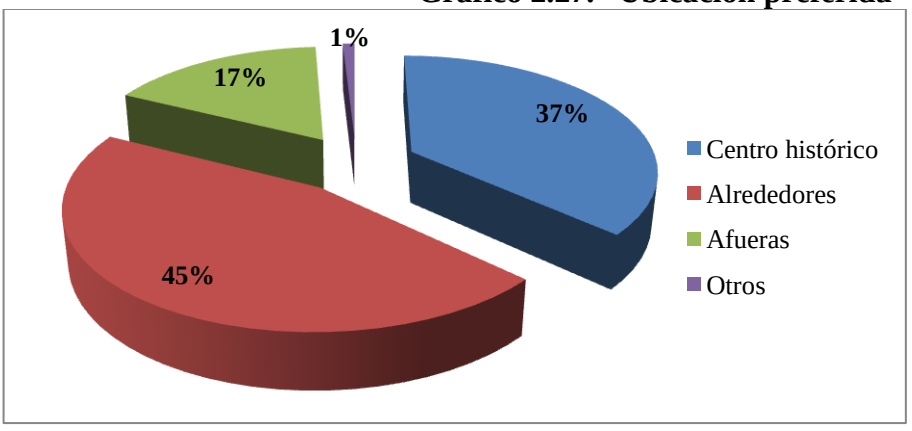
Elaborado por los autores

Ubicación:

Esta pregunta brindó la información necesaria para encontrar la ubicación preferida para el bar. Las encuestas que se realizaron establecieron como resultado que el 45% de personas tiene como preferencia que se encuentre ubicado en los alrededores de la ciudad de Cuenca, en sectores como: El estadio, Misicata, Control sur, Av. Gonzales Suarez, Av. Solano, entre otros. El 37% sugirió que se debería ubicar en el centro histórico de Cuenca, en sectores como: la Calle Larga, el Parque Central, El Barranco, la calle Bolívar, entre otros.

A continuación se presenta el gráfico de los resultados en porcentaje de las encuestas realizadas:

Gráfico 2.27. "Ubicación preferida"



Elaborado por los autores

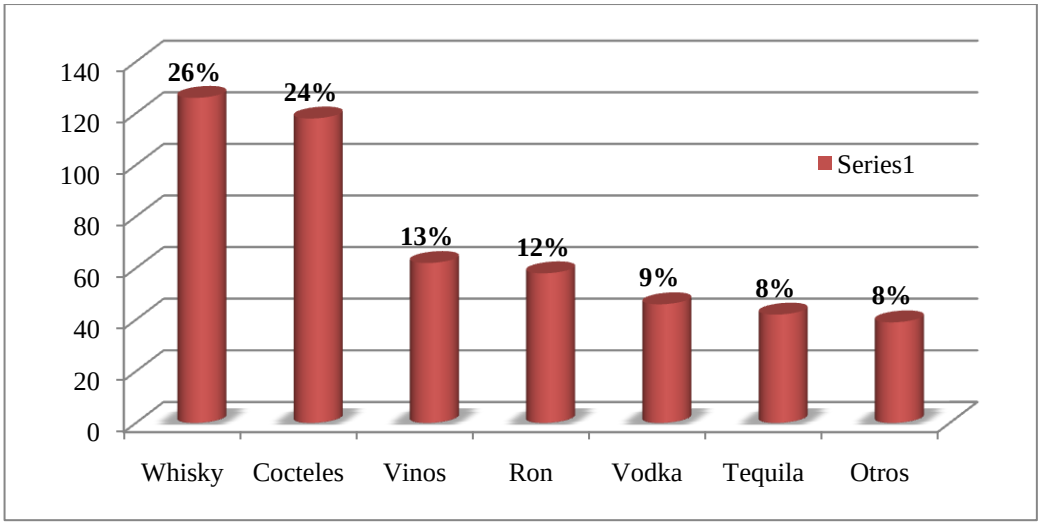
Es pertinente indicar también que los sectores ubicados fuera de la cuidad no tuvieron una mayor preferencia, entre los cuales se tiene: Challuabamba, Autopista, San Joaquín, etc.

Bebidas:

Los datos consignados en esta pregunta permitieron determinar cuáles son los principales tipos de bebidas que las personas eligen cuando visitan un bar; así se pudo distinguir que la gente se inclina hacia diferentes tipos de licores, como pueden ser: las bebidas fuertes como el whisky y/o las bebidas preparadas en el mismo local, como son: los cocteles.

En el siguiente gráfico se muestra las bebidas predilectas por las personas que asisten a un bar de esta clase:

Gráfico 2.28 "Bebidas preferidas"

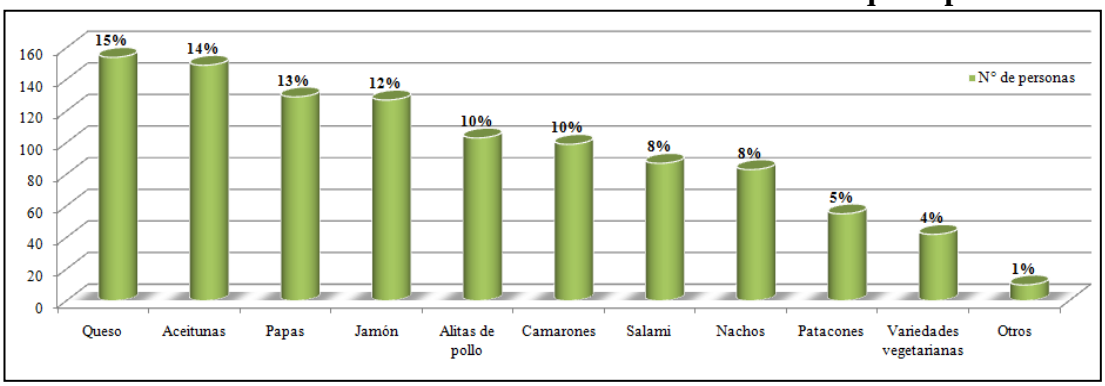


Elaborado por los autores

Piqueos:

Esta pregunta brindó información acerca de las preferencias de las personas con respecto a los piqueos ofrecidos en los bares. Se puede distinguir que los quesos, aceitunas, papas y jamón (indicados en orden de predilección) son los que predominan en el gusto de las personas encuestadas.

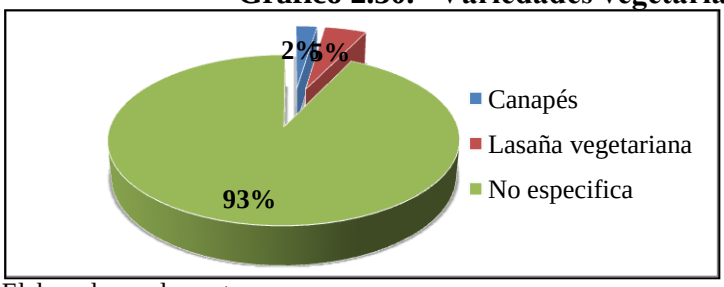
Gráfico 2.29. "Piqueos preferidos"



Elaborado por los autores

Para una mayor cantidad de alternativas de elección, se optó por proponer a las encuestados: variedades vegetarianas en el menú del bar; teniendo como resultado las siguientes respuestas:

Gráfico 2.30. "Variedades vegetarianas"

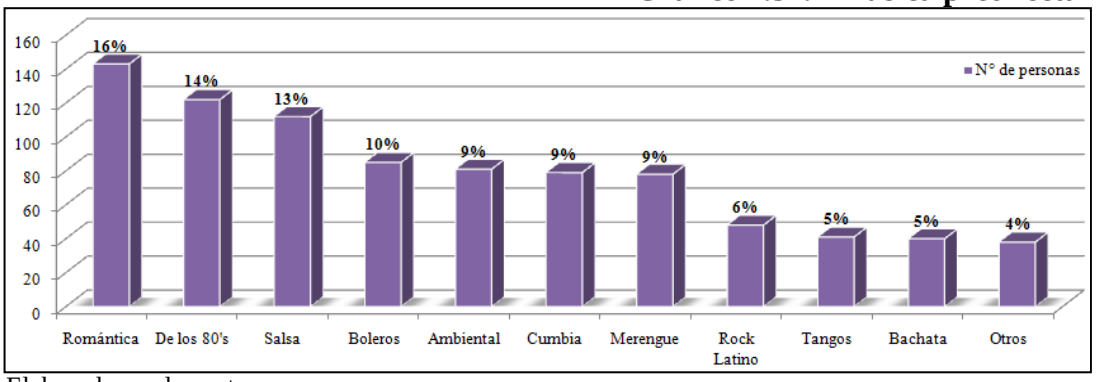


Elaborado por los autores

Música:

En esta pregunta se pudo distinguir el tipo de música que es de mayor agrado para los consumidores potenciales. Se pudo observar que el ritmo predominante elegido es la música romántica, seguida de la música de los 80`s y la salsa. En el siguiente grafico se muestran las elecciones predilectas de las personas:

Gráfico 2.31. "Música predilecta"



Elaborado por los autores

Constataciones:

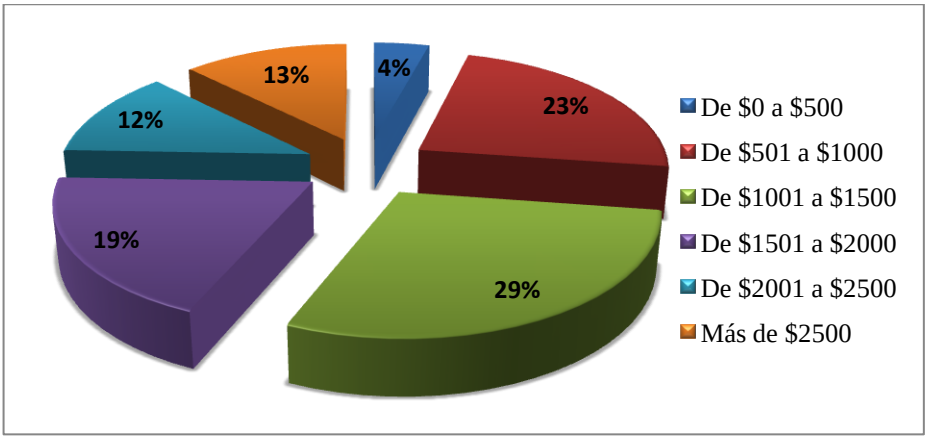
Las preguntas 1 y 15, brindaron la información necesaria para corroborar que las personas encuestadas se encuentran dentro del perfil de los potenciales clientes y que además cumplen con las características económicas requeridas para la investigación.

La pregunta 1 nos permitió obtener la información acerca de los bienes y/o servicios con los que cuenta la persona, considerando que los mismos son representativos a la hora de indagar el nivel económico de los encuestados.

Para la pregunta 15, se tomó los ingresos conjuntos por familia, debido a que existen personas que se encuentran contempladas dentro de los segmentos de ingresos medio, medio-alto y alto, y no son agentes económicamente activos, aunque cuentan con los ingresos necesarios por el aporte que reciben de los miembros de su familia; por ejemplo: el caso de un ama de casa, que aunque no se encuentra percibiendo un sueldo fijo, posee los recursos económicos suficientes para acudir a un bar de esta clase, gracias a la participación de su esposo; y, además influye en las decisiones de él.

Analizando la pregunta se pudo encontrar que la mayoría de las personas encuestadas situaron sus ingresos entre los $1.001 y $1.500, con el 29%; seguidos con el 23% de $501 a $1.000; y, con el 19% de $1.501 a $2.000.

Gráfico 2.32. "Ingresos mensuales por hogar"



Elaborado por los autores

2.3.1.3.9 Análisis Bivariado:

En el proyecto se ha creído conveniente incluir un análisis bivarial de los datos recogidos en la investigación de mercados, puesto que se considera de mucha utilidad para el mismo realizar una segmentación y estudio de los gustos y preferencias de los diversos grupos de encuestados; este análisis puede brindar información más objetiva que sería de suma importancia para las decisiones y orientaciones que se tomen posteriormente en este trabajo.

Cuadro 2.4. " Aceptación del bar"

INGRESO	ACEPTACIÓN		PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN POR INGRESOS
	Sí	No	
De $0 a $500	15	0	5%
De $501 a $1000	62	6	19%
De $1001 a $1500	86	2	27%
De $1501 a $2000	63	5	20%
De $2001 a $2500	39	2	12%
Más de $2500	39	3	12%
SUBTOTAL	304	18	
TOTAL	**322**		

Elaborado por los autores

Con la información obtenida se procedió a realizar un análisis bivarial de los datos aportados por los participantes. El primer elemento analizado para la empresa es el grado de aceptación hacia nuestro bar que existe en el mercado según el nivel económico de las personas que participaron en la investigación; de esta manera se pudo apreciar -en el cuadro anterior- que los porcentajes de mayor aceptación se encuentran ubicados entre las personas con ingresos económicos de $1.001 a $1.500, con un 27%; de $1.501 a $2.000, con un 20%; y, de 501 a $1.000 con un 19%.

El análisis ayudará a orientar este estudio hacia los gustos y preferencias del grupo mayoritario de potenciales clientes y a dirigir los servicios, productos y atención hacia los mismos; sin dejar de lado el resto de la población que interesa integrar a este mercado potencial, que mostró una menor de aceptación para el negocio.

De manera general, se puede decir que el bar posee una buena aceptación[11] ya que un 94% de las personas encuestadas están interesadas en un local que brinde este tipo de bienes y servicios, porcentaje que representa un alto interés para este proyecto.

Cuadro 2.5. "Gasto personal por ingresos"

GASTO PERS. / ING. MENSUALES	De $0 a $10	De $11 a $20	De $21 a $30	Más de $30
De $0 a $500	6	7	1	1
Grupo mayoritario	34	111	60	6
De $501 a $1000	16	26	18	2
De $1001 a $1500	10	51	21	4
De $1501 a $2000	8	34	21	0
De $2001 a $2500	6	18	13	2
Más de $2500	3	19	15	2
TOTAL	**49**	**155**	**89**	**11**
% GRUPO MAYORITARIO	**69%**	**72%**	**67%**	**55%**

Elaborado por los autores

Este cuadro muestra un análisis del valor que los asistentes están dispuestos a gastar en su visita al establecimiento esto según el ingreso mensual que poseen, se pudo observar que una amplia mayoría, sin importar su nivel ingreso, está dispuesta a realizar un gasto desde $11 a $20, seguido por gastos de $21 a $30 y de $0 a $10. De las personas que están dispuestas a realizar consumos de $11 a $20, el grupo mayoritario representa un 72% del total, mientras que en los otros dos tipos de consumo representa el 67% y 69% respectivamente.

Cuadro 2.6. "Preferencia del estilo por ingreso"

GASTO PERS. / ING. MENSUALES	CLÁSICO	MODERNO	RÚSTICO	NO ESPECIFICA
De $0 a $500	5	4	7	-
Grupo mayoritario	81	70	65	2
De $501 a $1000	20	22	20	-
De $1001 a $1500	36	28	24	1
De $1501 a $2000	25	20	21	1
De $2001 a $2500	16	9	13	2
Más de $2500	22	11	8	2

[11] Para una mayor comprensión, revisar el Gráfico 2.20. "Porcentaje de aceptación de las personas que están interesadas en asistir a nuestro bar"

TOTAL	**124**	**94**	**93**	**6**
% GRUPO MAYORITARIO	**65%**	**74%**	**70%**	**33%**

Elaborado por los autores

Este análisis ayuda a establecer cuál es el tipo de estilo que prefieren los potenciales clientes del proyecto. Aquí se puede encontrar que el estilo predilecto por la mayoría de las personas participantes en la investigación de mercados es el estilo "clásico", el cual ha sido seleccionado en 124 ocasiones por los participantes de la encuesta, de las cuales el 65% se encuentra en los grupos que poseen ingresos de $501 a $1.000, de $1.001 a $1.500 y de $1.501 a $2.000. Por otro lado se puede también apreciar que los estilos "moderno" y "rústico" tienen una gran acogida.

Cuadro 2.7 "Preferencia de Ubicación por Ingreso"

GASTO PERS. / ING. MENSUALES	CENTRO HISTÓRICO	ALREDEDORES	AFUERAS
De $0 a $500	7	7	2
Grupo mayoritario	88	102	35
De $501 a $1000	24	29	10
De $1001 a $1500	39	41	14
De $1501 a $2000	25	32	11
De $2001 a $2500	12	22	9
Más de $2500	14	19	9
TOTAL	**121**	**150**	**55**
% GRUPO MAYORITARIO	**73%**	**68%**	**64%**

Elaborado por los autores

Este análisis ayuda a establecer cuál es la preferencia de los potenciales clientes a la hora de elegir el sector donde estará ubicado el bar. Se debe esclarecer que para la ubicación de las instalaciones del mismo, este análisis ayudará a ver cuál es la orientación de los clientes, más no será el factor predominante a la hora de tomar la decisión de la ubicación del proyecto, puesto que para que esto se deberá tomar en cuenta el método de "Ponderación por Puntos" que se realizará posteriormente, el cual brindará la real viabilidad y posibilidad de que el bar se ubique en el lugar óptimo.

Se pudo apreciar en el cuadro anterior que la mayoría de las personas encuestadas se orientan a que el bar se encuentre ubicado en los alrededores de la ciudad, de la cual el 68% se encuentra en el grupo mayoritario de clientes potenciales. De manera seguida tenemos que el centro histórico es la segunda zona predilecta por las personas encuestadas; y, las afueras es la de menor preferencia de las mismas.

2.3.2 Proyección de la demanda:

Para hallar la demanda actual, se utilizó el nivel de aceptación conseguido por medio de las encuestas: 79%; al ser este resultado obtenido de una muestra, no es un parámetro exacto debido a que siempre hay error por muestreo. Este porcentaje se lo aplicó a la unidad muestral del proyecto (114.926 personas).

Se determinó que el horizonte del proyecto debe ser de cinco años, considerando como año base el 2.010. Para proyectarse estos cinco años, se utilizó para todas las columnas una tasa de crecimiento poblacional anual de 1,5% [12]. Para obtener la demanda actual (aceptación) en veces, se multiplicó por la frecuencia anual, en este caso: 4,4631; redondeando: 4 veces.

Cuadro 2.8. "Proyección de la Demanda"

AÑO	UNIDAD MUESTRAL DEL PROYECTO (30 A 64 AÑOS DE EDAD)	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) PERSONAS	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES
Año base 2.010	114.926	90.792	363.166
2.011	116.650	92.153	368.614
2.012	118.400	93.536	374.143
2.013	120.176	94.939	379.755
2.014	121.978	96.363	385.451
2.015	123.808	97.808	391.233

Elaborado por los autores

[12] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2002). "Tasa de Crecimiento Poblacional Anual de la provincia del Azuay"; VI Censo de población y V de Vivienda 2001 - Septiembre DEL 2002".

2.4 Análisis de la oferta:

En la ciudad de Cuenca existen pocos establecimientos enfocados hacia los gustos y preferencias de las personas adultas, que tienen una edad de 30 años en adelante; la mayoría de estas personas buscan lugares más confortantes.

Existen 81 bares en la ciudad de Cuenca según información obtenida mediante el Ministerio de Turismo (Anexo 5)[13]. La información proporcionada por esta entidad es la más cercana en lo referente a establecimientos, pero lastimosamente no es del todo confiable ya que contiene errores no solamente de forma sino de fondo. No existe otro lugar que contenga información más al detalle en cuanto a estos lugares.

Luego de una revisión exhaustiva, se decidió no considerar a ciertos bares como competencia, ya que estos no necesariamente se enfocan directamente al segmento de personas que nosotros deseamos, constan como bares cuando más se orientan a un servicio de restaurante, no ofrecen los servicios que queremos brindar o simplemente no son muy conocidos. Si bien es cierto, en los resultados del análisis de datos de las encuestas, no todos los establecimientos citados por los encuestados fueron precisamente bares, tal es el caso de Gabbia, una discoteca para gente joven que tuvo aprobación por un porcentaje mínimo; Julián matadero es un bar para gente joven y Wunderbar más se enfoca al servicio de restaurante, prescindiendo ambos de la música en vivo que es uno de nuestros principales servicios; razón por la cual, lo ofrecido por estos establecimientos no es lo que deseamos brindar. Verde, Pintón y Maduro consta en el Catastro[14] como restaurant, pero se enfoca al servicio de bar que nosotros deseamos ofrecer, además en la página web de la Cámara de Turismo[15] sí consta como bar, razón por la cual lo hemos agregado al listado de bares.

Los establecimientos que más se adaptan a las características que se desea brindar en el proyecto son los citados en la "Entrevista Personal en Profundidad Estructurada", los cuales, en orden de preferencia según las encuestas realizadas se tiene:

[13] Extracto de **Anexo 1.** "Cuadro E.N.I.G.H.U."
[14] **Anexo 5.** "Extracto de Catastro 2.009"
[15] Cámara de turismo del Azuay, Directorio Virtual de Afiliados "Bares".

Cuadro 2.9. "Principales competidores" [16]

ESTABLECI-MIENTOS	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	TIPO	CATEGORÍA
Del Tranquilo	Fernando Peña Cuesta	Calle Larga y Vargas Machuca	Bar	Segunda
La Parola	Patricio Ordoñez Correa	Calle Larga 5-89 y Hermano Miguel	Bar	Segunda
La Morada del Cantor	Hugo Cabrera	Autopista		
Spor Bar Años 80	Juan Peralta Morales	Av. José Peralta y Av. del Estadio	Bar	Tercera
Verde, Pintón y Maduro	Vepima Cía. Ltda.	Borrero 5-33 y Honorato Vásquez	Restaurant	Segunda
Eucalyptus	Leslie Breen	Gran Colombia y Benigno Malo	Bar	Segunda

Fuente: Ministerio de Turismo de Cuenca-Ecuador [17]
Elaborado por los autores

En el siguiente cuadro se indica la información del horario de atención de los bares seleccionados:

Cuadro 2.10. "Horario de atención de los principales competidores"

DÍAS DE LA SEMANA / BARES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO, LUNES Y MARTES	MIÉRCOLES
Del Tranquilo	8:00 pm a 12:00 am.	8:00 pm a 2:00 am.	8:00 pm a 2:00 am.	No abre	No abre
La Parola	7:00 pm a 2:00 am.	7:00 pm a 2:00 am.	7:00 pm a 2:00 am.	No abre	7:00 pm a 2:00 am.
La Morada del Cantor	No abre	8:00 pm a 2:00 am.	8:00 pm a 2:00 am.	No abre	No abre
Spor Bar Años 80	7:00 pm a 12:00 am.	7:00 pm a 2:00 am.	7:00 pm a 2:00 am.	No abre	No abre
Verde, Pintón y Maduro	7:00 pm a 2:00 am.	7:00 pm a 2:00 am.	7:00 pm a 2:00 am.	No abre	7:00 pm a 2:00 am.
Eucalyptus	5:00 pm a 12:00 am.	5:00 pm a 2:00 am.	5:00 pm a 2:00 am.	5:00 pm a 12:00 am.	5:00 pm a 12:00 am.

Elaborado por los autores

Según la nueva ley, a los bares se les prohíbe el expendio de bebidas pasada la medianoche de lunes a jueves; La Parola, a más de ser bar, provee también servicio de restaurante, por lo que tan solo los días miércoles y jueves cierra el bar a las 12:00 am pero el local permanece abierto hasta las 2:00 am. Verde, Pintón y Maduro también abre sus puertas estos días hasta las 2:00 am pero los días miércoles y jueves suspende el expendio de bebidas pasada la medianoche. Eucalyptus, al igual que el bar La Parola, también se caracteriza por proveer servicio de restaurante, razón por la cual atiende todos los días.

[16] Para mayor profundización de estos bares se recomienda revisar el **Anexo 2.** "Técnica de Investigación: Entrevista Personal a Profundidad.
[17] **Anexo 5.** "Extracto de catastro 2.009".

2.4.1 Proyección de la oferta:

No existen datos históricos en lo referente a la oferta de este apartado, obtener información respecto a la competencia es muy difícil, y más aún si se trata de un número elevado de competidores, razón por la cual se ha considerado conveniente basarse en los principales.

En las entrevistas que se realizó a los dueños de los bares principales (Anexo 2) se obtuvo la asistencia diaria promedio. No se tomó en cuenta al Bar Verde, Pintón y Maduro, ya que de este no se pudo obtener la información deseada:

Cuadro 2.11. "Asistencia diaria promedio de personas a los bares de los principales competidores"

BARES / DÍAS DE LA SEMANA	DEL TRANQUILO	LA PAROLA	LA MORADA	SPOR BAR AÑOS 80	EUCALYP-TUS	PROMEDIO
Jueves	80	230	No abre	35	100	111
Viernes	150	230	125	135	100	148
Sábado	150	150	65	135	100	120
					TOTAL	**379**

Elaborado por los autores

Se llegó a la conclusión que el promedio es de 379 personas/veces que asisten a los bares semanalmente, considerando la frecuencia de cada una, y que en la semana solo se toma en cuenta los días: jueves, viernes y sábado. Pero a este resultado es recomendable disminuir un porcentaje de error, debido a que los dueños de bares pueden tender a sobreestimar los resultados; después de ciertas observaciones y bajo nuestro criterio, se coincidió que lo aconsejable sería reducir un 30%. Por lo tanto, el promedio de asistencia semanal a los bares sería de 265 personas, incluida su frecuencia promedio de 4 veces al año que se obtuvo con los resultados de las encuestas. Consiguientemente, en promedio, se asevera que diariamente asisten 88 personas/veces a cada bar.

Es necesario considerar también el número de días totales que se va a trabajar en un año; el bar abrirá tres días a la semana (jueves, viernes y sábado), como existen 52 semanas en un año, el número de días que se trabajará será de 156, al cual se le resta un día (el Viernes Santo), por lo cual el número total de días que se abrirá en el año será: 155.

La información que se ha obtenido (cinco de seis bares), es el equivalente al 83,33% del total de la competencia. Si decimos que diariamente asisten 88 personas a cada bar y que el comportamiento de los bares seleccionados es similar debido a que sus características, horario de atención y clientes son parecidos, se procede a multiplicar 6 bares por 155 días trabajados en el año y por 88 personas/veces para obtener el número total de asistencia a estos bares en el año. Este resultado nos da un total de 81.840 (en personas/veces/año).

Para la proyección de los cinco años, se utilizó una tasa de crecimiento poblacional anual de 1,5% [18].

Cuadro 2.12. "Proyección de la oferta"

AÑO	OFERTA ACTUAL EN VECES
Año base 2.010	81.840
2.011	83.068
2.012	84.314
2.013	85.578
2.014	86.862
2.015	88.165

Elaborado por los autores

2.5 Demanda insatisfecha y demanda del proyecto:

La demanda insatisfecha se obtuvo restando la demanda actual menos la oferta actual.

Cuadro 2.13. "Demanda potencial insatisfecha"

AÑO	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES	OFERTA ACTUAL EN VECES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN VECES
Año base 2.010	363.166	81.840	281.326
2.011	368.614	83.068	285.546
2.012	374.143	84.314	289.829

[18] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2002). "Tasa de Crecimiento Poblacional Anual de la provincia del Azuay"; VI Censo de población y V de Vivienda 2001 - Septiembre DEL 2002".

2.013	379.755	85.578	294.177
2.014	385.451	86.862	298.589
2.015	391.233	88.165	303.068

Elaborado por los autores

Para elegir correctamente el porcentaje de la demanda potencial insatisfecha que va a tomar el proyecto es conveniente tomar como referencia a la asistencia aproximada anual de nuestros principales competidores para el año base 2.010:

Cuadro 2.14. "Asistencia aproximada de los principales competidores - año 2.010"

BARES	ASISTENCIA SEMANAL[19] (personas/veces)	ASISTENCIA SEMANAL REAL (personas/veces)	ASISTENCIA ANUAL (personas/veces)
Del Tranquilo	380	266	13.832
La Parola	610	427	22.204
La Morada del Cantor	190	133	6.916
Spor Bar Años 80	305	214	11.102
Eucalyptus	300	210	10.920
TOTAL	**1.785**	**1.250**	**64.974**

Elaborado por los autores

La asistencia semanal se obtuvo mediante la Entrevista Personal a Profundidad Estructurada (anexo 2). Considerando que esta asistencia no es del todo cierta, se creyó pertinente disminuirla el 30% (porcentaje de error por la sobreestimación que hacen los dueños de los bares); a este resultado se lo multiplicó por 52 semanas que tiene el año: calculando de esta manera la asistencia anual de cada uno de los bares.

Una vez obtenida la asistencia anual aproximada de la competencia, se procedió a determinar el porcentaje de la demanda potencial insatisfecha de cada uno de los competidores. Para esto se realizó una regla de tres en la cual se calculó el porcentaje que representaba la asistencia real anual de cada bar frente a la demanda potencial insatisfecha existente en el mercado para el año base 2.010; realizado esto, se procedió a calcular su promedio, estableciendo así el porcentaje de participación para la demanda del proyecto (en veces).

[19] Revisar el **Cuadro 2.11.** "Asistencia diaria promedio de personas a los bares de los principales competidores"

Cuadro 2.15. "Porcentaje representativo de la asistencia anual de la competencia respecto a la Demanda Potencial Insatisfecha - año 2.010"

BARES	ASISTENCIA ANUAL (personas/veces)	% RESPECTO A LA D.P.I.
Del Tranquilo	13.832	5%
La Parola	22.204	8%
La Morada del Cantor	6.916	2%
Spor Bar Años 80	11.102	4%
Eucalyptus	10.920	4%
PROMEDIO	-	**5%**

Elaborado por los autores

De esta manera se acuerda tomar para el proyecto el 5% de la demanda potencial insatisfecha. El siguiente cuadro indica lo descrito:

Cuadro 2.16. "Demanda del proyecto"

AÑO	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN)	OFERTA ACTUAL EN VECES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN VECES	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES
	EN VECES			5%
Año base 2.010	363.166	81.840	281.326	14.066
2.011	368.614	83.068	285.546	14.277
2.012	374.143	84.314	289.829	14.491
2.013	379.755	85.578	294.177	14.709
2.014	385.451	86.862	298.589	14.929
2.015	391.233	88.165	303.068	15.153

Elaborado por los autores

2.6 Análisis de la comercialización:

A continuación se detalla el proceso de comercialización para el presente proyecto, el cual indica siete apartados.

2.6.1 Marca:

El nombre es lo primero con lo que el cliente entra en contacto, el cual reflejará la personalidad del bar. Se utilizará para que los clientes nos identifiquen y nos diferencien de los demás bares existentes en el mercado.

Nuestra marca permitirá:

a. Fácil lectura, comprensión y pronunciación.
b. Memorización fácil, tanto visual como auditiva.
c. Establecer la distinción de otros bares que ofrecen el mismo servicio.

Se escogió el nombre de "Tiempos Aquellos" porque significa un bar donde las personas se podrán reunir, intercambiar ideas, y recordar los tiempos pasados. Es adaptable a todo lo referente en bares, por lo que nos permite ofrecer a los clientes, servicios como: licores, picaditas y música en vivo. También es de fácil recordación.

2.6.2 Logotipo:

Se debe llamar la atención de los clientes por la creatividad en el diseño de su logotipo, la atención y el servicio que brinda este negocio. Por medio de esta, se pretende reflejar las ganas e innovación, para que los clientes perciban lo importantes que son.

a) Logotipo principal:

Se utilizará este logotipo como principal, en las propagandas, en la entrada del local y demás lugares estratégicos:

Gráfico 2.33. "Logotipo principal"

Elaborado por los autores

La tipografía Edwarian Script ITC de Tipo Sans Serif, refleja sobriedad, a la vez le agrega movimiento al logotipo, además se refuerza con palabras como "Guitarra y Copas" en una tipografía de palo seco Bank Gothic Medium.

Se utiliza colores terracota, para dar sobriedad al logotipo y brindar una sensación de tranquilidad y seriedad de la marca. Sobre estos se encuentra un vacío: la tipografía de color blanco. La guitarra de fondo significa la música en vivo que existirá en el bar. Las copas hacen referencia al servicio de bebidas.

b) Logotipo secundario:

Este logo se utilizará como acompañante del logotipo principal según convenga y en ciertas propagandas de publicidad:

Gráfico 2.34. "Logotipo secundario"

Elaborado por los autores

2.6.3 Slogan:

El slogan será el siguiente: "Date un tiempo fuera de tu vida cotidiana".

Se pretende fomentar en la mente de nuestros potenciales consumidores una manera de escapar de la rutina, del estrés, de las actividades diarias habituales… compartiendo junto con las personas que uno desea en un ambiente agradable.

2.6.4 Forma de pago:

La forma de pago más aceptada es mediante tarjetas de crédito, pero tiene casi igual aceptación el pago en efectivo; por lo tanto se ofrecerá esas dos políticas de pago.

2.6.5 Canal de distribución:

Existen dos canales de distribución que se empleará:

a) En cuanto a las bebidas, a excepción de los cocteles, se utilizará: "Productor-Minorista-Consumidor Final", ya que nos dedicamos a la comercialización de estos productos y no a su fabricación.

b) En lo que respecta a comida, cocteles y música, se empleará el canal: "Productor-Consumidor Final" porque los dos primeros son elaborados en el bar y ofrecidos directamente al consumidor; y el tercero, es un servicio prestado de forma inmediata a los clientes.

2.6.6 Publicidad:

Es una variable controlable del Marketing. La manera de realizarla y los medios publicitarios empleados dependerá de los objetivos y las estrategias que el empresario decida alcanzar y realizar respectivamente.

2.6.6.1 Objetivos publicitarios:

- Dar a conocer el bar y los productos y servicios que brinda.
- Brindar reconocimiento del beneficio que nuestro establecimiento proporciona.
- Hacer énfasis en la ruptura de la rutina y de las actividades usuales.
- Realizar hincapié en el cuidado del desmedro de la salud mental y física.
- Indicar la exclusividad que nuestro negocio proporciona.
- Aseverar la seguridad de la persona.

- Hacer conocer nuestra marca.
- Cimentar la lealtad del cliente para con nosotros.

2.6.6.2 Estrategia publicitaria:

Es necesario conocer cuál es la clase de publicidad a la que nos debemos enfocar: "Pretendemos crear una buena imagen y un prestigio adecuado para el negocio, dando a conocer los productos y el servicio que vamos a brindar, estableciendo en la mente de los consumidores la marca que hemos concretado".

La publicidad estará dirigida al segmento de personas interesadas: personas de 30 a 64 años de edad, que residan en el sector urbano de Cuenca y que posean un nivel económico medio, medio alto y alto. El tiempo de duración de la misma será constante pero variará su intensidad según la temporada del año.

2.6.6.3 Medios publicitarios:

Según las encuestas realizadas, lo preferido por los consumidores es la publicidad por la radio. La televisión también tiene una fuerte aceptación, pero no será un medio que utilizaremos porque el costo es muy elevado; no lo descartamos por completo, pero mientras comenzamos con el negocio no nos será de provecho. Se utilizará: propagandas en la radio; anuncios a través de hojas volantes, del internet (mediante la creación de una página web y una página de Facebook), de la prensa y de revistas. Se proporcionarán invitaciones a empresas e invitaciones personales a gente distinguida y destacada de la ciudad. Se enviarán invitaciones mediante correos electrónicos. Se repartirán trípticos. Se utilizará carteles, vallas publicitarias y letreros en lugares comerciales de la ciudad y principales avenidas.

Posteriormente, se conversará con instituciones importantes de la ciudad tales como: bancos, E.T.A.P.A., Sukasa… para poner un aviso adjunto a un estado de cuenta, buscando llegar a un acuerdo con los superiores de cada empresa. Se aprovechará los eventos importantes que vayan dirigidos a nuestro segmento de personas, tales como conciertos, obras de teatros, etc. para poder formar parte de sus auspiciantes.

Mediante la creación de una buena imagen y un prestigio adecuado, se genera el medio publicitario conocido como "boca a boca", el cual también nos ayuda a conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes y el tipo de referencias brindadas por ellos.

2.6.7 Promoción:

En el bar se establecerá promociones según el día de atención, así que para los días:

- **Jueves:**

Se ha determinado que el bar brinde un programa de karaoke, el mismo que se orientará hacia nuestro segmento de personas, es decir, tendrá un enfoque principalmente hacia la música de los 80's. El momento en que el cliente participe se puede hacer acreedor a un coctel gratis, siempre y cuando el puntaje obtenido en la pista interpretada llegue a 98 o 99 puntos; en caso de tener un puntaje de 100, el cliente puede ganar una botella de licor preestablecido por el administrador del bar.

También se establecerá como promoción de que por cada cinco pistas interpretadas, se brindará una canción gratis. Además, se fomentará el consumo y reconocimiento de los cocteles, mediante la promoción de que por cada cinco cocteles consumidos, se brindará uno como cortesía; el cual será a elección del cliente. Si en ese día se considera conveniente, se realizará la promoción de una botella de licor preestablecido, ofreciendo un descuento por botella del mismo, con el fin de promocionar el consumo de los licores poco pedidos por los clientes del bar.

- **Viernes y sábado:**

Para estos días se tiene planificado brindar pases de cortesía, es decir, a las personas que posean este tipo de entradas no se les cobrará cover; la intención es animar al cliente para que regrese y aliente a sus amigos a visitar nuestro bar. El cover se cobrará a partir de las 22h00. Se debe tener claro que este cobro es por concepto de la presentación de un grupo de músico en vivo, teniendo como intención el mayor

entretenimiento de los asistentes. Se contratará diferentes grupos, los cuales, se encargarán de interpretar música de distinto tipo por cada noche que se contrate su presentación.

También para estos días se tiene previsto establecer promociones de picaditas gratis: piqueos como cortesía de la casa. Se brindará un plato de picadas en proporción al número de personas que exista en el grupo; es decir, un grupo de cinco personas recibirá una mayor porción de picaditas que una pareja. Los piqueos serán establecidos con anterioridad a la apertura del bar.

Al igual que en los días jueves, se fomentará el consumo de cocteles, mediante la promoción ya mencionada, de que por cada cinco cocteles consumidos, se ofrecerá un coctel como cortesía de la casa, el mismo que es a gusto y preferencia del cliente.

Ambiente de pertenencia a nuestro bar:

Se promoverá un ambiente de pertenencia de los clientes para con el bar: si uno de ellos cumple años el día que se encuentre en el bar, o cualquier día de esa semana, se le regalará dos pases de cortesía y un coctel a su elección. Si el cliente gusta, se le felicitará públicamente; si es jueves, lo hará el sonidista; si es viernes o sábado, el vocalista del grupo que se encuentre tocando en ese momento.

Clientes Frecuentes:

El bar manejará una política de cuidado de sus clientes habituales, teniendo especial énfasis en la atención y comodidad de ellos. Para lograr lo propuesto, implementará promociones especialmente dirigidas a estos clientes: regalo de jarras de vino hervido o picaditas selectas; dependiendo del día que nos visiten. De esta manera se procurará mantener la fidelidad del cliente y aumentar su conformidad y predilección por nuestro bar.

Juegos:

Nuestro bar proporcionará diversos tipos de juegos de manera gratuita: Jenga, Ajedrez, naipes, Rummikub, Damas, Damas Chinas, Domino, Backgammon, Scrabble y Pictionary.

2.7 Análisis de los precios:

Es necesario conocer los precios de la competencia para tener una idea o una ayuda para la fijación de los mismos. La información que se consideró en de este apartado es de los cinco primeros bares que -según encuestas realizadas- nuestros potenciales clientes prefieren asistir:

- Del Tranquilo
- La Parola
- La Morada del Cantor
- Spor Bar Años 80
- Verde, Pintón y Maduro

2.7.1 Precios promedio en producto:

Por la diversidad de licores y comida que se ofrece en los distintos bares, para obtener precios promedios se tomó en cuenta aquellos productos (licores y comida) de mayor preferencia, según los datos que nos muestran los resultados obtenidos en las encuestas.

La amplitud de cada línea de producto es muy extensa, razón por la cual se consideró basarse en la opinión brindada por los dueños de los bares que más se asemejan a lo que deseamos brindar (Anexo 2), los productos que mayor coinciden en los distintos menús de los establecimientos de este apartado y en nuestro criterio.

El precio de venta al público lo determina el mercado. No es prudente analizar los costos y luego fijar un porcentaje de utilidad; debido a que este precio puede resultar poco atrayente para los consumidores, o la ganancia, mucho menor que la de los demás competidores. Debido a que el bar venderá directamente al consumidor final, los precios promedios de la competencia en producto, podrían llegar a ser nuestro precio de venta e incluso se podrían utilizar para el cálculo de los ingresos.

En los menús de estos establecimientos no se encuentra incluido el 12% del Impuesto al Valor Agregado. "El 10% adicional al consumo se cobrará en los establecimientos de hoteles, bares y restaurantes de las dos primeras categorías establecidas en el Reglamento General de Actividades Turísticas" [20]; el bar "Spor Bar Años 80" no se encuentra en estas clases y se desconoce la categoría de la Morada del Cantor [21]; este porcentaje extra es un pago obligatorio para los trabajadores que laboren en los bares de esas categorías, no es un ingreso adicional para nosotros como dueños; pese a que este valor es un gasto agregado para el consumidor final, su destino interno no es de importancia para él, es por esta razón que no es necesario realizar un desglose de este importe.

2.7.1.1 Licores:

Para indicar el orden de los licores, nos basamos en los "gustos y preferencias de nuestros potenciales clientes" [22].

a) Whisky:

El whisky es el licor más apetecido[23] por nuestros potenciales clientes y el más recomendado por los dueños[24] de los bares que más se asemejan a lo que deseamos ofrecer.

[20] Presidencia de la República del Ecuador. Registro oficial Nº 36 del Acuerdo Ministerial 007 (2007). "10% Adicional al Consumo".
[21] Revisar **Cuadro 2.9.** "Principales competidores"
[22] Revisar **Gráfico 2.28** "Bebidas preferidas"
[23] IBID

Cuadro 2.17. "Precios de la línea Whisky de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""

BARES / PRODUCTOS	DEL TRANQUILO			LA PAROLA		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
Jhonny Walker Rojo	$ 59,90	$ 35,00	$ 5,00	$ 49,90	$ 30,50	$ 4,95
Grant's	$ 46,00	$ 26,00	$ 4,00	-	-	-
Jhonny Walker Negro	$ 95,00	$ 52,00	$ 6,50	$ 94,90	$ 50,50	$ 8,50
Dimple 15 años	-	-	-	$ 105,00	$ 55,50	$ 9,90
Jack Daniel's	$ 72,00	$ 39,00	$ 5,50	-	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 2.18. "Precios de la línea Whisky de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80""

BARES / PRODUCTOS	LA MORADA DEL CANTOR			SPOR BAR AÑOS 80		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
Jhonny Walker Rojo	$ 52,00	$ 27,00	$ 5,00	$ 65,00	$ 38,00	$ 6,00
Grant's	$ 38,00	$ 20,00	-	$ 50,00	$ 30,00	$ 6,00
Jhonny Walker Negro	$ 85,00	$ 43,00	$ 6,00	$ 110,00	-	$ 8,00
Dimple 15 años	-	-	-	-	-	-
Jack Daniel's	-	-	-	-	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 2.19. "Precios de la línea Whisky del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares"

BARES / PRODUCTOS	VERDE, PINTÓN Y MADURO			PRECIO PROMEDIO		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
Jhonny Walker Rojo	$ 58,00	$ 38,00	$ 3,80	$ 56,96	$ 33,70	$ 4,95
Grant's	$ 55,00	$ 30,00	$ 3,50	$ 47,25	$ 26,50	$ 4,50
Jhonny Walker Negro	$ 80,00	$ 48,00	$ 4,60	$ 92,98	$ 48,38	$ 6,72
Dimple 15 años	$ 80,00	$ 48,00	$ 4,99	$ 92,50	$ 51,75	$ 7,45
Jack Daniel's	$ 80,00	$ 48,00	$ 4,99	$ 76,00	$ 43,50	$ 5,25

Elaborado por los autores

b) Cocteles:

En lo que respecta a los cocteles es necesario considerar tanto los que contienen licor cuanto los que no poseen alcohol. Los cocteles sin licor que brindan nuestros potenciales competidores son pocos.

[24] Revisar **Anexo 2.** "Técnica de Investigación: Entrevista Personal a Profundidad"

Cuadro 2.20. "Precios de los cocteles con licor y su precio promedio"

BARES / PRODUCTOS	DEL TRANQUILO	LA PAROLA	LA MORADA DEL CANTOR	SPOR BAR AÑOS 80	VERDE, PINTÓN Y MADURO	PRECIO PROMEDIO
De la casa	$ 4,35	$ 5,15	-	-	$ 4,99	$ 4,83
Caipirinha	$ 4,50	$ 4,90	-	$ 4,00	$ 3,65	$ 4,26
Cuba libre	$ 3,00	$ 4,55	$ 3,00	$ 4,00	$ 3,50	$ 3,61
Alexander	$ 3,99	$ 5,30	-	$ 5,00	$ 3,65	$ 4,49
Amaretto	$ 3,50	-	$ 2,80	$ 3,50	$ 3,65	$ 3,36
Margarita	$ 4,20	$ 4,95	-	$ 4,00	$ 3,65	$ 4,20
Martini	$ 2,99	$ 5,30	-	$ 5,00	$ 3,50	$ 4,20
Mojito	$ 3,50	$ 4,75	-	$ 4,00	$ 3,65	$ 3,98
Padrino	$ 4,90	$ 4,90	-	$ 5,00	$ 3,50	$ 4,58
Ruso negro	$ 3,70	$ 4,65	-	$ 4,00	$ 3,50	$ 3,96
Tequila Sunrise	$ 3,99	$ 5,35	-	$ 4,00	$ 3,65	$ 4,25
Vodka Tonic	$ 3,50	-	$ 4,00	$ 4,00	$ 3,50	$ 3,75
Piña colada	$ 3,70	-	-	$ 3,50	$ 3,65	$ 3,62
Piña colada en espuma	-	-	-	-	-	-
Daiquirí	-	$ 4,85	-	$ 4,00	$ 3,65	$ 4,17
Sex on the beach	$ 3,50	-	-	$ 4,00	$ 3,65	$ 3,72
Gin tonic	$ 3,50	-	-	$ 4,00	$ 3,50	$ 3,67
Cosmopolitan	$ 3,70	$ 5,25	-	-	-	$ 4,48
Dama rosada	-	$ 4,45	-	-	$ 3,65	$ 4,05
Manhattan	-	$ 7,85	-	-	$ 5,00	$ 6,43
Blue lake	-	-	-	$ 4,00	-	$ 4,00
Vodka con naranja	-	-	$ 4,00	-	-	$ 4,00
Dama blanca	-	-	-	-	-	-
De menta	-	-	-	-	-	-
Desperate housewives	-	-	-	-	-	-

Elaborado por los autores

Nota: El bar del Tranquilo brinda dos cocteles de la casa: Tranquilo I a $4,5 y Tranquilo II a $4,2, lo que da un promedio del precio de los cocteles de la casa de $4,35 para este bar. A su vez, también el bar "Verde, Pintón y Maduro" ofrece: Coctel Verde, Coctel Pintón y Coctel Maduro, a $4,99 cada uno, dando como resultado un precio promedio de $4,99 en lo que respecta a los cocteles de la casa de este establecimiento.

Para proceder a fijar los precios de los cocteles que no se encuentran en el menú de los principales competidores, es necesario conocer un precio promedio del total de estas bebidas: $4,12. Sería conveniente que el promedio de los cuatro nuevos cocteles que brindaremos en nuestro bar de como resultado ese valor; los

ingredientes de cada uno son distintos y su cantidad también, es por esta razón que la variación del precio dependerá de los ingredientes empleados para la realización del mismo, lo que da como resultado, según su complejidad el siguiente orden: coctel Desperate Housewives, coctel Piña Colada en Espuma, coctel Dama Blanca y coctel de Menta. Por lo tanto, los precios serían los siguientes:

Cuadro 2.21. "Precios de los demás cocteles"

COCTELES	P.V.P.
Desperate Housewives	$ 4,70
Piña Colada en Espuma	$ 4,12
Dama Blanca	$ 4,20
De Menta	$ 3,45
PROMEDIO	**$ 4,12**

Elaborado por los autores

Además, se brindará cocteles sin alcohol, a los cuales llamaremos "Ktelitos". Los precios de la competencia y el precio promedio de cada uno se indica en el siguiente cuadro:

Cuadro 2.22. "Precios de los cocteles sin licor y su precio promedio"

BARES / PRODUCTOS	DEL TRANQUILO	LA PAROLA	LA MORADA DEL CANTOR	SPOR BAR AÑOS 80	VERDE, PINTÓN Y MADURO	PRECIO PROMEDIO
Hawaiano	$ 2,50	-	-	-	-	$ 2,50
Medias de seda	-	-	-	-	$ 2,60	$ 2,60
Intenso chocolate	-	-	-	-	$ 2,60	$ 2,60
Sunrise	$ 3,50	-	-	-	-	$ 3,50

Elaborado por los autores

Notas:

✓ El coctel sin alcohol "Intenso Chocolate" que pretendemos brindar en nuestro establecimiento es exactamente igual al coctel sin licor llamado "Orgasmo" del bar "Verde, Pintón y Maduro.

✓ Otro coctel sin licor que queremos ofrecer es "Sunrise", es similar al coctel "Tequila Sunrise" del bar "La Parola", con la única diferencia que no posee alcohol, es decir, no posee tequila. Este coctel sin licor quedaría idéntico al coctel sin alcohol "Fruttare" del bar "Del Tranquilo".

c) Vinos:

En lo que concierne a los vinos, se pretende ofrecer tan solo vino hervido.

Cuadro 2.23. "Precios del vino hervido y su precio promedio"

PRODUCTO / BARES	VINO HERVIDO	
	Jarra	**Copa**
Del Tranquilo	$ 9,90	$ 1,90
La Parola	-	$ 3,00
La Morada del Cantor	$ 10,00	$ 2,50
Spor Bar Años 80	-	-
Verde, Pintón y Maduro	-	-
PRECIO PROMEDIO	**$ 9,95**	**$ 2,47**

Elaborado por los autores

d) Ron:

En lo que compete al ron, se obtuvo lo siguiente:

Cuadro 2.24. "Precios de los rones de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""

BARES / PRODUCTOS	DEL TRANQUILO			LA PAROLA		
	Botella	**1/2 botella**	**Copa**	**Botella**	**1/2 botella**	**Copa**
Appleton State	$ 47,00	$ 26,00	$ 4,50	$ 39,90	$ 22,95	$ 4,50
Bacardí	$ 35,00	$ 19,90	$ 3,50	-	-	-
Bacardí limón	$ 39,90	$ 21,50	$ 4,00	-	-	-
Abuelo Añejo	-	-	-	-	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 2.25. "Precios de los rones de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80""

BARES / PRODUCTOS	LA MORADA DEL CANTOR			SPOR BAR AÑOS 80		
	Botella	**1/2 botella**	**Copa**	**Botella**	**1/2 botella**	**Copa**
Appleton State	$ 32,00	$ 15,00	-	$ 38,00	$ 20,00	$ 4,00
Bacardí	$ 27,00	$ 16,00	-	$ 38,00	$ 20,00	$ 4,00
Bacardí limón	-	-	-	-	-	-
Abuelo Añejo	-	-	-	$ 38,00	$ 20,00	$ 4,00

Elaborado por los autores

Cuadro 2.26. "Precios de los rones del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares"

BARES / PRODUCTOS	VERDE, PINTÓN Y MADURO			PRECIO PROMEDIO		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
Appleton State	-	-	-	$ 39,23	$ 20,99	$ 4,33
Bacardí	$ 40,00	$ 24,00	$ 3,60	$ 35,00	$ 19,98	$ 3,70
Bacardí limón	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,60	$ 40,95	$ 23,75	$ 3,80
Abuelo Añejo	$ 35,00	$ 21,00	$ 3,50	$ 36,50	$ 20,50	$ 3,75

Elaborado por los autores

e) Vodka:

En lo correspondiente al vodka, se tiene:

Cuadro 2.27. "Precios de la línea vodka de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""

BARES / PRODUCTOS	DEL TRANQUILO			LA PAROLA		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
Smirnoff	$ 47,90	$ 28,00	$ 4,00	$ 46,00	$ 26,00	$ 4,65
Smirnoff Sabores	-	-	-	-	-	-
Skyy	-	-	-	$ 43,00	$ 25,50	$ 4,50
Sky sabores	-	-	-	$ 46,00	$ 26,00	$ 4,95
Absolut	$ 52,00	$ 29,00	$ 4,50	-	-	-
Finlandia	-	-	-	-	-	-
Russkaya	$ 35,00	$ 19,90	$ 3,50	-	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 2.28. "Precios de la línea vodka de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80""

BARES / PRODUCTOS	LA MORADA DEL CANTOR			SPOR BAR AÑOS 80		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
Smirnoff	$ 35,00	$ 19,00	-	$ 40,00	$ 24,00	$ 4,00
Smirnoff Sabores	-	-	-	-	-	-
Skyy	-	-	-	$ 40,00	$ 24,00	$ 4,00
Sky sabores	-	-	-	-	-	-
Absolut	$ 42,00	$ 20,00	-	-	-	-
Finlandia	$ 35,00	$ 19,00	-	$ 40,00	$ 24,00	$ 4,00
Russkaya	-	-	-	-	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 2.29. "Precios de la línea vodka del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares"

BARES / PRODUCTOS	VERDE, PINTÓN Y MADURO			PRECIO PROMEDIO		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
Smirnoff	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,70	$ 42,18	$ 24,60	$ 4,09
Smirnoff Sabores	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,70	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,70
Skyy	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,70	$ 41,67	$ 25,17	$ 4,07
Sky sabores	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,70	$ 44,00	$ 26,00	$ 4,33
Absolut	$ 45,00	$ 27,00	$ 3,70	$ 46,33	$ 25,33	$ 4,10
Finlandia	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,70	$ 39,00	$ 23,00	$ 3,85
Russkaya	-	-	-	$ 35,00	$ 19,90	$ 3,50

Elaborado por los autores

f) Tequila:

En lo pertinente a esta línea de productos, se consiguió lo siguiente:

Cuadro 2.30. "Precios de la línea tequila de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola""

BARES / PRODUCTOS	DEL TRANQUILO			LA PAROLA		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
José Cuervo Dorado	$ 55,90	$ 32,00	$ 4,50	-	-	-
José Cuervo Clásico	$ 55,90	$ 32,00	$ 4,50	-	-	-
El Charro Oro	$ 43,90	$ 25,00	$ 3,50	$ 46,00	$ 26,00	$ 4,05
El Charro Silver	$ 43,90	$ 25,00	$ 3,50	$ 46,00	$ 26,00	$ 4,05

Elaborado por los autores

Cuadro 2.31. "Precios de la línea tequila de los bares "La Morada del Cantor" y "Spor Bar Años 80""

BARES / PRODUCTOS	LA MORADA DEL CANTOR			SPOR BAR AÑOS 80		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
José Cuervo Dorado	-	-	-	$ 48,00	$ 28,00	$ 4,00
José Cuervo Clásico	-	-	-	$ 48,00	$ 28,00	$ 4,00
El Charro Oro	$ 36,00	$ 19,00	$ 3,50	-	-	-
El Charro Silver	-	-	-	-	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 2.32. "Precios de la línea tequila del bar "Verde, Pintón y Maduro" y el precio promedio de los cinco primeros bares"

BARES / PRODUCTOS	VERDE, PINTÓN Y MADURO			PRECIO PROMEDIO		
	Botella	1/2 botella	Copa	Botella	1/2 botella	Copa
José Cuervo Dorado	$ 50,00	$ 30,00	$ 3,60	$ 51,30	$ 30,00	$ 4,03
José Cuervo Clásico	$ 50,00	$ 30,00	$ 3,60	$ 51,30	$ 30,00	$ 4,03
El Charro Oro	$ 40,00	$ 24,00	$ 3,50	$ 41,48	$ 23,50	$ 3,64
El Charro Silver	$ 40,00	$ 24,00	$ 3,50	$ 43,30	$ 25,00	$ 3,68

Elaborado por los autores

2.7.1.2 Comida:

Como se explicó[25], para lo concerniente a la comida se brindará diversos piqueos y variedades vegetarianas. Por existir un sinnúmero de convites, para realizar una correcta elección, es ineluctable considerar lo obtenido en la tabulación de las encuestas.

a) Piqueos:

La lista de precios de los cinco primeros bares que forman parte de nuestra competencia en lo concerniente a los piqueos se la indica a continuación:

Cuadro 2.33. "Precios de los piqueos y su precio promedio"

BARES / PRODUCTOS	DEL TRANQUILO	LA PAROLA	LA MORADA DEL CANTOR	SPOR BAR AÑOS 80	VERDE, PINTÓN Y MADURO	PRECIO PROMEDIO
Tablita de queso	$ 4,50	$ 5,99	$ 6,00	-	$ 5,00	$ 5,37
Cuadrito de jamón	-	$ 5,99	-	-	$ 5,00	$ 5,50
Tablita de aceitunas	-	-	-	-	$ 5,00	$ 5,00
Porción de papas fritas	$ 2,50	-	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50	$ 2,50
Papas fritas con queso y salami	-	-	-	-	-	-
Alitas de pollo	$ 4,50	$ 6,80	$ 5,00	-	$ 6,00	$ 5,58
Camarones al ajillo	$ 5,99	$ 6,35	-	-	-	$ 6,17
Camarones apanados	-	-	-	-	-	-
Llapingachos	$ 1,30	-	-	-	-	$ 1,30
Nachos	$ 3,20	-	-	-	-	$ 3,20
Patacones	-	-	-	-	$ 2,50	$ 2,50
Tablita de la casa	-	$ 13,15	-	$ 8,00	$ 7,00	$ 9,38

Elaborado por los autores

[25] Para una mayor profundización revisar literal **2.2.1. "Bienes"**, el apartado " Comida".

Notas:

✓ El bar "Verde, Pintón y Maduro", posee un solo plato de queso, jamón y aceitunas: "Tablita de queso, jamón y aceitunas" cuyo precio es de $5,00. Como nosotros pretendemos brindar tres platos distintos de estos ingredientes, para obtener precios promedio se tomará como referencia este mismo valor para los tres primeros productos descritos en el cuadro[26] superior.

✓ En lo que respecta a las alitas de pollo, no todos los bares ofrecen el mismo tipo. En el siguiente cuadro se indica un detalle:

Cuadro 2.34. "Tipos de alitas de pollo que brindan los cinco primeros bares"

BARES	ALITAS DE POLLO
Del Tranquilo	Alitas de pollo fritas
La Parola	Alitas de pollo Tai-Arv
La Morada del Cantor	Alitas de pollo en salsa BBQ
Spor Bar Años 80	-
Verde, Pintón y Maduro	Alitas de pollo ahumadas

Elaborado por los autores

A pesar que el tipo de preparación por cada bar es distinto, se tomará el importe de cada uno para obtener el precio promedio, el cual lo estableceremos para las "Alitas de pollo en salsa BBQ" que queremos brindar.

✓ El bar del Tranquilo no ofrece camarones al ajillo, sino camarones reventados. La diferencia es leve, es por esta razón que se tomará el precio de este producto para el apartado de los camarones al ajillo.

✓ Los "camarones apanados" no se encuentran en el menú de ninguno de los principales competidores, por ser similares a los "camarones al ajillo", el precio que se fijará será el mismo: $6,17. Tampoco aparecen en el menú las "papas fritas con queso y salami", considerando que el precio lo fija el mercado, es necesario tomar en cuenta otros precios como referencia; en promedio, la porción de papas fritas se

[26] Cuadro 2.33. "Precios de los piqueos y su precio promedio"

vende a $2,50, el queso en cambio es más caro, en promedio, $5,37 y no se tiene el precio del salami; si sacáramos un promedio de estos precios se obtendría un valor de $3,94. El bar Eucalyptus, el sexto bar preferido en el mercado, vende un piqueo algo similar debido a que a las papas incrementa un acompañante, este platillo se llama "papas bravas con salsa picante" y lo vende a $3,95 (aunque en este precio no se encuentra incluido el 10% de servicios), cantidad muy similar al valor indicado anteriormente; lo que se pretende es obtener una aproximación, un parámetro, es por esta razón que el precio que se fijará para las "papas fritas con queso y salami" será de $3,94.

b) Variedades vegetarianas:

Según lo dictaminado en las encuestas, las variedades vegetarianas no son muy predilectas por los clientes potenciales; además, es reducida su cantidad en el menú de nuestros principales competidores. No queremos que todos nuestros productos sean los mismos que de los otros bares, es por esta razón que hemos considerado pertinente incluir también otros modelos de variedades vegetarianas que no necesariamente se encuentren incluidos en el menú de la competencia. Solamente los bares "Del Tranquilo" y "La Parola" ofrecen ensaladas; y, tan solo la ensalada "César con Pollo" se encuentra en el menú de estos principales lugares. Las ensaladas que ofrecen estos establecimientos son:

Cuadro 2.35. "Precios de las ensaladas y su precio promedio de los bares Del Tranquilo y La Parola"

BARES / PRODUCTO	DEL TRANQUILO	LA PAROLA	PROMEDIO
Ensalada César con Pollo	$ 2,50	$ 4,25	$ 3,38
Isabel	$ 1,99	-	$ 1,99
Nacho Salad	$ 2,99	-	$ 2,99
Ensalada Caprés	-	$ 3,25	$ 3,25
Ensalada Griega	-	$ 2,99	$ 2,99
PROMEDIO	**$2,49**	**$3,50**	

Elaborado por los autores

La ensalada César con Pollo se ofrecerá. Para establecer los precios de las demás ensaladas se consideró pertinente enfocarse en los precios de los bares "Del Tranquilo" y "La Parola". El precio promedio por ensalada que oferta el primer bar

es de $2,49; y, el segundo, $3,50; lo que daría un precio promedio de $3,00 por cada ensalada a ofrecer. Pero los precios no necesariamente tienen que ser iguales para cada tipo debido a que los ingredientes varían, es por esta razón que los precios que ofertaremos para nuestros productos serán los siguientes, manteniendo un promedio del total del precio antes indicado:

Cuadro 2.36. "Precios de las demás ensaladas ofertadas"

ENSALADAS	P.V.P.
Ensalada Fantasía	$ 2,75
Ensalada Mediterránea	$ 3,00
Ensalada Primavera	$ 3,50
Ensalada Rusa	$ 2,75
PROMEDIO	**$ 3,00**

Elaborado por los autores

A más de las ensaladas, también se ofrecerá en el bar dos tipos más de variedades vegetarianas. No existe un precio para la lasaña vegetariana, pero se conoce que el bar Del Tranquilo oferta dos tipos de lasaña: de carne y de pollo, a $3,50 cada uno, este será el precio al cual estableceremos nuestro producto. Los vegetales calientes agridulces son similares a los vegetales salteados que brinda el bar "Del Tranquilo", estos tienen un precio de $2,50, aunque el hecho de ser semejantes no significa que contengan los mismos ingredientes; este último precio de $2,50 se tomará tan solo como referencia. Luego de un análisis en lo que respecta a los componentes de los mismos, se concluyó que el precio de venta adecuado sería de $3,00. Es por esta razón que los otros tipos de variedades vegetarianas que se ofrecerá son:

Cuadro 2.37. "Precios de las demás variedades vegetarianas ofrecidas"

VARIEDADES VEGETARIANAS	P.V.P.
Lasaña Vegetariana	$ 3,50
Vegetales calientes agridulces	$ 3,00

Elaborado por los autores

2.7.1.3 Cover y consumo mínimo:

A continuación se indica más información acerca de los precios por persona de nuestros principales competidores. Por efecto de los precios de los productos, se torna necesario indicar este apartado desglosando el 12% de Impuesto al Valor Agregado, el 10% de servicios se encuentra incluido en el caso que corresponda.

- **Para el bar Del Tranquilo:**

Se cobra cover solamente cuando existe servicio de música en vivo, el cual se brinda los días viernes y sábado a partir de la medianoche. El valor del mismo es de $4,36. El consumo mínimo por persona es de $3,27.

- **Para el bar La Parola:**

Se cobra el valor de cover los días jueves, viernes y sábado a partir de las 10:30 pm que es cuando comienza la música en vivo; su precio varía entre $2,00 y $3,00, redondeando: $2,50 (incluido impuestos y servicios), desglosando el I.V.A sería de $2,23 . A más del cover, el consumo mínimo es de $6,25 los mismos días.

- **Para el bar La Morada del Cantor:**

Existe cover de $4,46 independientemente de la hora a la que se presenten los artistas y de la entrada y salida de los clientes. No se cobra consumo mínimo en este local.

- **Para el bar Años 80:**

El consumo mínimo es de $4,46; adicional a este valor, se cobra cover de $1,79 los días jueves, y de $4,46 los viernes y sábado, independientemente de la hora de llegada o salida y de la hora que comience la música en vivo. Tan solo los días viernes y sábado brindan servicio de música en vivo.

- **Para el bar Verde, Pintón y Maduro:**

Los jueves, el consumo mínimo es de $1,79 y el cover a partir de las 10:30 pm cuesta $3,57. Los días viernes y sábado, el cover es de $4,46 más $1,79 de consumo mínimo.

Para obtener una mejor comprensión de lo explicado, se procedió a realizar el siguiente cuadro:

Cuadro 2.38. "Cover y consumo mínimo de los cinco primeros bares con su precio promedio diario"

BARES	COVER				CONSUMO MÍNIMO
	Jueves		Viernes y sábado		Jueves, viernes y sábado
	Valor	Hora	Valor	Hora	Valor
Del Tranquilo	$ 0,00	-	$ 4,36	00:00	$ 3,27
La Parola	$ 2,23	22:30	$ 2,23	22:30	$ 6,25
La Morada del Cantor	No abre	-	$ 4,46	Apertura	$ 0,00
Spor Bar Años 80	$ 1,79	Apertura	$ 4,46	Apertura	$ 4,46
Verde, Pintón y Maduro	$ 3,57	22:30	$ 4,46	Apertura	$ 1,79
PROMEDIO	**$ 1,90**	**-**	**$ 4,00**	**-**	**$ 3,15**

Elaborado por los autores

- **Propuesta de Tiempos Aquellos:**

El jueves no se cobrará cover debido a que ese día no se ofrecerá el servicio de música en vivo. Pese a que la mayoría de los cinco primeros bares preferidos por los clientes cobran este valor los días viernes y sábado a partir de la apertura, nosotros no lo haremos, no queremos ser iguales a la mayoría, pero este es un servicio brindado y que debería tener un valor, el cual será el precio promedio del cover de la competencia, es decir, de $4 y se cobrará a partir de las 22h00, considerando que nuestra apertura es a las 19h00.

- **Nuestro consumo mínimo:**

El promedio de consumo mínimo de los bares principales es de $3,15 independientemente del día: ese es el valor que cobraremos como consumo mínimo los días jueves, viernes y sábado.

2.7.1.4 Música de karaoke:

No existen muchos establecimientos que proporcionen servicio de Karaoke. Ninguno de los bares con mayor[27] concurrencia, lo hacen. Los bares medianamente[28] visitados representan el 16% de las personas que habían asistido a un bar alguna vez, y un 13%

[27] Revisar **Gráfico 2.16.** "Bares con mayor concurrencia"
[28] Revisar **Gráfico 2.17**. "Bares medianamente visitados"

del total de la muestra, lo cual es un porcentaje pequeño. De estos bares es necesario enfocarse en los que principalmente se prefiere y que brinden este servicio: "La Casona del Puente Roto"; este establecimiento cobra un valor de $0,30 por cada pista interpretada. El propósito de conocer estos valores es obtener un parámetro, así que el precio que cobraremos será muy similar: $0,25 por cada canción.

2.7.2 Nuestro Menú:

El modelo de nuestro menú, su diseño y los precios, se encuentran en el Anexo 6.

2.8 Conclusiones del análisis del mercado:

Luego de realizado el análisis de los resultados, podemos concluir:

- El perfil del potencial consumidor es una persona que reside en la zona urbana de la ciudad de Cuenca, cuya edad se encuentra comprendida desde los 30 hasta los 64 años; y, posee ya sea un nivel económico medio, medio-alto o alto. Ha asistido alguna vez a un bar y se encuentra interesada en asistir al nuestro; su promedio de asistencia anual a estos establecimientos es de 4 veces; y, está dispuesta a gastar de $11 a $20 por persona cada vez que acude a estos lugares.

- El nivel de aceptación de los potenciales consumidores del servicio del bar para la población se ubicará entre el 74,93% y el 83,07%. Es necesario indicar que para los cálculos que se realizarán se tomará el valor del 79% de aceptación obtenido en la muestra.

- Los atributos que valoran los potenciales clientes que utilizarán los servicios de la empresa son:
  - En gran parte el ambiente, la atención y la seguridad.
  - Para la forma de pago, tanto la tarjeta de crédito como el efectivo tienen una aceptación similar.

- El estilo predilecto es el "Clásico".
- La ubicación preferida es en los alrededores de la ciudad.
- Las bebidas más apetecidas son el whisky y los cocteles.
- En lo que respecta a la comida, la mayoría prefiere a los piqueos, de estos los más destacados son: quesos, aceitunas, papas y jamón.
- Aunque las variedades vegetarianas no son muy apetecidas, la lasaña vegetariana es la favorita.
- El tipo de música más valorado es el romántico, seguido por la música de los 80's y la salsa.

- Los principales competidores existentes en el mercado por orden de predilección son:
  - Del Tranquilo.
  - La Parola.
  - La Morada del Cantor.
  - Spor Bar Años 80.
  - Verde, Pintón y Maduro.

- Después de realizar un análisis del mercado, se pudo corroborar que sí existe una demanda potencial insatisfecha: 281.326 personas/veces. Esto es beneficioso para nosotros porque nos provee la primera pauta para llevar a cabo el proyecto.

- Los medios que podemos emplear para promocionar los productos son: radio; hojas volantes; internet; prensa; revistas; invitaciones a empresas y a personas; trípticos; carteles; vallas publicitarias; letreros; aviso adjunto a un estado de cuenta; eventos importantes dirigidos a nuestro segmento de potenciales clientes: conciertos, obras de teatros, etc. para poder formar parte de sus auspiciantes; y, boca a boca.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

CAPÍTULO 3
ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Introducción:

El estudio Técnico servirá en el proyecto para observar la capacidad, el tamaño óptimo, la localización, los equipos, instalaciones, y todo lo que respecta a la organización interna del local para realizar la prestación del servicio.

Como objetivos del estudio técnico se tienen los siguientes:

- Obtener la localización óptima en donde se va a ofrecer el servicio.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo del proyecto.
- Determinar los equipos a utilizarse en el proceso de producción y sus instalaciones.
- Tener una visualización clara del proceso de producción.
- Determinar el marco legal de la organización.

3.2 Determinación de la localización óptima de la planta:

La macro localización del proyecto se enfoca en el mercado local que es la zona urbana de la ciudad de Cuenca, perteneciente a la provincia del Azuay de la Región Sierra del país Ecuador.

Para la micro localización óptima del proyecto se seleccionó tres sectores de la ciudad, los cuales se pusieron a disposición de la gente para su elección, mediante encuestas. Estos fueron: el centro histórico de la ciudad de Cuenca debido a que es un sector turístico, comercial y de mucha afluencia de personas; los alrededores del centro histórico de la ciudad, que representan un aspecto más moderno, una nueva faceta de la ciudad para nuestros consumidores; y, por último, se propuso las afueras

de Cuenca, que se caracterizan por tener bares con un gran atractivo en cuanto a ambiente y panorama de la ciudad, tal es el caso del bar "La Morada del Cantor".

Según las encuestas realizadas (Anexo 4), el mayor porcentaje de participantes prefieren que el bar se encuentre ubicado en los alrededores de la ciudad, por lo que se procedió a realizar el método de valoración por puntos para su ubicación. Se ponderó el total de los factores con un porcentaje del 100%, calificándolos con un puntaje de 20 puntos por cada uno; luego, el resultado del producto del porcentaje por la calificación se sumó, obteniendo como consecuencia la ubicación óptima.

3.2.1 Método de ponderación por puntos:

Para realizar este método se estableció determinados factores -que podrían beneficiar o no a la ubicación de la planta- asignándoles un peso a cada uno. Lo explicado se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 3.1. "Determinación de peso por factor"

FACTOR	PESO
1. Parqueadero	18%
2. Estética del sector	16%
3. Seguridad	16%
4. Accesibilidad	14%
5. Costo de arriendo	12%
6. Preferencia por parte de los encuestados	12%
7. Ubicación	12%
TOTAL	**100%**

Elaborado por los autores

Tomando como referencia la información que se obtuvo en las encuestas realizadas, se estableció los valores para cada uno de los factores influyentes sobre la localización del bar; es así, que el "parqueadero" y la "estética del sector" son los equivalentes a la atención y al ambiente respectivamente (aspectos que fueron

catalogados como los de mayor importancia por las personas que participaron en el proceso de investigación). Es por esta razón que se consideró pertinente otorgarles mayor peso que a los demás factores, es decir, los valores asignados para su peso fueron de 18% para el "parqueadero" y de 16% para la "estética del sector".

Bajo el mismo criterio se procedió a establecer el peso correspondiente al factor "seguridad", el cual mostró un reconocimiento igual de importante que la "estética del sector" por parte de los participantes de la encuesta; es así, que se le otorgó un valor de 16% para su peso.

En el caso del factor "accesibilidad" se tuvo el criterio de puntuación partiendo desde la premisa de que una buena accesibilidad al bar representa una mayor llegada de clientes. En este sentido un buen estado de las vías es vital para el éxito del bar, por lo cual se otorgó en su peso un valor del 14%..

El "costo de arriendo" y la "preferencia por parte de los encuestados" son factores que también poseen un valor representativo al momento de establecer la localización del bar, el peso para ambos fue del 12%.

En el factor "ubicación" se tomó como criterio para su calificación que el lugar debía encontrarse cerca de comerciales, tales como: farmacias, supermercados, entre otros; los cuales representan facilidades para las personas. Para este elemento se estableció un peso del 12%.

Después de haber examinado y calificado los diferentes sectores analizados (anexo 7), se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro 3.2. "Calificación final de sectores"

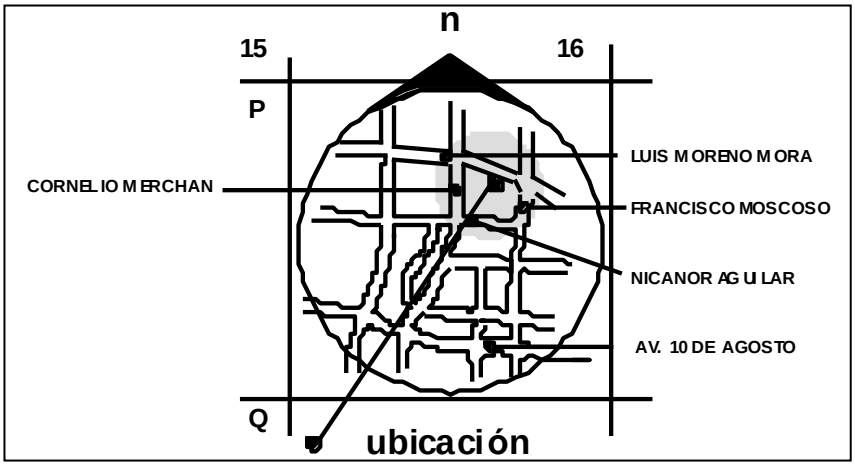
SECTOR	CALIFICACIÓN FINAL	
	CALIFICACIÓN TOTAL	PUNTAJE TOTAL
Sector Estadio	**112**	**15,96**
Vía Misicata	96	13,92
Av. Gonzales Suárez	101	14,64
Sector Sur	99	14,42

Autopista	81	12,02
Av. Solano	99	14,56
Feria Libre (Bomba Eloy Alfaro)	102	14,74
Mall Del Río	99	14,48
Mercado 12 de Abril	100	14,58
Remigio Crespo	104	15,34
Turi	98	14,32

Elaborado por los autores

Se llegó a la conclusión de que la localización óptima para la implementación del proyecto es el sector de "El Estadio" porque obtuvo el mayor puntaje en el "Método de Ponderación por Puntos". El bar se ubicará en la calle Luis Moreno Mora entre Cornelio Merchán y Francisco Moscoso, edificio "Ben Polo", en el subsuelo (revisar anexo 8).

Gráfico 3.1. "Ubicación"



Fuente: Arq. Marco Nieto Rodríguez

3.3 Determinación del tamaño óptimo del proyecto:

Para estimar el tamaño óptimo del establecimiento, se consideró conveniente tomar como referencia a la demanda del proyecto; a estos valores se los dividió para los 155 días que se laborará anualmente en nuestro bar, obteniendo la proyección diaria. Es conveniente indicar también que la capacidad máxima del local es para 110 personas, entonces se procedió a obtener un porcentaje de la proyección diaria con respecto a la capacidad máxima. Esto se puede apreciar en la siguiente tabla:

Cuadro 3.3. "Proyección de los clientes que asistirían a nuestro bar"

AÑO	PROYECCIÓN ANUAL	PROYECCIÓN DIARIA	%
Año base 2.010	14.066	91	75,83
2.011	14.277	92	76,67
2.012	14.491	93	77,50
2.013	14.709	95	79,17
2.014	14.929	96	80,00
2.015	15.153	98	81,67
PROMEDIO		**94**	**78,33**

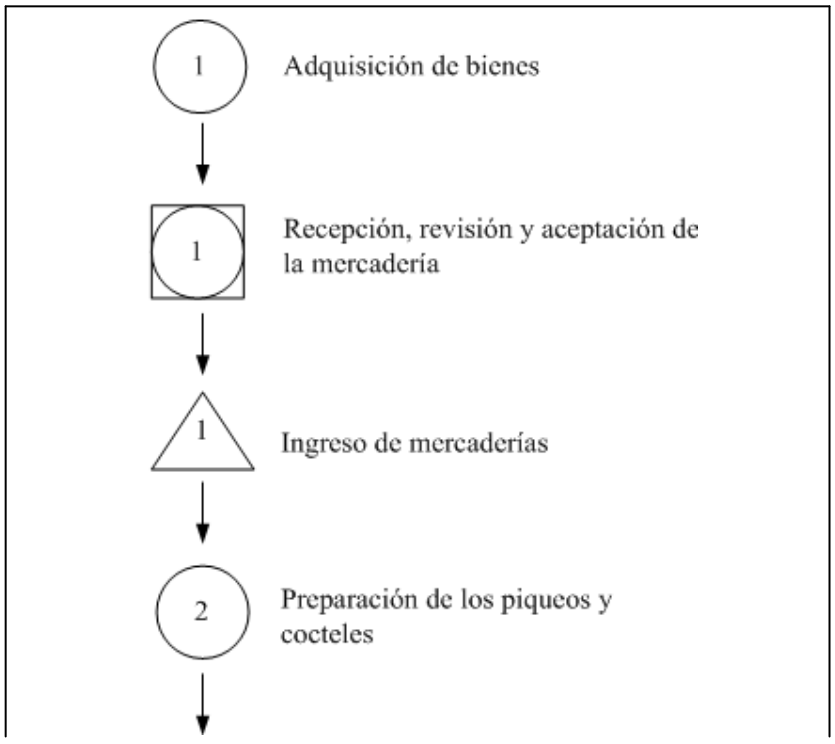
Elaborado por los autores

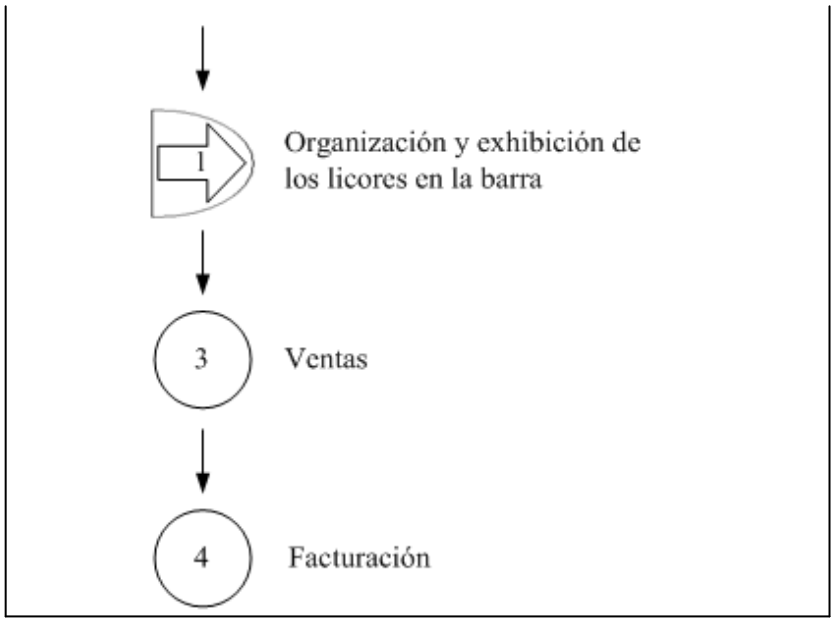
De la proyección diaria, considerando desde el año 2.010 hasta el 2.015, se obtuvo un promedio: 94 personas, este valor sería nuestro tamaño óptimo, el cual en términos de porcentaje en lo que respecta a la capacidad máxima es del 85,45%.

3.4 Descripción del proceso de comercialización:

El proceso de comercialización para nuestro establecimiento responde tanto a la adquisición de los bienes cuanto a su elaboración, para su expendio. Se lo detalla a continuación en el siguiente diagrama:

Gráfico 3.2. "Descripción del proceso de comercialización"





Elaborado por los autores

3.5 Descripción del proceso productivo:

Se trabajará de jueves a sábado. El personal ingresará al bar dependiendo de las funciones asignadas, es así que no todos tendrán la misma hora de entrada.

La hora de apertura del bar será a las 18h00 para la organización y realización de todas las actividades necesarias, con el propósito de tener el bar listo. El horario de atención al cliente será desde las 19h00 pm hasta las 02h00 am, hora en que el bar cierra su atención al público, manteniéndose abierto únicamente para los empleados encargados del arreglo, aseo y organización del mismo.

Para la descripción del proceso productivo es necesario -en primer lugar- contar con un listado de todo el personal que requerirá el bar para la realización de las diversas actividades y labores. A continuación se detalla el tipo de función y la cantidad necesaria por ocupación:

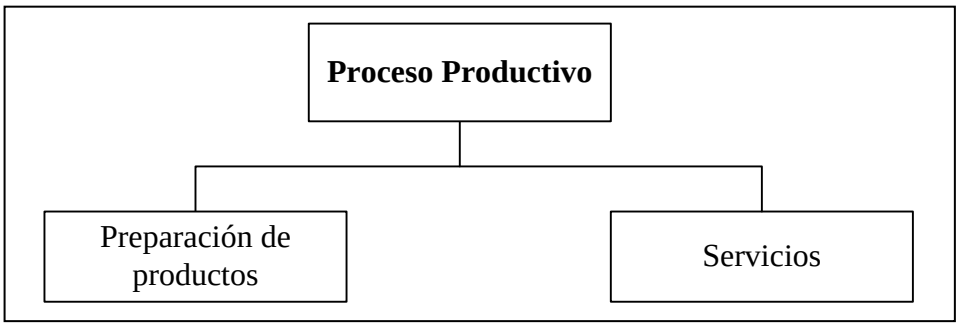
Cuadro 3.4. "Empleos del bar"

FUNCIÓN	NÚMERO DE PERSONAS NECESARIAS
Administrador	1
Ayudante de cocina	1
Bar Tender	1
Chef	1
Contador	1
Dj o Sonidista	1
Guardia	1
Mesero	3
Personal de limpieza	1
Recepcionista	1

Elaborado por los autores

En este proyecto el proceso productivo se puede detallar de manera más específica como un proceso de servicios y un proceso de preparación de productos.

Gráfico 3.3. "Proceso Productivo"



Elaborado por los autores

3.5.1 Proceso productivo por producto:

Se divide en dos tipos:

- Elaboración de cocteles.
- Preparación de comida: piqueos y variedades vegetarianas.

El proceso de preparación de los cocteles estará dirigido por el bar tender; mientras que el de comida, por el chef. En el anexo 9 se procederá a mostrar el proceso de preparación de los mismos, ordenados según las preferencias de los clientes potenciales (datos obtenidos mediante encuestas).

3.5.2 Proceso productivo por servicios:

El proceso de servicios comenzará con la atención que se brinde a los clientes cuando ellos lleguen en vehículo al bar. Si llegaran en su propio automóvil, lo deberán estacionar en el parqueadero y, el guardia designado al cuidado del estacionamiento, los saludará entregándoles el ticket por el vehículo; caso contario, si el cliente llegara en taxi, se dirigirá directamente a la recepción del bar.

Al momento de ingresar en el local, el recepcionista lo recibirá en la entrada saludándole de manera cordial. Le pedirá los datos de la persona que se responsabilizará por el consumo del grupo; lo registrará en la tarjeta junto al número de acompañantes que lleva consigo y se la entregará. Dependiendo del día de asistencia y la hora de llegada al bar, el recepcionista anotará si se cobrará el cover; además, le dará unas breves explicaciones acerca de la atención en la barra, en la cual, en el caso que desearan acudir a realizar algún tipo de pedido, lo deberán hacer con la tarjeta de consumo para el respectivo registro del mismo. También les especificará que es obligatorio la presentación de la tarjeta sellada por un mesero como muestra de haber cancelado todo el consumo realizado para poder salir del local y, en caso de extravió o perdida de la misma, la persona encarga estará obligada a cancelar en valor de $250 para poder retirarse del local.

Una vez adentro, el cliente será atendido por un mesero, quien en la puerta de entrada, le saludará y le indicará que tiene dos opciones: ya sea dirigirse a la mesa o a la barra. Para cualquiera de las elecciones, el mesero le guiará. Al momento en que el cliente se encontrara en su mesa o en la barra, cualquiera que sea el caso, el mesero le pedirá de forma cortés que le permita guardar su abrigo en el estante y se retirará a guardarlo. Mientras el primer mesero se retira, un segundo se presentará para brindar el menú al cliente para que pueda elegir lo que desea consumir. Una vez realizado esto, el segundo mesero se retirará un momento hasta que el cliente elija su orden; mientras tanto, el primer mesero se encontrará devuelta para entregar el ticket que el cliente deberá presentar cuando desee la devolución de las prendas de vestir; realizado esto, el primer mesero se retirará. Luego el segundo mesero encargado del pedido, regresará a tomar el mismo y lo apuntará en la tarjeta de consumo; se dirigirá hacia la barra y hará el pedido al bar tender para que prepare los licores y, en caso de

que el pedido incluyera picaditas, el mesero se dirigirá al sector de la cocina y solicitará la preparación de los mismos al ayudante de cocina.

Existirá el mismo procedimiento si el cliente se encontrara en la barra, pero en este caso es el bar tender quien estaría encargado de entregar el menú para la elección del pedido; posteriormente lo anotará en la tarjeta de consumo y procederá a la preparación del mismo o, solicitará la preparación de los piqueos si el cliente hubiera ordenado algo.

En el momento en que las órdenes estuvieran listas, los meseros se encargarán de llevarlas a las mesas de cada cliente y, en caso de que él se encontrara en la barra, el bar tender le entregará directamente su licor. Un mesero se ocupará de acercarle el piqueo solicitado.

En el caso de un cliente que se encontrara en una mesa y por cualquier motivo quisiera acercarse a la barra a realizar un pedido, necesariamente deberá llevar consigo la tarjeta de consumo para ser atendido; y, si por alguna razón no la llevara, se pedirá a un mesero que se acerque a la mesa del cliente a solicitar la respectiva cartilla identificando el nombre de la persona a los miembros de su grupo.

Como sabemos, en los días jueves el bar prestará el servicio de karaoke. Se destinará un mesero exclusivamente para esto y, los otros dos restantes, para la atención de las mesas. En caso de que el cliente deseara interpretar una pista musical, deberá hacer el pedido del listado de canciones disponibles al mesero encargado de su mesa, quien deberá entregársela y retirarse hasta que el cliente haya realizado la selección de la(s) pista(s). En ese momento el cliente llamará al mesero y le pedirá que coloque su selección; el mesero por su parte pedirá la tarjeta de consumo y registrará en ésta la(s) pista(s) a colocarse; además, contará con una libreta donde consignará la información acerca de su mesa, el número y el nombre de la(s) pista(s) solicitada(s). Este mesero se responsabilizará de entregar la información al encargado del servicio, el mismo que llevará el registro de cada una de las pistas solicitadas y el cliente a quien le pertenece la solicitud; de esta forma se evitará que existan confusiones al momento de la interpretación de las pistas. Después el mesero encargado se dirigirá a

la sala de audio y le pedirá al sonidista que coloque las canciones pedidas, quien anotará la pista solicitada y la pondrá en la lista de espera -si fuera el caso- y si no existieran canciones pendientes lo hará de forma inmediata.

Llegado el momento de la interpretación, el mesero encargado movilizará el micrófono a la mesa a la que pertenece la pista(s) seleccionada(s) indicándole al cliente que es su turno; terminada(s) la(s) pista(s), el mesero verificará la puntuación obtenida por el cliente en su interpretación y, en el caso de alcanzar el puntaje establecido para la promoción de este día, es decir, 98 o 99 puntos, le acercará el coctel preseleccionado de la casa como premio por su interpretación. Si alcanzara los 100 puntos, el mesero le llevará una botella de licor, que de igual manera estará preestablecido por el local, como felicitación. En el caso de que el cliente no alcanzará el puntaje necesario para hacerse acreedor a algún tipo de premio, al término de su interpretación, el mesero se acercará a la mesa, pedirá el micrófono amablemente y lo llevará a la mesa a la que corresponda la siguiente pista.

El servicio de música en vivo se prestará únicamente los días viernes y sábados. Se contratará una banda con la que se mantendrá un acuerdo preestablecido de actuación, siempre y cuando se cumpliera como mínimo con la asistencia de cierto número de personas al bar; de esta manera, si se contara con el aforo necesario, realizará su presentación. A las 22h30 instalará los equipos necesarios de tal manera que la presentación se iniciará a las 23h00, la misma que durará hasta la 01h00 am. Para evitar un ambiente rutinario, se contratará a diversas bandas para que se presenten en los diferentes días que se brinde el servicio de música en vivo, buscando de esta manera variedad en cuanto a música interpretada por las mismas. Una vez terminado el show, la banda recogerá y guardará sus equipos, para que luego el administrador proceda a cancelar el monto convenido por su presentación. Si el bar no tuviera el aforo requerido, ese día no se presentará ningún artista.

Al terminar la noche, el cliente deberá pedir la cuenta al camarero que se encargó de atenderle; el mismo mesero tendrá bajo su responsabilidad una caja registradora en donde depositará el dinero de todos los clientes atendidos, identificados por el número de mesa. También guardará las copias de los recibos entregados durante la

noche, esto con motivo de tener mayor agilidad y evitar problemas de extravío de dinero al momento de realizar el cierre de caja con el administrador. En el caso de que el bar tender hubiera atendido al cliente toda la noche, pedirá a un mesero que se haga cargo de la cuenta del mismo. Es ineluctable especificar que cada uno de los tres meseros existentes en el bar, poseerá una caja registradora a su cargo; una vez registrado el pago, el mesero se acercará de vuelta al cliente con el cambio de su dinero.

En el caso de que al cliente se le hubiera otorgado un ticket por haber entregado una prenda de vestir, deberá presentarlo al camarero para que realice su devolución correspondiente. Este mesero, se dirigirá al estante de ropa, buscará la prenda necesaria y la devolverá al cliente.

El camarero le preguntará si ha asistido al bar en auto propio o si le gustaría que le pidieran un taxi. Si el cliente hubiera concurrido en su carro, el mesero le agradecerá por su visita al bar; y, le entregará su tarjeta de consumo con un sello de cancelado conjuntamente con la fecha del día correspondiente, para que pueda presentarla al momento de su salida. Es el recepcionista el encargado de la revisión de la cartilla de consumo, quien se encontrará en la puerta y revisará que no exista ningún inconveniente, permitiendo de esta manera la salida al cliente. En el parqueadero el guardia le solicitará el ticket que fue entregado al ingreso para que así pueda retirar su vehículo de las instalaciones del bar. Si el usuario optara por la segunda opción, el mesero le pedirá unos minutos de espera y procederá a llamar a la compañía de trasporte privado que el bar tiene contratada para estos casos. Una vez que haya llegado el vehículo, el mesero le informará al cliente, agradecerá por su visita y existirá el mismo procedimiento explicado desde la entrega de la tarjeta de consumo hasta antes de la solicitud del guardia.

Se ha elaborado un cuadro que muestra la distribución de los diferentes tipos de música que se tocará en el bar por día. Una aclaración inevitable en este punto es que se ha decidido mantener una distribución aleatoria en la forma de asignar el tipo de música que se va a poner por noche; todo esto en virtud de que se desea mantener un ambiente novedoso durante cada día de la semana, evitando de esta forma caer en un

contexto rutinario, monótono y poco atractivo para los clientes. Es ineludible recalcar también que los días viernes y sábados, se dará preferencia a la música de los años 80`s, debido a que, según las encuestas, es la de mayor predilección por parte de nuestros clientes.

Cuadro 3.5. "Tipo de música por día"

DIAS	ACTIVIDAD
Jueves	Karaoke, música variada
Viernes	Músicas Variada, músicas de los 80´s y música en vivo
Sábado	Música variada, músicas de los 80´s y música en vivo

Elaborado por los autores

3.6 Selección de equipos:

Los artículos a utilizarse en el proyecto han sido seleccionados en base al servicio que se ofrecerá en el bar, a los insumos necesarios para el proceso productivo y a la capacidad instalada según el tamaño óptimo que se escogió para el proyecto. Se necesitará también otros insumos para generar la entrega de los productos a su consumidor, tales como: mantelería, cristalería, stock de licores, insumos para la preparación de los cocteles y piqueos, todo esto en base a la capacidad óptima instalada (94 personas por día, 78,33%). Para obtener una mejor apreciación de los artículos y equipos necesarios, se ha procedido a organizarlos por sectores:

Cuadro 3.6. "Artículos destinados para el ambiente"

ENSERES	CANTIDAD	ENSERES	CANTIDAD
Bancos para mesas trapezoidales	76	Mesas trapezoidales	30
Barra	1	Muebles para mesas rectangulares	12
Cámaras de seguridad	4	Proyector	1
Equipo de karaoke	1	Televisor plasma	1
Mesas rectangulares	5	Taburetes	7

Elaborado por los autores

Cuadro 3.7. "Artículos destinados para la cocina"

ENSERES	CANTIDAD	ENSERES	CANTIDAD
Cocina industrial	1	Microondas	2
Congelador	1	Refrigeradora	1
Horno	1	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 3.8. "Artículos destinados para los empleados"

ENSERES	CANTIDAD	ENSERES	CANTIDAD
Casilleros	1	Sillas	8

Elaborado por los autores

Cuadro 3.9. "Artículos destinados para la guardianía"

ENSERES	CANTIDAD	ENSERES	CANTIDAD
Escritorio	1	Silla	1

Elaborado por los autores

Cuadro 3.10. "Artículos destinados para la limpieza"

ENSERES	CANTIDAD	ENSERES	CANTIDAD
Aspiradora	1	Abrillantadora	1

Elaborado por los autores

Cuadro 3.11. "Artículos destinados para la música"

ENSERES	CANTIDAD	ENSERES	CANTIDAD
Caja mezcladora	1	Piano vertical	1
Parlantes	5	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 3.12. "Artículos destinados para las oficinas"

ENSERES	CANTIDAD	ENSERES	CANTIDAD
Computadoras	2	Sillas clientes Adm.	3
Escritorios ejecutivos	2	Sillas ejecutivas	2
Impresora	1	-	-

Elaborado por los autores

Cuadro 3.13. "Otros artículos"

ENSERES	CANTIDAD
Cajas registradoras	3

Elaborado por los autores

3.7 La organización:

Contar con un talento humano adecuado es imprescindible para poder llevar a cabo la misión, poder cumplir con la visión establecida, asegurar el retorno de los clientes...

3.7.1 Áreas:

La estructura organizativa del proyecto estará dividida en las siguientes áreas:

- **Área Administrativa:** Se requiere un administrador para que se encargue de todo el aspecto financiero y del buen manejo del bar; esto incluye cuidar el bienestar de la clientela, prestándoles una buena atención. También se encarga de la contratación de las bandas para la música en vivo.

- **Área de Contabilidad:** Se dispondrá de un contador, el cual estará encargado de los rubros contables y estados financieros del bar.

- **Área de Comida:** Se dispondrá de un chef, encargado de la preparación de los alimentos y de la dirección del ayudante de cocina.

- **Área de Servicio:** Tres meseros que tienen bajo su responsabilidad el servicio de las mesas y un bar tender destinado exclusivamente para la atención de la barra.

- **Área de Música:** Una persona encargada de la organización y mezclas en la música, además de la animación.

- **Área de Cobros:** Esta área será manejada específicamente por los meseros del bar, ya que ellos serán los encargados de realizar las cobranzas del consumo de las respectivas mesas atendidas. Es necesario especificar que cada mesero tendrá a su cargo una caja registradora de la cual él será el único responsable.

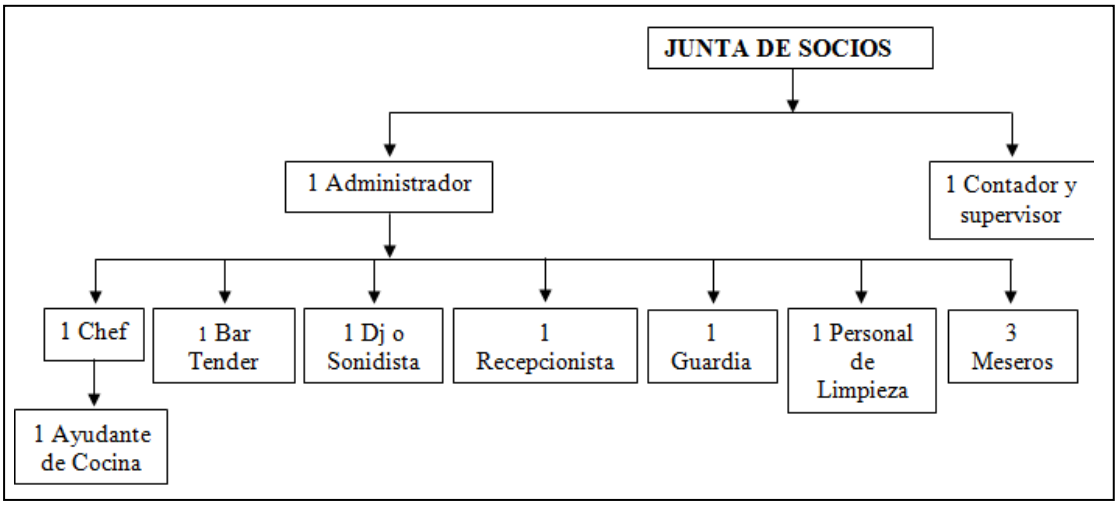
- **Área de Seguridad:** Se contará con un guardia que estará destinado a la vigilancia del parqueadero del local, lo que implica la responsabilidad por el cuidado de todos los automóviles de nuestros clientes.

➢ **Área de Limpieza:** Esta área contará con una persona encargada del cuidado y aseo del local.

3.7.2 Organigrama:

El personal será controlado por el administrador. En el organigrama se muestra como se distribuirá el mando en el bar.

Gráfico 3.4. "Organigrama"



Elaborado por los autores

3.7.3 Funciones del personal:

➢ **Administrador:**

1. Representación legal del bar.
2. Negociar con proveedores de insumos.
3. Realizar presupuestos de ventas trimestrales.
4. Abrir el local todas las noches a las 18h00 para empleados.
5. Constatar que cada empleado se encuentre realizando sus labores.
6. Controlar que todo esté en orden y acorde a lo que el cliente busca en cuanto a la comida, licores y música.
7. Abrir el local para el público a partir de las 19h00.
8. Despedir a los clientes al momento que salgan del bar antes y durante el cierre del mismo para la atención al público.
9. Realizar el cuadre de caja con cada uno de los meseros.
10. Cerrar el bar a las 03h00.

- **Contador/a:**

1. Llevar el control de inventarios.
2. Llevar la contabilidad del bar durante todo el año.
3. Realizar el pago de impuestos en el S.R.I.
4. Realizar los roles de pago.
5. Realizar el pago en el I.E.S.S. de los aportes patronales y personales.
6. Presentar los Estados Financieros a los directivos y administrador de la empresa.

- **Chef:**

1. Seleccionar y comprar productos para la cocina.
2. Controlar la calidad de los alimentos.
3. Llevar el control de inventarios de los productos de cocina en el rubro de cantidad.
4. Ingresar al bar a las 18h00 horas.
5. Prepararse para la apertura del establecimiento.
6. Recibir el pedido.
7. Preparar el pedido.
8. Comprobar que lo solicitado se encuentre en correctas condiciones.
9. Enviar el pedido con el mesero.
10. Ocuparse del cuidado de las máquinas e indumentarias de la cocina a su cargo.
11. Retirarse del bar a las 02h00 am.

- **Ayudante de Cocina:**

1. Ingresar al bar a las 18h30 horas.
2. Prepararse para la apertura del bar
3. Realizar los platos según lo especificado por el chef.
4. Ayudar a preparar los platos.
5. Entregar al chef para la revisión del plato.
6. Limpiar la vajilla.

7. Limpiar y barrer la cocina.
8. Ocuparse del cuidado de las máquinas e indumentarias de la cocina a su cargo.
9. Retirarse del bar a las 02h30 am.

- **Bar Tender:**

1. Ingresar al bar a las 18h30 horas.
2. Prepararse para la apertura del establecimiento.
3. Organizar todos los tipos de bebidas usadas en el bar.
4. Organizar la cristalería donde se va a servir cada bebida.
5. Levantar inventarios para solicitar los productos faltantes.
6. Receptar las órdenes de bebidas.
7. Preparar las bebidas solicitadas.
8. Despachar las órdenes.
9. Llevar el control de inventarios de los licores en el rubro de cantidad.
10. Elaborar junto a los meseros del bar el informe de control de botellas vendidas.
11. Limpiar, barrer y cerrar la barra.
12. Proteger todos los artículos.
13. Retirarse del bar a las 02h30 am.

- **Meseros:**

1. Ingresar al bar a las 18h30 horas.
2. Organizar el local.
3. Revisar y preparar la cristalería.
4. Prepararse para la apertura del bar.
5. Atender al cliente en su ingreso.
6. Receptar abrigos y entregar tickets para su devolución.
7. Informar y recomendar licores y platos.
8. Receptar pedidos.
9. Entregar el pedido al chef para su realización.

10. Despachar licores pedidos por el cliente desde la bodega y en caso de ser cocteles hacer el pedido al bar tender.
11. Entregar los pedidos a cada mesa.
12. Cobrar los consumos realizados.
13. Responsabilizarse de su caja a cargo.
14. Realizar la factura correspondiente, sellarla y asignar la fecha del día.
15. Efectuar la transacción.
16. Entregar la factura sellada al cliente.
17. Recibir el ticket de ropa y entregar los abrigos correspondientes.
18. Preguntar al cliente si desea un taxi o si llegó en auto propio.
19. Contactar un taxi para el cliente si fuera el caso.
20. Agradecer por la visita.
21. Limpiar las mesas.
22. Barrer el salón.
23. Retirarse del bar a las 02h30 am.

- **Dj o Sonidista:**

1. Ingresar al bar a las 18h00 horas.
2. Revisar que los equipos de sonido y demás instalaciones se encuentren en correcto estado.
3. Prepararse para la apertura del bar.
4. Seleccionar la música.
5. Organizar y secuenciar los tipos de música.
6. Monitorear constantemente los equipos de sonido y la música.
7. Cuando se encuentren artistas invitados, organizar y facilitar todos los equipos a ser utilizados.
8. Guardar todos los instrumentos.
9. Cuidar y responsabilizarse de los equipos a él asignados.
10. Retirarse del bar a las 02h00 am.

- **Recepcionista:**

1. Ingresar al bar a las 18h00 horas.
2. Prepararse para la apertura del bar.
3. Controlar el ingreso de los clientes.
4. Reservar el derecho de admisión.
5. Entregar tarjetas de consumo a los clientes.
6. Indicar las normas establecidas e informar sobre el uso y manejo de las tarjetas de consumo.
7. Receptar cartillas de consumo canceladas.
8. Controlar la salida de los clientes.
9. Limpiar y barrer el vestíbulo exterior.
10. Retirarse del bar a las 02h00 am.

- **Guardia de Seguridad:**

1. Ingresar al bar a las 18h00 horas.
2. Prepararse para la apertura del bar.
3. Control del parqueadero para clientes.
4. Recepción de vehículos.
5. Entrega de tickets para el control de propiedad de los vehículos.
6. Cuidado y protección.
7. Recepción de los tickets para retirar los vehículos.
8. Constatar que ya no exista clientes para que se cierre el bar.
9. Limpiar y barrer la guardianía.
10. Retirarse del bar a las 03h00 am.

- **Personal de Limpieza:**

1. Ingresar al bar a las 18h45 horas.
2. Dirigirse a la bodega a recoger sus utensilios de trabajo.

3. Realizar la limpieza de: baños, administración, entrada del bar, bodegas, sala de empleados, escenario, cuarto de máquinas, garaje y demás lugares que no sean de encargo para otros trabajadores del local.
4. Recoger y sacar la basura.
5. Revisar cada media hora el estado del baño y sus utensilios. Reemplazarlos en caso de ser necesario.
6. Guardar los implementos de trabajo en la bodega.
7. Retirarse del bar a las 02h45 am.

3.8 Distribución de la planta:

La superficie del bar es de 270 m^2 aproximadamente (anexo 10). El establecimiento se encontrará distribuido de la siguiente manera:

- **Tarima:**

Se encuentra comprendida por la pista de baile y la música. Este espacio será reservado para la distracción y el entretenimiento de los asistentes, donde los clientes podrán bailar y disfrutar de la música karaoke o en vivo que el bar brindará a los mismos (anexo 11).

- **Salón:**

En esta sección el cliente podrá saborear los piqueos y las variedades vegetarianas brindadas por nuestro local (anexo 12).

- **Baños:**

En los baños se encuentran comprendidas las baterías higiénicas para uso de los clientes potenciales (anexo 13).

- **Barra, recepción y vestíbulo exterior:**

En la barra los asistentes podrán degustar los cocteles que pone a su disposición nuestro bar. También se encontrará en esta sección la recepción (caja y vestíbulo exterior), la cual será el medio de bienvenida y acceso, donde los clientes serán recibidos e informados sobre las normas de nuestro establecimiento. Además, se

hallará el clóset del local: lugar donde los meseros colocarán la vestimenta entregada por los clientes al momento de su llegada, en caso de que ellos así lo quisieran (anexo 14).

- **Administración y baños de empleados:**

La zona administrativa será un espacio asignado para el administrador y la contadora; se encargarán de la correcta gestión del local. Los baños de esta sección serán destinados para el uso de todos los empleados del bar (anexo 15).

- **Despensa, sala de empleados y utilería:**

En la despensa se encontrará el congelador en donde se almacenará las carnes, los mariscos, las verduras, es decir, los alimentos que necesiten refrigeración para posteriormente ser utilizados en la preparación de los piqueos. Aquí también se consignará aquellos que no necesiten de congelación, tales como granos y arroces; además, también se colocará todo el stock de bebidas y licores que se adquiera para su venta dentro del bar.

La sala de empleados será destinada para los breves descansos que el personal pudiera necesitar.

La utilería será de tipo general, es decir, aquí se consignarán todos los suministros, utensilios e indumentaria necesaria para poder realizar las actividades propias del bar, es decir se ubicará la lencería, cristalería, sillas, entre otros.

(Anexo 16).

- **Cocina:**

La cocina del bar comprenderá todos los electrodomésticos e instrumentos necesarios para la preparación de los alimentos y los piqueos que se expendan dentro del mismo (anexo 17).

- **Parqueadero y guardianía:**

Por no poseer un parqueadero propio, nuestro establecimiento se ha visto en la obligación de arrendar el parqueadero de "Los Cebiches de la Rumiñahui", el mismo que se encuentra diagonal a nuestro local, cerca de la marisquería mencionada, ubicado en la calle Francisco Moscoso y Luis Moreno Mora (esq.).

Para la seguridad de nuestros clientes contaremos con un guardia que estará destinado al cuidado de sus vehículos y automotores; contará con una caseta para que pueda almacenar su indumentaria y equipo de trabajo.

(Anexo 18)

3.9 Marco legal:

En este apartado se detalla todo el proceso de legalización y registro del bar en las instituciones y organismos pertinentes para el funcionamiento del mismo.

3.9.1 Trámites a realizar:

Los permisos necesarios para el funcionamiento del bar se expiden en seis lugares:

1) Servicio de Rentas Internas (S.R.I)
2) Municipio
3) Ministerio de Salud
4) Bomberos
5) Control de gestión ambiental.
6) Intendencia de policía.

Se debe tener en cuenta que para el funcionamiento del bar es obligatorio inscribirse en el Ministerio de Turismo y opcional en la Cámara de Turismo. Los permisos pertinentes para el funcionamiento del establecimiento son los siguientes:

- **Permiso del S.R.I:**

Requisitos para inscribir R.U.C. de sociedades privadas:

- Formulario 01-A llenados con los datos respectivos.
- Documentos de constitución y nombramiento (original y copia) según el caso.
- Bajo la Superintendencia de Compañías: escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, hojas de datos generales (3) otorgadas por la Superintendencia de compañías., y nombramiento del representante legal escrito en el registro mercantil.
- Original y copia a color de la cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.

Original y copia de uno de estos documentos: planilla de agua, luz o teléfono; estado de la cuenta bancaria, de servicios de televisión pagada, telefonía celular o tarjeta de crédito; comprobante de pago del impuesto predial (de este año o del inmediato anterior); o, contrato de arriendo con el comprobante de venta emitido por el arrendador. En el caso de que el predio no se encuentre catastrado, certificado de la junta parroquial más cercana.

Este documento debe encontrarse a nombre de la sociedad, del representante legal o uno de los socios o accionistas y, debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- **Permiso de funcionamiento del municipio:**

Este permiso de funcionamiento se refiere a la obtención de la patente municipal. Los requisitos su trámite son los siguientes:

- Copia del R.U.C
- Solicitud del rótulo.

- Certificado Único de Funcionamiento (C.U.F.). Por encontrarse el local dentro del casco urbano y no en el centro histórico, su trámite se realizará en el lugar Teodoro Torres.
- Carta de pago del Predio Urbano (indicar la base imponible referencial: capital invertido).
- Aplicar la tabla de Cálculo de Impuestos de Patentes Municipales
- Pagar la tasa de seguridad ciudadana.
- Comprar los formularios de patentes en ventanilla.
- Pagar el costo correspondiente.

➢ **Permiso de los bomberos:**

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de locales comerciales son:

- Copia de la factura de compra o recarga de extintores a nombre de los propietarios.
- Inspección de este departamento de las instalaciones y de seguridad contra incendios.
- Los propietarios deberán cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento.
- Copia del R.U.C. y copia del permiso de emplazamiento o licencia de uso de suelo.

Condiciones que se debe cumplir:

- Luces de emergencia.
- Señalización.
- Según el área se pide el extintor.
- Salida de emergencia (según la capacidad de personas).
- Instalaciones eléctricas bajo tubería.

- **Ministerio de Salud:**

Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento:

Solicitud dirigida al señor director de Salud del Azuay, indicando:

- Nombre del propietario.
- Nombre o razón social del bar.
- Actividad que se realiza en el local.
- Ubicación del establecimiento: dirección completa, adjuntar:
  - Copia del R.U.C.
  - Copia de la cédula del propietario o representante legal.
  - Copia del título del profesional responsable (según el establecimiento).
  - Plano del establecimiento escala 1:50.
  - Croquis de ubicación del establecimiento.
  - Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos.
  - Copia del/los certificados de salud.
  - Otros, según el tipo de establecimiento.

- **Control de Gestión Ambiental:**

Dentro de este apartado se debe especificar que el bar "Tiempos Aquellos" se encuentra ubicado en la categoría II de los "Tipos de Actividades Productivas"[29] contempladas por el Consejo Cantonal de la ciudad de Cuenca para el control de Gestión Ambiental, es así que en esta categoría se encuentran ubicados los bares y discotecas.

Para este permiso es obligatorio contar con una "Evaluación de Impacto Ambiental", para lo cual se deberá elaborar un Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) que luego deberá ser presentado a la comisión de Gestión Ambiental para su respectiva aprobación. Existen casos puntuales en los que ciertas empresas necesitan la obtención de la Licencia Ambiental otorgada por el municipio como requisito básico

[29] Ilustre Concejo Cantonal de Cuenca (2.009). "Ordenanza para la aplicación del subsistema de evaluación de impacto ambiental, dentro de la jurisdicción del cantón Cuenca". Artículo 4

para su implementación y funcionamiento, pero esto se determina después de algunos estudios previos.

Para el caso del estudio ambiental, se lo define como: "Estudios técnicos que proporcionan antecedentes para la predicción e identificación de los impactos ambientales. Además describen las medidas de prevenir, controlar, mitigar y compensar las altercaciones ambientales significativas." [30]. El estudio de impacto ambiental es obligatorio para el funcionamiento de este local. Para su realización, en primera instancia, se deberá establecer los términos de referencia que son las directrices que establecerán "el alcance, focalización, los métodos y técnicas a aplicarse en la elaboración de un estudio de impacto ambiental en cuanto a la profundidad y nivel de detalle de los estudios paras las variables ambientales relevantes de los diferentes aspectos ambientales." [31]

El estudio de impacto ambiental será realizado por consultores ambientales los cuales estarán debidamente registrados y calificados en la Comisión de Gestión Ambiental. El valor de este estudio dependerá del caso, los principales aspectos de evaluación serán los siguientes:

- Contenido del estudio de impactos ambientales.
- Metodología utilizada en la identificación y valoración de impactos.
- Calidad de la información de apoyo.
- Viabilidad y aplicabilidad del plan de manejo ambiental.

Una vez realizado el estudio, la Comisión de Gestión Ambiental, revisará y lo aprobará; caso contario, pedirá las correcciones pertinentes para el local y, una vez cumplidas estas, se procederá nuevamente a su revisión con la respectiva aprobación. Después la Comisión expedirá un oficio de aprobación de estudio de impacto ambiental, el cual es exigido por la Dirección de Control Municipal como requisito previo a la emisión del permiso municipal de construcción -según sea el caso- y si la

[30] Ilustre Concejo Cantonal de Cuenca (2.009). "Ordenanza para la aplicación del subsistema de evaluación de impacto ambiental, dentro de la jurisdicción del cantón Cuenca". Artículo 16.
[31] IBID. Artículo 18.

Comisión de Gestión Ambiental lo considera necesario, se procederá a tramitar la Licencia Ambiental.

Una vez aprobado el estudio, tendrá una vigencia de dos años para la implementación del proyecto. Si se venciera este plazo de vigencia, el propietario deberá efectuar un nuevo estudio y tramitar la respectiva aprobación de la Comisión de Gestión Ambiental.

- **Intendencia de policía:**

El requerimiento para este permiso es la verificación del cumplimiento de las normas de los otros requisitos anteriores. Este permiso tiene un costo de $250.

3.9.2 Constitución de la compañía limitada:

Se ha decidido que la empresa se conforme como una compañía limitada, puesto que este tipo de establecimientos requieren para su constitución un número mínimo de dos socios. El aporte es de $400 dólares americanos por lo que cada socio aportará el monto de $200; además este tipo de empresa obliga a tener una responsabilidad solidaria con respecto a las obligaciones que asumiera la compañía con terceras personas, por lo que los compromisos contraídos serán una obligación compartida por los dos socios de la misma. Por otro lado, dentro del marco legal, el objeto social de este tipo de compañías permite la conformación de un bar que es la finalidad de este proyecto.

Un aspecto importante de este tipo de empresa es que no permite el libre ingreso de cualquier persona a formar parte de la compañía, de esta manera se busca precautelar los intereses de los socios asegurando que -en vista de cualquier contratiempo o por cualquier motivo- ninguno de ellos podrá salirse de la empresa y conferir sus participaciones a otra persona, sin autorización previa del otro socio.

Los requisitos necesarios para la constitución de este tipo compañías son los siguientes:

- Reserva del nombre en la superintendencia de compañías.
- Oficio para la cuenta de integración al banco, a nombre de la empresa.
- Escritura y estatutos (se debe entregar tres ejemplares a la superintendencia de compañías).

Si se cumple con los requisitos se procede a publicar en la prensa, caso contrario se retorna a donde el notario para las revisiones pertinentes y los respectivos ajustes para su aprobación.

Un requisito esencial para la conformación de la empresa es el manejo de la denominación social, que es el título o nombre por el cual se identificará la empresa. Este se rige por el principio de "propiedad", el mismo que resguarda que el nombre de cada compañía sea de su dominio y propiedad exclusiva, para esto se necesita una solicitud de aprobación.

Se presentará al superintendente de compañías o a su representante, tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a estos documentos deberá anexarse la solicitud, tramitada por un abogado, en el cual se solicita la aprobación del contrato constitutivo.

(Anexo 19)

3.10 Administración y organización:

Es imprescindible estar registrado en la Superintendencia de Compañías para poder formar una compañía, la cual estará integrada por dos socios. La razón social de este centro de entretenimiento será "Tiempos Aquellos".

3.11 Conclusiones del estudio técnico:

Mediante el estudio técnico fue posible determinar la localización y el tamaño óptimo del local, así como los activos necesarios para que este entre en funcionamiento. A través de un estudio se pudo obtener la información suficiente para describir el proceso de comercialización y el productivo. Se determinó las funciones de cada uno de los empleados del local y el marco legal correspondiente.

La localización óptima del local se encuentra en el sector del estadio, en los alrededores de la ciudad de Cuenca; este sector dentro del Método de Ponderación por Puntos, se ha mostrado como el más propicio para la ubicación del bar, mostrando claras ventajas en lo concerniente a: estética del sector, accesibilidad, seguridad y preferencia de los encuestados.

La capacidad máxima del local es para 110 personas. La estimación del tamaño óptimo del proyecto mostró que la afluencia de público para el año 2.011 será de 92 personas y, realizando las estimaciones para los siguientes cinco años, en el año 2015 será de 98. Por lo tanto, la cantidad que se convierte en el tamaño óptimo para nuestro bar será de 94 personas, es decir, un 85,45% de la capacidad máxima del negocio.

Después de un análisis exhaustivo de los servicios y productos que se tiene pensado brindar en el bar, se ha establecido los equipos a utilizarse en el proceso de producción, los cuales han sido determinados con la intención de brindar los mejores servicios y productos posibles a nuestros potenciales clientes; los equipos que se han creído conveniente tomar en cuenta se encuentran establecidos en el apartado **3.6. "Selección de equipos"** del presente capitulo.

El proceso de producción se ha divido en: proceso de elaboración de cocteles y proceso de elaboración de alimentos (piqueos y variedades vegetarianas), los mismos que por representar una gran cantidad de especificaciones debido al alto número de productos que se elaboran para su comercialización en el bar, se han detallado en el apartado **3.5.1 "Proceso productivo por producto"** de este capítulo. Este análisis ha permitido establecer las directrices y bases necesarias para poder tener una visión

clara de todos los elementos que intervienen en la preparación de los productos que vamos a expender, es así que esta información resultará de vital importancia para la realización del estudio económico de este proyecto y su correspondiente evaluación económica.

Para el establecimiento del local y el reconocimiento legal del mismo, los procedimientos deben efectuarse en: Servicio de Rentas Internas (S.R.I), Municipio, Ministerio de Salud, Bomberos, Control de Gestión Ambiental e Intendencia de Policía, entidades que rigen el funcionamiento de este tipo de locales dentro de la ciudad y poseen sus propios requerimientos para la aprobación del proyecto[32]. Por otra parte, se ha creído conveniente establecer una compañía limitada, debido a que este tipo de empresas resguarda los intereses de los dos socios que participan en el establecimiento de las mismas, además de ajustarse de manera conveniente a nuestras expectativas y requerimientos. Para el reconocimiento del negocio como tal es imprescindible estar registrado en la Superintendencia de Compañías; la razón social de esta compañía será "Tiempos Aquellos".

[32] Véase apartado **3.8.1 "Tramites a realizar"**

CAPÍTULO 4

ESTUDIO ECONÓMICO

CAPÍTULO 4
ESTUDIO ECONÓMICO

4.1 Introducción:

Existe un mercado potencial insatisfecho, el cual podrá ser cubierto. Tecnológicamente no existe ninguna dificultad para llevar a cabo el proyecto. Como objetivos se plantea los siguientes:

- Determinar los ingresos y definir los costos.
- Hallar el valor total de la inversión; su cronograma; las depreciaciones y amortizaciones que ésta puede acarrear; así como también, el financiamiento necesario para las mimas.
- Encontrar el nivel monetario de ventas que permita establecer el punto de equilibrio.
- Calcular el costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento como punto de partida de un inciso que indica si el proyecto se deberá implementar.

4.2 Determinación de ingresos:

Existen muchos productos que puede brindar un bar, sus líneas y amplitudes respectivas son muy amplias. Determinar una cantidad exacta por cada amplitud se torna extenso; realizar encuestas para tener una idea aproximada, también; basarse en todos los productos de la competencia, de igual manera. Por este motivo, se decidió basarse en lo que el cliente está dispuesto a gastar por persona en estos establecimientos.

Según las encuestas realizadas[33], se obtiene la siguiente tabla:

[33] Obsérvese **Gráfico 2.24.** "Gasto personal"

Cuadro 4.1. "Gasto promedio por persona"

	De $0 a $10	De $11 a $20	De $21 a $30	Más de $30
Porcentaje (a)	16%	51%	29%	4%
Punto medio (b)	$5	$16	$26	$36
(a) * (b)	$ 0,81	$ 8,16	$ 7,61	$1,30

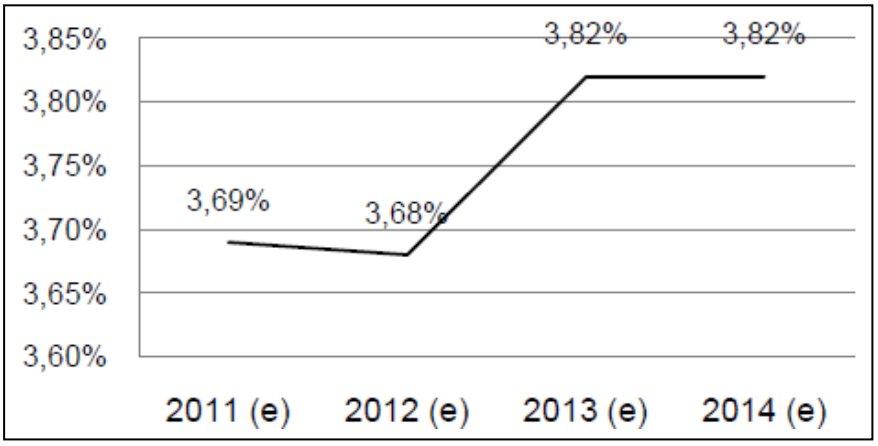
Elaborado por los autores

Sumando la multiplicación del porcentaje por el punto medio de cada uno de los intervalos en lo que respecta al gasto promedio por persona se obtiene el gasto promedio ponderado por persona/vez: $17,88. Para obtener el aproximado de ingresos anuales, se procede a multiplicar este valor ($17,88) por la demanda del proyecto (14.066), lo que da como resultado un promedio de $251.500,08.

4.3 Proyección de ingresos:

Los ingresos se proyectarán basándose en la tasa promedio de inflación anual y en la tasa de crecimiento anual de la población. Para la proyección en lo que respecta a la inflación, se utilizará una estimación realizada por el Banco Central del Ecuador:

Gráfico 4.1. "Inflación promedio anual. Años 2.011-2.014"



Notas: (e) Cifras estimadas
Fuente[34]**:** Ministerio de Finanzas del Ecuador

[34] (http://finanzas.gob.ec/PRESUPUESTO_2010-2014/PRESUPUESTO%202010-2014_archivos/CARPETA_ARCHIVOS/PROG_PRESUPUESTARIA_CUATRIANUAL_2011_2014.pdf [consulta 5 de enero de 2.011]); Ministerio de Finanzas del Ecuador.

La última programación presupuestaria cuatrianual que se puede disponer, es para los años 2.011-2.014; por no contar con la inflación promedio anual del año 2.015, utilizaremos la misma que del año 2.014: 3,82%, además que este valor se repite también para el año 2.013.

Cuadro 4.2 "Tasas de inflación promedio anual para proyectar. Años 2.011-2.015"

AÑOS				
2.011	**2.012**	**2.013**	**2.014**	**2.015**
3,69%	3,68%	3,82%	3,82%	3,82%

Elaborado por los autores

Es necesario recordar que la demanda del proyecto cada año se incrementa en un 1,5%, según la tasa de crecimiento poblacional anual. El valor que los potenciales clientes están dispuestos a gastar cada vez que asisten a un bar aumenta según el valor de la tasa de inflación anual; los ingresos proyectados se obtienen multiplicando este importe por la demanda del proyecto.

Cuadro 4.3. "Proyección de los ingresos"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	VALOR[35] UNITARIO (P)	INGRESOS (P) * (Q)
Año base 2.010	14.066	17,88	$ 251.500,08
2.011	14.277	18,54	$ 264.692,32
2.012	14.491	19,22	$ 278.546,52
2.013	14.709	19,96	$ 293.537,47
2.014	14.929	20,72	$ 309.308,71
2.015	15.153	21,51	$ 325.942,56

Elaborado por los autores

4.4 Determinación de costos y gastos:

Para determinar los costos totales, se considerará los costos de producción y los gastos.

[35] Valor que cada cliente potencial está dispuesto a gastar cada vez que asiste a un bar.

4.3.1 Costos de producción:

Los costos de producción son aquellos que se encuentran relacionados con todo el proceso productivo. Para determinar su valor nos basaremos en los siguientes elementos:

- Materiales directos.
- Costos de conversión.

4.3.1.1 Materiales directos:

Es necesario indicar primero el precio de compra de cada uno de los productos:

Cuadro 4.4. "Precio de compra del Whisky"

PRODUCTO	COSTO (botella)
Jhonny Walker Rojo	$ 47,39
Grant's	$ 15,77
Jhonny Walker Negro	$ 54,90
Dimple 15 años	$ 63,83
Jack Daniel's	$ 50,81

Elaborado por los autores

Cuadro 4.5. "Precio de compra de los ingredientes de los Cocteles"

PRODUCTO	COSTO (copa)
De la casa	$ 1,80
Caipirinha	$ 1,50
Cuba libre	$ 1,30
Alexander	$ 1,75
Amaretto	$ 1,30
Margarita	$ 1,50
Martini	$ 1,30
Mojito	$ 1,75
Padrino	$ 1,30
Ruso negro	$ 1,35
Tequila Sunrise	$ 1,40

Vodka Tonic	$ 1,20
Piña colada	$ 1,80
Piña colada en espuma	$ 1,95
Daiquirí	$ 1,20
Sex on the beach	$ 1,75
Gin tonic	$ 1,25
Cosmopolitan	$ 1,60
Dama rosada	$ 1,35
Manhattan	$ 1,25
Blue lake	$ 1,30
Vodka con naranja	$ 1,15
Dama blanca	$ 1,35
De menta	$ 1,25
Desperate housewives	$ 1,80

Elaborado por los autores

Cuadro 4.6. "Precio de compra de los ingredientes de los Ktelitos"

PRODUCTO	COSTO (copa)
Hawaiano	$ 0,95
Medias de seda	$ 1,05
Intenso chocolate	$ 0,85
Sunrise	$ 0,70

Elaborado por los autores

Cuadro 4.7. "Precio de compra del Vino Hervido"

PRODUCTO	COSTO (cartón)
Vino hervido	$ 2,50

Elaborado por los autores

Cuadro 4.8. "Precio de compra del Ron"

PRODUCTO	COSTO (botella)
Appleton State	$ 31,50
Bacardí	$ 21,87
Bacardí limón	$ 11,74
Abuelo Añejo	$ 24,37

Elaborado por los autores

Cuadro 4.9. "Precio de compra del Vodka"

PRODUCTO	COSTO (botella)
Smirnoff	$ 17,87
Smirnoff Sabores	$ 20,42
Skyy	$ 16,35
Sky sabores	$ 19,80
Absolut	$ 24,01
Finlandia	$ 4,56
Russkaya	$ 6,52

Elaborado por los autores

Cuadro 4.10. "Precio de compra del Tequila"

PRODUCTO	COSTO (botella)
José Cuervo Dorado	$ 26,26
José Cuervo Clásico	$ 26,26
El Charro Oro	$ 19,21
El Charro Silver	$ 16,94

Elaborado por los autores

Cuadro 4.11. "Precio de compra de los Piqueos"

PRODUCTO	COSTO (ingredientes)
Tablita de queso	$ 3,05
Cuadrito de jamón	$ 3,21
Tablita de aceitunas	$ 2,82
Porción de papas fritas	$ 0,95
Papas fritas con queso y salami	$ 1,55
Alitas de pollo	$ 3,21
Camarones al ajillo	$ 3,10
Camarones apanados	$ 3,50
Llapingachos	$ 0,75
Nachos	$ 1,73
Patacones	$ 0,82
Tablita de la casa	$ 7,22

Elaborado por los autores

Cuadro 4.12. "Precio de compra de las Ensaladas"

PRODUCTO	COSTO (ingredientes)
Ensalada César con Pollo	$ 1,68

Ensalada Fantasía	$ 1,52
Ensalada Mediterránea	$ 1,63
Ensalada Primavera	$ 1,71
Ensalada Rusa	$ 1,47

Elaborado por los autores

Cuadro 4.13. "Precio de compra de Otras Variedades Vegetarianas"

PRODUCTO	COSTO (ingredientes)
Lasaña Vegetariana	$ 1,69
Vegetales calientes agridulces	$ 1,60

Elaborado por los autores

La unidad utilizada para este apartado debe ser igual a la requerida para obtener los ingresos; es por esta razón que sería necesario obtener un precio promedio de compra, es decir, un costo promedio. Para la proyección de los costes en lo referente a los materiales directos, se procede a multiplicar la demanda del proyecto por el precio promedio de compra proyectado según la tasa de inflación correspondiente. Lo explicado se puede observar en la siguiente tabla:

Cuadro 4.14. "Proyección de los costes de los materiales directos"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	COSTO[36] PROMEDIO UNITARIO (C)	COSTOS DE LOS MATERIALES DIRECTOS (C) * (Q)
Año base 2.010	14.066	8,78	$ 123.499,48
2.011	14.277	9,10	$ 129.977,55
2.012	14.491	9,44	$ 136.780,67
2.013	14.709	9,80	$ 144.142,00
2.014	14.929	10,17	$ 151.886,49
2.015	15.153	10,56	$ 160.054,57

Elaborado por los autores

[36] Precio promedio de compra

4.3.1.2 Costos de conversión:

"Son los costos relacionados con la transformación de los materiales directos en productos terminados. Los costos de conversión son la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación."[37]

a) Mano de obra:

A la mano de obra se la puede clasificar en directa e indirecta. No todo nuestro proceso productivo hace referencia a la transformación de productos, tales como los licores; además, también ofertamos servicios: música, atención y guardianía. Es por esta razón que sería innecesario realizar una clasificación de mano de obra directa e indirecta para determinar los costos.

En nuestro bar tendremos doce personas para el personal, de las cuales diez forman parte de este apartado: un chef, un ayudante de cocina, un bar tender, un sonidista, un recepcionista, un guardia, una persona encargada de la limpieza (el 90% debido a que el 10% restante lo destinamos como gasto administrativo) y tres meseros. A continuación se indica las remuneraciones y los beneficios sociales para la mano de obra en el año base 2010, considerando que ninguno trabaja la jornada completa de 40 horas:

Cuadro 4.15. "Remuneraciones de la mano de obra - año base 2.010"

FUNCIÓN	N° DE EMPLEADOS	REMUNERACIÓN MENSUAL UNITARIA	REMUNERACIÓN MENSUAL TOTAL	REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL
Chef	1	$350,00	$350,00	$4.200,00
Ayudante de cocina	1	$250,00	$250,00	$3.000,00
Bar tender	1	$250,00	$250,00	$3.000,00
Sonidista	1	$250,00	$250,00	$3.000,00
Recepcionista	1	$250,00	$250,00	$3.000,00
Guardia	1	$250,00	$250,00	$3.000,00
Limpieza	1	$225,00	$225,00	$2.700,00
Meseros	3	$250,00	$750,00	$9.000,00
TOTAL	**10**	**$2.075,00**	**$2.575,00**	**$30.900,00**

Elaborado por los autores

[37] (http://www.businesscol.com/productos/glosarios/contable/glossary.php?word=COSTO [consulta 17 de diciembre de 2010]); Abaco Net Group.

Cuadro 4.16. "Beneficios Sociales de la mano de obra, primera parte - año base 2.010."

FUNCIÓN	REMUNERA-CIÓN ANUAL	XIII	XIV	VACACIONES
Chef	$4.200,00	$350,00	$240,00	$175,00
Ayudante de cocina	$3.000,00	$250,00	$240,00	$125,00
Bar tender	$3.000,00	$250,00	$240,00	$125,00
Sonidista	$3.000,00	$250,00	$240,00	$125,00
Recepcionista	$3.000,00	$250,00	$240,00	$125,00
Guardia	$3.000,00	$250,00	$240,00	$125,00
Limpieza	$2.700,00	$225,00	$216,00	$112,50
Meseros	$9.000,00	$750,00	$240,00	$375,00
TOTAL	**$30.900,00**	**$2.575,00**	**$1.920,00**	**$1.287,50**

Elaborado por los autores

Cuadro 4.17. "Beneficios Sociales de la mano de obra, segunda parte y costo total de la mano de obra - año 2.010"

FUNCIÓN	APORTE PATRO-NAL IESS (11,15%)	IECE 0,5%	SECAP 0,5%	FONDO DE RESERVA	COSTO DE M.O.
Chef	$468,30	$21,00	$21,00	-	$5.475,30
Ayudante de cocina	$334,50	$15,00	$15,00	-	$3.979,50
Bar tender	$334,50	$15,00	$15,00	-	$3.979,50
Sonidista	$334,50	$15,00	$15,00	-	$3.979,50
Recepcionista	$334,50	$15,00	$15,00	-	$3.979,50
Guardia	$334,50	$15,00	$15,00	-	$3.979,50
Limpieza	$301,05	$13,50	$13,50	-	$3.581,55
Meseros	$1.003,50	$45,00	$45,00	-	$11.458,50
TOTAL	**$3.445,35**	**$154,50**	**$154,50**	**-**	**$40.412,85**

Elaborado por los autores

Nota: La remuneración de la persona encargada de la limpieza es de $250 más sus respectivos beneficios sociales. De este valor, para el proceso productivo se destinada el 90%, es decir, $225. Es por esta razón que en los cuadros de Remuneraciones y Beneficios Sociales se considera un importe de $225 y un valor inferior a $240 como decimocuarto sueldo.

Para realizar la proyección de la mano de obra, es necesario considerar que desde el año 2.012 existen los fondos de reserva para los empleados. El año base 2.010 no es más que un estándar del cual se parte para realizar las proyecciones y el primer año que trabajará el personal será en el 2.011. Hallamos los valores para el año 2.010 simplemente para poder realizar la primera proyección que sería el 2.011. No se aumentará el número de empleados debido a que el incremento anual de clientes no es representativo, además la distribución del personal está acorde a la capacidad máxima del local (110 personas); tan solo se acrecentará los importes de su paga debido a la inflación que anualmente existe.

Para el año 2.011 se tiene la siguiente proyección de los costos de mano de obra; se ha incrementado el 3,69% para cada uno:

Cuadro 4.18. "Proyección de los costos de mano de obra del año base 2.010 y del año 2.011

FUNCIÓN	COSTO DE M.O.	
	2.010	2.011
Chef	$ 5.475,30	$ 5.677,34
Ayudante de cocina	$ 3.979,50	$ 4.126,34
Bar tender	$ 3.979,50	$ 4.126,34
Sonidista	$ 3.979,50	$ 4.126,34
Recepcionista	$ 3.979,50	$ 4.126,34
Guardia	$ 3.979,50	$ 4.126,34
Limpieza	$ 3.581,55	$ 3.713,71
Meseros	$ 11.458,50	$ 11.881,32
TOTAL	**$ 40.412,85**	**$ 41.904,08**

Elaborado por los autores

A partir del año 2.012 se realizará el pago de los fondos de reserva, este valor se obtiene dividiendo a la remuneración para 12, es decir, representa el 8,33% de la misma. Proyectando[38] tan solo las remuneraciones de cada empleado hasta el año 2.012 se obtiene lo siguiente:

[38] Para el año 2.011 se utiliza la tasa de inflación promedio anual: 3,69%; y, para el año 2.012: 3,68%.

Cuadro 4.19. "Proyección de las remuneraciones de la mano de obra del año base 2.010 y de los años 2.011 y 2.012"

FUNCIÓN	REMUNERACIÓN		
	2.010	2.011	2.012
Chef	$4.200,00	$4.354,98	$4.515,24
Ayudante de cocina	$3.000,00	$3.110,70	$3.225,17
Bar tender	$3.000,00	$3.110,70	$3.225,17
Sonidista	$3.000,00	$3.110,70	$3.225,17
Recepcionista	$3.000,00	$3.110,70	$3.225,17
Guardia	$3.000,00	$3.110,70	$3.225,17
Limpieza	$2.700,00	$2.799,63	$2.902,66
Meseros	$9.000,00	$9.332,10	$9.675,52

Elaborado por los autores

De esta manera se obtiene el valor de los fondos de reserva para el año 2.012. Esto se puede observar en la siguiente tabla:

Cuadro 4.20. "Fondos de reserva de la mano de obra para el año 2.012"

FUNCIÓN	FONDOS DE RESERVA
Chef	$376,27
Ayudante de cocina	$268,76
Bar tender	$268,76
Sonidista	$268,76
Recepcionista	$268,76
Guardia	$268,76
Limpieza	$241,89
Meseros	$806,29

Elaborado por los autores

Es necesario considerar el porcentaje de incremento que representa en el año base 2.010 el costo total de mano de obra para cada función de trabajo con respecto a su remuneración. En este año no se ha considerado el valor de los fondos de reserva, entonces para obtener la proyección del costo total de mano de obra para el año 2.012 se procede a aumentar al valor de cada remuneración de dicho año el porcentaje correspondiente para cada función de trabajo; por último, a estos valores se le incrementa su valor correspondiente de los fondos de reserva. Lo explicado se puede observar en la siguiente tabla:

Cuadro 4.21. "Costo total de la mano de obra para el año 2.012"

FUNCIÓN	REMUNERACIÓN ANUAL	% Δ	$ Δ	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL DE M.O.
Chef	$4.515,24	30,3643	$1.371,02	$376,27	$6.262,53
Ayudante de cocina	$3.225,17	32,6500	$1.053,02	$268,76	$4.546,96
Bar tender	$3.225,17	32,6500	$1.053,02	$268,76	$4.546,96
Sonidista	$3.225,17	32,6500	$1.053,02	$268,76	$4.546,96
Recepcionista	$3.225,17	32,6500	$1.053,02	$268,76	$4.546,96
Guardia	$3.225,17	32,6500	$1.053,02	$268,76	$4.546,96
Limpieza	$2.902,66	32,6500	$947,72	$241,89	$4.092,26
Meseros	$9.675,52	27,3167	$2.643,03	$806,29	$13.124,84

Elaborado por los autores

Para proyectar los siguientes años (2.013, 2.014 y 2.015) se realiza el procedimiento inicial: incrementarlos anualmente según la tasa de inflación anual correspondiente.

Cuadro 4.22. "Proyección de los costos de mano de obra para los años 2.013, 2.014 y 2.015"

FUNCIÓN	COSTO TOTAL DE M.O.		
	2.013	2.014	2.015
Chef	$6.501,76	$6.750,13	$7.007,99
Ayudante de cocina	$4.720,65	$4.900,98	$5.088,20
Bar tender	$4.720,65	$4.900,98	$5.088,20
Sonidista	$4.720,65	$4.900,98	$5.088,20
Recepcionista	$4.720,65	$4.900,98	$5.088,20
Guardia	$4.720,65	$4.900,98	$5.088,20
Limpieza	$4.248,59	$4.410,88	$4.579,38
Meseros	$13.626,21	$14.146,74	$14.687,14

Elaborado por los autores

Se puede observar el costo total de mano de obra para cada uno de los años en la tabla siguiente:

Cuadro 4.23. "Proyección de los costos totales de mano de obra desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	COSTO TOTAL DE M.O.
Año base 2.010	$ 40.412,85
2.011	$ 41.904,08
2.012	$ 46.214,43

2.013	$ 47.979,82
2.014	$ 49.812,65
2.015	$ 51.715,49

Elaborado por los autores

b) Otros costos indirectos de fabricación:

En este apartado se encuentran los costos de los servicios básicos (luz, agua y teléfono); combustible; mantenimiento; uniformes; arriendo, depreciaciones; y, otros costos que por tener un importe tan pequeño en relación a los demás costos, no necesitan un detalle, tan solo se los ubica en el rubro de otros costos.

Tanto los costos cuanto los gastos son egresos. Para determinar la cuantía de estos costos es necesario asignar un porcentaje para su distribución en lo que respecta a producción y a administración:

Cuadro 4.24. "Porcentaje de distribución de algunos ítems de costos y gastos con sus respectivos valores"

ÍTEMS	IMPORTE TOTAL ANUAL	PRODUCCIÓN		ADM.	
		%	VALOR	%	VALOR
Agua	$ 600,00	90%	$ 540,00	10%	$ 60,00
Arriendo del local [39]	$ 12.000,00	90%	$ 10.800,00	10%	$ 1.200,00
Arriendo del parqueadero	$ 4.200,00	100%	$ 4.200,00	-	-
Artículos varios [40]	$ 7.441,82	100%	$ 7.441,82	-	-
Depreciaciones y amortizaciones	$ 7.974,59	92%	$ 7.336,62	8%	$ 637,97
Gas	$ 720,00	100%	$ 720,00	-	-
Luz	$ 3.000,00	90%	$ 2.700,00	10%	$ 300,00
Mantenimiento	$ 600,00	95%	$ 570,00	5%	$ 30,00
Permisos	$ 1.565,00	100%	$ 1.565,00	-	-
Teléfono	$ 960,00	80%	$ 768,00	20%	$ 192,00
Uniformes	$ 550,00	100%	$ 550,00	-	-
Otros costos	$ 600,00	90%	$ 540,00	10%	$ 60,00
TOTAL	**$ 40.211,41**	**-**	**$ 37.731,44**	**-**	**$ 2.479,97**

Elaborado por los autores

De esta manera se puede observar que el importe de los otros costos indirectos de fabricación para el año base 2.010 asciende a $ 37.731,44. Su proyección para los siguientes cinco años se basa en la tasa de inflación (3,58%).

[39] Al Sr. Benigno Polo Astudillo. Consultado el 6 de septiembre de 2.010
[40] **Anexo 20.** "Artículos varios"

Cuadro 4.25. "Proyección de otros costos indirectos de fabricación desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
Año base 2.010	$ 37.731,44
2.011	$ 39.123,73
2.012	$ 40.563,48
2.013	$ 42.113,01
2.014	$ 43.721,73
2.015	$ 45.391,90

Elaborado por los autores

El total de los costos de conversión anual se puede observar en la siguiente tabla:

Cuadro 4.26. "Proyección del costo de conversión total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	COSTO DE CONVERSIÓN TOTAL
Año base 2.010	$ 78.144,29
2.011	$ 81.027,82
2.012	$ 86.777,91
2.013	$ 90.092,83
2.014	$ 93.534,38
2.015	$ 97.107,39

Elaborado por los autores

Por lo explicado anteriormente, se puede obtener los costos de producción:

Cuadro 4.27. "Proyección del costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	COSTO DE PRODUCCIÓN
Año base 2.010	$ 201.643,77
2.011	$ 211.005,37
2.012	$ 223.558,59
2.013	$ 234.234,83
2.014	$ 245.420,87
2.015	$ 257.161,96

Elaborado por los autores

4.3.2 Gastos de administración:

Para los gastos de administración es necesario considerar primero las remuneraciones y beneficios sociales del administrador, del contador y del personal de limpieza, este último en tan solo un 10%.

Cuadro 4.28. "Remuneraciones de la parte administrativa - año base 2.010"

FUNCIÓN	N° DE EMPLEADOS	REMUNERACIÓN MENSUAL UNITARIA	REMUNERACIÓN MENSUAL TOTAL	REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL
Administrador	1	$650,00	$650,00	$7.800,00
Contador	1	$550,00	$550,00	$6.600,00
Limpieza	1	$25,00	$25,00	$300,00
TOTAL	**3**	**$1.225,00**	**$1.225,00**	**$14.700,00**

Elaborado por los autores

Cuadro 4.29. "Beneficios Sociales de la parte administrativa, primera parte - año base 2.010."

FUNCIÓN	REMUNERA-CIÓN ANUAL	XIII	XIV	VACACIONES
Administrador	$7.800,00	$650,00	$240,00	$325,00
Contador	$6.600,00	$550,00	$240,00	$275,00
Limpieza	$300,00	$25,00	$24,00	$12,50
TOTAL	**$14.700,00**	**$1.225,00**	**$504,00**	**$612,50**

Elaborado por los autores

Cuadro 4.30. "Beneficios Sociales de la parte administrativa, segunda parte y costo total de las funciones de administración - año 2.010"

FUNCIÓN	APORTE PATRO-NAL IESS (11,15%)	IECE 0,5%	SECAP 0,5%	FONDO DE RESERVA	COSTO TOTAL
Administrador	$869,70	$39,00	$39,00	-	$9.962,70
Contador	$735,90	$33,00	$33,00	-	$8.466,90
Limpieza	$33,45	$1,50	$1,50	-	$397,95
TOTAL	**$1.639,05**	**$73,50**	**$73,50**	**-**	**$18.827,55**

Elaborado por los autores

Para la proyección del costo de las funciones administrativas, se realiza el mismo procedimiento que se efectuó para la mano de obra. Por ser el año base 2.010, tan solo un referente, para la proyección del siguiente año se utilizará la tasa de inflación promedio anual correspondiente. A partir del año 2.012, como ya se explicó, existirán fondos de reserva. Para realizar la proyección de los siguientes cinco años se realiza las siguientes tablas[41]:

Cuadro 4.31. "Proyección de los costos de las funciones administrativas del año base 2.010 y del año 2.011

FUNCIÓN	COSTO DE LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	
	2.010	2.011
Administrador	$ 9.962,70	$ 10.330,32
Contador	$ 8.466,90	$ 8.779,33
Limpieza	$ 397,95	$ 412,63
TOTAL	**$ 18.827,55**	**$ 19.522,29**

Elaborado por los autores

Cuadro 4.32. "Proyección de las remuneraciones de las funciones administrativas del año base 2.010 y de los años 2.011 y 2.012"

FUNCIÓN	REMUNERACIÓN		
	2.010	2.011	2.012
Administrador	$ 7.800,00	$ 8.087,82	$ 8.385,45
Contador	$ 6.600,00	$ 6.843,54	$ 7.095,38
Limpieza	$ 300,00	$ 311,07	$ 322,52

Elaborado por los autores

[41] Este procedimiento es el mismo que se utilizó para proyectar la mano de obra. Revisar literal a) mano de obra dentro del apartado **4.3.1.2. "Costos de conversión"**

Cuadro 4.33. "Fondos de reserva de las funciones administrativas para el año 2.012"

FUNCIÓN	FONDOS DE RESERVA
Administrador	$ 698,79
Contador	$ 591,28
Limpieza	$ 26,88

Elaborado por los autores

Cuadro 4.34. "Costo total de las funciones administrativas para el año 2.012"

FUNCIÓN	REMUNERACIÓN ANUAL	% Δ	$ Δ	FONDOS DE RESERVA	COSTO TOTAL DE M.O.
Administrador	$8.385,45	27,7269	$2.325,03	$698,79	$11.409,27
Contador	$7.095,38	28,2864	$2.007,03	$591,28	$9.693,69
Limpieza	$322,52	32,6500	$105,30	$26,88	$454,70

Elaborado por los autores

Cuadro 4.35. "Proyección del costo total de las funciones administrativas desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	COSTO TOTAL DE LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS
Año base 2.010	$ 18.827,55
2.011	$ 19.522,29
2.012	$ 21.557,65
2.013	$ 22.381,16
2.014	$ 23.236,12
2.015	$ 24.123,73

Elaborado por los autores

Además del gasto de personal, existen otros ítems relacionados a los gastos administrativos, tales como: servicios básicos (luz, agua y teléfono); combustible; mantenimiento; uniformes; arriendo, depreciaciones; y, otros gastos de administración. Es necesario considerar el porcentaje[42] de distribución que se asigna

[42] Revisar Cuadro 4.24. "Porcentaje de distribución de algunos ítems de costos y gastos con sus respectivos valores"

a cada elemento de esta área, lo cual ya se explicó en el apartado de otros costos indirectos de fabricación; este valor es de $2.479,97 para al año base 2010. Para realizar su proyección de cada año, se utilizó la tasa de inflación anual de 3,58%.

Cuadro 4.36. "Proyección de otros gastos administrativos desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS
Año base 2.010	$ 2.479,97
2.011	$ 2.571,48
2.012	$ 2.666,11
2.013	$ 2.767,95
2.014	$ 2.873,69
2.015	$ 2.983,46

Elaborado por los autores

En la siguiente tabla se puede apreciar el costo total de los gastos de administración con su respectiva proyección anual:

Cuadro 4.37. "Proyección del gasto total de administración desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	GASTO TOTAL DE ADMINISTRACIÓN
Año base 2.010	$ 21.307,52
2.011	$ 22.093,76
2.012	$ 24.223,76
2.013	$ 25.149,11
2.014	$ 26.109,80
2.015	$ 27.107,20

4.3.3 Gastos de venta:

En lo que respecta a los gastos de venta tan solo contamos con publicidad. Se ha decidido destinar un valor de $3.000 anuales para este elemento, pero es necesario considerar también a la inflación; es por esta razón que para su proyección se utilizará la tasa de inflación promedio anual correspondiente.

Cuadro 4.38. "Proyección de los gastos de venta desde el año base 2.010 hasta el año 2.015"

AÑO	GASTOS DE VENTA
Año base 2.010	$ 3.000,00
2.011	$ 3.110,70
2.012	$ 3.225,17
2.013	$ 3.348,38
2.014	$ 3.476,28
2.015	$ 3.609,08

Elaborado por los autores

4.5 Inversión total inicial:

La inversión total inicial de la empresa estará dirigida a la adquisición de todos los materiales, enseres, artículos, derechos, permisos, entre otros, que se consideran necesarios para que el establecimiento pueda empezar a brindar sus servicios al cliente. La inversión total inicial estará dividida en tres grandes grupos de inversión: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

4.5.1 Inversión en activos fijos:

Dentro de los activos fijos se encuentran los equipos, materiales y enseres necesarios para que el establecimiento pueda acoger a los clientes brindando la atención y el servicio esperado por ellos, que sirvan de apoyo a la empresa para la correcta ejecución de su misión y de su visión. Es necesario recalcar que por ser el local arrendado, a las adecuaciones no se las considerará como parte de la inversión en activos fijos, sino como inversión en activos diferidos. Anualmente se renovará la vajilla, la cristalería, la lencería y demás utensilios requeridos para el correcto funcionamiento de la empresa; es por esta razón, que a los montos destinados para este fin se los considerará como gastos.

El valor de la inversión en activos fijos asciende a $ 32.839,46. En el anexo 21 se muestra el cuadro de inversión de los activos fijos del establecimiento.

4.5.2 Inversión en activos diferidos:

La inversión en estos activos es de vital importancia para la puesta en marcha del establecimiento. En el cuadro siguiente se puede observar la inversión en los activos diferidos del local:

Cuadro 4.39. "Activos diferidos"

DESCRIPCION	INVERSION
Abogado	$ 600,00
Adecuaciones [43]	$ 14.610,75
Arquitecto	$ 1.000,00
Escritura de constitución	$ 200,00
TOTAL	**$ 16.410,75**

Elaborado por los autores

4.5.3 Capital de trabajo:

Este gasto se presenta como el monto de inversión inicial en recursos necesarios que permitan la operación normal del establecimiento y termina en el momento en que el local obtiene sus primeros ingresos autogenerados por las ventas realizadas.

El método a utilizarse para el cálculo de la inversión del capital de trabajo será "Déficit Acumulado Máximo", el cual permitirá establecer el monto de dinero necesario para que la empresa pueda operar hasta tener ingresos autogenerados. Para la realización de este método es imprescindible aclarar que los datos disponibles acerca de los ingresos y los gastos utilizados para su cálculo están dados en años, es por esta razón que se ha procedido a realizar una distribución de los mismos entre los doce meses del año, considerando la estacionalidad existente en el mercado para cada uno de ellos; de esta manera se podrá tener un cálculo objetivo del monto necesitado como capital de trabajo.

[43] **Anexo 22**. "Adecuaciones"

Los meses en orden de concurrencia con su respectiva ponderación se pueden apreciar en la siguiente tabla:

Cuadro 4.40. "Orden de concurrencia y estacionalidad mensuales"

MESES	ORDEN DE CONCURRENCIA	PONDERACIÓN (%)
Mayo	1	14
Diciembre	1	14
Abril	2	12
Noviembre	2	12
Febrero	3	11
Junio	4	9
Marzo	5	7
Octubre	5	7
Septiembre	6	5
Enero	7	3
Julio	7	3
Agosto	7	3
TOTAL		**100%**

Elaborado por los autores

Donde:

1 = máxima concurrencia

7 = mínima concurrencia

Considerando la información explicada anteriormente se ha procedido a realizar el cálculo de la inversión inicial en capital de trabajo:

Cuadro 4.41. "Inversión Inicial en Capital de Trabajo. Meses enero - mayo"

MESES / RUBROS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Ingresos	$ 7.940,77	$ 29.116,16	$ 18.528,46	$ 31.763,08	$ 37.056,93
Materiales Directos	$ 3.899,33	$ 14.297,53	$ 9.098,43	$ 15.597,31	$ 18.196,86
Costo de Conversión	$ 6.752,32	$ 6.752,32	$ 6.752,32	$ 6.752,32	$ 6.752,32
Gastos de Administración	$ 1.841,15	$ 1.841,15	$ 1.841,15	$ 1.841,15	$ 1.841,15
Gastos de Venta	$ 259,23	$ 259,23	$ 259,23	$ 259,23	$ 259,23
SALDO	-$ 4.811,25	$ 5.965,94	$ 577,34	$ 7.313,08	$ 10.007,38
SALDO ACUMULADO	**-$ 4.811,25**	**$ 1.154,69**	**$ 1.732,03**	**$ 9.045,12**	**$ 19.052,49**

Elaborado por los autores

Cuadro 4.42. "Inversión Inicial en Capital de Trabajo. Meses junio - octubre"

MESES / RUBROS	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE
Ingresos	$ 23.822,31	$ 7.940,77	$ 7.940,77	$ 13.234,62	$ 18.528,46
Materiales Directos	$ 11.697,98	$ 3.899,33	$ 3.899,33	$ 6.498,88	$ 9.098,43
Costo de Conversión	$ 6.752,32	$ 6.752,32	$ 6.752,32	$ 6.752,32	$ 6.752,32
Gastos de Administración	$ 1.841,15	$ 1.841,15	$ 1.841,15	$ 1.841,15	$ 1.841,15
Gastos de Venta	$ 259,23	$ 259,23	$ 259,23	$ 259,23	$ 259,23
SALDO	$ 3.271,64	-$ 4.811,25	-$ 4.811,25	-$ 2.116,95	$ 577,34
SALDO ACUMULADO	**$ 22.324,13**	**$ 17.512,89**	**$ 12.701,64**	**$ 10.584,69**	**$ 11.162,03**

Elaborado por los autores

Cuadro 4.43. "Inversión Inicial en Capital de Trabajo. Meses noviembre y diciembre. Totales"

MESES / RUBROS	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Ingresos	$ 31.763,08	$ 37.056,93	$ 264.692,32
Materiales Directos	$ 15.597,31	$ 18.196,86	$ 129.977,55
Costo de Conversión	$ 6.752,32	$ 6.752,32	$ 81.027,82
Gastos de Administración	$ 1.841,15	$ 1.841,15	$ 22.093,76
Gastos de Venta	$ 259,23	$ 259,23	$ 3.110,70
SALDO	$ 7.313,08	$ 10.007,38	-
SALDO ACUMULADO	**$ 18.475,12**	**$ 28.482,49**	-

Elaborado por los autores

La inversión inicial de capital de trabajo se encuentra en el mes de enero, este importe es de $ 4.811,25.

4.6 Cronograma de inversiones:

"En un estudio de factibilidad basta con un cronograma; en el proyecto definitivo será necesaria la construcción de una ruta crítica" (Baca-Urbina, 2006:215). La figura que indica el cronograma de inversiones para nuestro bar se encuentra en el anexo 23.

4.7 Depreciaciones y amortizaciones:

Según Baca Urbina (2006), "los cargos de depreciación y amortización son gastos virtuales permitidos por las leyes para que el inversionista recupere la inversión inicial que ha realizado"[44], tomando en cuenta este punto de vista se ha procedido a realizar la depreciación y amortización del proyecto.

Para la depreciación de los activos fijos se ha considerado conveniente utilizar el método de depreciación lineal, mediante el cual anualmente se deprecia un monto correspondiente al porcentaje de depreciación (estipulado por la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y su correspondiente Reglamento) según la naturaleza del bien. En el anexo 24 se muestra los cuadros detallados de la depreciación de los activos fijos clasificados según su uso dentro del bar.

Para el caso de los activos diferidos, la amortización se realizará también de manera lineal -método que de igual manera se encuentra contemplado por la Ley[45] y su Reglamento[46] - y su periodo mínimo será de cinco años. En el anexo 25 se muestra el cuadro detallado de amortización de los activos diferidos de la empresa.

A continuación se muestra un cuadro de depreciación y amortización totales de los bienes tangibles e intangibles de la empresa.

Cuadro 4.44. "Depreciación y Amortización totales"

CONCEPTO	VALOR
Depreciación en activos fijos	$ 4.692,44
Amortización en activos diferidos	$ 3.282,15
TOTAL	**$ 7.974,59**

Elaborado por los autores

[44] BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos". Pág. 204
[45] Honorable Congreso Nacional, Comisión de Legislación y Codificación (2.010). "Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno"
[46] CORREA, Rafael. Presidente Constitucional de la República (2.010). "Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno".

4.8 Financiamiento:

Para establecer el monto de la inversión total que permitirá la puesta en marcha del bar se realizó la suma de todas las adquisiciones necesarias para la organización y adecuación del establecimiento, posibilitando de esta manera que el local pueda empezar a prestar sus servicios al público. A continuación se muestra un cuadro donde se consignan los valores que componen esta inversión, conjuntamente con el monto propio y el financiado:

Cuadro 4.45. "Inversión total. Inversión propia y financiada"

INVERSIÓN TOTAL	VALOR	PROPIA (44,51%)	CON FINANCIAMIENTO (55,49%)
Inversión en Activos Fijos	$ 32.839,46	$ 2.839,46	$ 30.000,00
Inversión en Activos Diferidos	$ 16.410,75	$ 16.410,75	-
Capital de Trabajo	$ 4.811,25	$ 4.811,25	-
TOTAL	**$ 54.061,46**	**$ 24.061,46**	**$ 30.000,00**

Elaborado por los autores

El monto de la inversión necesaria para que el local pueda empezar a operar se hará a través de la aportación de capital de los socios en un 44,51%; y, un préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional, por un valor que corresponderá al 55,49%; este préstamo se realizará a un plazo de 5 años con una tasa anual del 11,28%. Tomando en cuenta los aspectos mencionados, a continuación se indica las aportaciones de los socios y el financiamiento de capital:

Cuadro 4.46. "Aportaciones de los socios"

SOCIOS	APORTACIONES	
NOMBRES	%	VALOR ($)
Alexander Aguirre	50,00%	$ 12.030,73
Mónica Duque	50,00%	$ 12.030,73
TOTAL	**100,00%**	**$ 24.061,46**

Elaborado por los autores

Cuadro 4.47. " Financiamiento de capital en la Corporación Financiera Nacional"

Préstamo: $ 30.000,00
Tasa interés: 11,28%
Periodo: 5 años
Cuota: $ 8.174,36

AÑOS	SALDO INICIAL	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO FINAL
1	$ 30.000,00	-$ 4.790,36	-$ 3.384,00	-$ 8.174,36	$ 25.209,64
2	$ 25.209,64	-$ 5.330,71	-$ 2.843,65	-$ 8.174,36	$ 19.878,93
3	$ 19.878,93	-$ 5.932,02	-$ 2.242,34	-$ 8.174,36	$ 13.946,91
4	$ 13.946,91	-$ 6.601,15	-$ 1.573,21	-$ 8.174,36	$ 7.345,76
5	$ 7.345,76	-$ 7.345,76	-$ 828,60	-$ 8.174,36	$ 0,00

Elaborado por los autores

4.9 Punto de equilibrio:

El punto de equilibrio se da cuando los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y los gastos, considerando que existen costos fijos y variables. Para nuestro proyecto es ineluctable obtener este valor en dólares. Para determinar el año predilecto es necesario analizar la capacidad instalada del local; se alcanzará el tamaño óptimo del negocio a inicios del tercer año (2.013), razón por la cual este será el año en el que hallaremos el valor del punto de equilibrio. Se partirá de la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio } \$_{(2.013)} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{P * Q}}$$

Costo Fijo = Costo de Conversión + Gastos de Administración + Gastos de Ventas
Costo Fijo = $ 90.092,83 + $ 25.149,11 + $ 3.348,38 = $118.590,31

Costo Variable = Costo de los Materiales Directos = $ 144.142,00

Ingresos = $ 293.537,47

$$\text{Punto de Equilibrio } \$_{(2013)} = \frac{118.590,31}{1 - \frac{144.142,00}{293.537,47}}$$

Punto de Equilibrio $ $_{(2.013)}$ = $ 282.080,47

El punto de equilibrio calculado para el año 2.013 se ubica en $ 233.010,42.

4.10 Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento:

La T.M.A.R es la tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta. El valor otorgado para esta tasa es subjetivo. Según Baca-Urbina (2.006), generalmente los parámetros que influyen en la obtención de su valor son:

1) La permanencia o fluctuación de las situaciones macroeconómicas.
2) La estacionalidad de la venta de productos parecidos.
3) Las cualidades de la competencia.

Para hallar su importe es necesario partir de la siguiente fórmula:

T.M.A.R. = Tasa de inflación + premio al riesgo + (tasa de inflación * premio al riesgo)

Ineludiblemente se debe recalcar que este mismo autor (Baca-Urbina, 2006) indica que "la T.M.A.R. calculada debe ser válida no sólo en el momento de la evaluación, sino durante los cinco años"; además, señala también que la tasa de inflación "debe ser el promedio del índice inflacionario pronosticado para los próximos cinco años". Considerando el primer parámetro indicado anteriormente, a continuación se presenta un cuadro con el promedio de las tasas[47] de inflación a utilizar, valor que servirá para calcular la T.M.A.R.:

Cuadro 4.48. "Promedio del índice inflacionario pronosticado para los próximos cinco años"

AÑO	TASA DE INFLACIÓN ESTIMADA (%)
2.011	3,69
2.012	3,68

[47] Revisar numeral 4.1. "Proyección de ingresos"

2.013	3,82
2.014	3,82
2.015	3,82
PROMEDIO	**3,77**

Elaborado por los autores

Para la estimación de la tasa mínima aceptable de rendimiento, también se debe considerar que la constitución de capital para poner en marcha el establecimiento posee una parte financiada, es decir, hablamos de un costo de capital mixto, esto implica que se debe encontrar un valor de la tasa mínima aceptable de rendimiento esperado para la institución crediticia que financia el proyecto y otro valor para los inversionistas.

El premio al riesgo es el valor (en términos de porcentaje o de proporción) del riesgo que acarrea el inversionista si es que no alcanza las utilidades que ha pronosticado. Baca-Urbina (2.006) indica que: "En términos generales se considera que un premio al riesgo (…) debe ser entre 10 y 15%. Esto no es totalmente satisfactorio, ya que su valor debe depender del riesgo en que se incurra al hacer esa inversión, y de hecho, cada inversión es distinta".

Para determinar nuestro premio al riesgo, se tomó como principal consideración la situación del mercado para el negocio, en este sentido se considera que existen dificultades para nuestro establecimiento debido a lo que representa incursionar dentro de un mercado cuya competencia se encuentra bien definida, posee un gran reconocimiento en el medio y cuenta con clientela propia; por otro lado, también se puede observar aspectos favorables para la implementación del bar como son: poseer un alto nivel de aceptación de los potenciales clientes y contar con una gran cantidad de demanda potencial insatisfecha en el mercado.

Tomando en consideración los parámetros (2) y (3) para obtener el premio al riesgo, se debe aclarar que por no existir datos históricos en lo referente a la oferta de la competencia, no podemos considerar a este factor para la determinación del importe requerido. Para las cualidades de la competencia, es necesario observar el siguiente cuadro:

Cuadro 4.49. "Porcentaje que cubre la competencia en relación a la demanda"

AÑO	DEMANDA ACTUAL EN VECES	OFERTA ACTUAL EN VECES	%[48]
Año base 2.010	363.166	81.840	22,5351

Elaborado por los autores

La tabla mencionada nos indica que nuestra competencia cubre el 22,5351% de la demanda, lo cual muestra un amplio espacio dentro del mercado para la incursión de nuestro establecimiento.

Por las razones explicadas, podríamos considerar que nos encontramos en un riesgo intermedio. Tomando en cuenta el ejemplo de Baca-Urbina (2.006) en su "Caso Práctico: Estudio Económico" [49], indica que a un riesgo intermedio se le podría asignar un valor de premio al riesgo del 15%; consideramos nosotros que este porcentaje en términos reales y para nuestra situación debería ser del 20%.

Entonces, para obtener el valor total de la T.M.A.R. para los inversionistas, procedemos a realizar la siguiente operación:

$$T.M.A.R._{inversionistas} = 0,0377 + 0,20 + (0,0377*0,20) = 0,2452 = 24,52\%$$

Para el cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento para la institución financiera, es necesario aclarar que esta se equipara a la tasa de interés que cobra por hacer un préstamo, por lo que para nuestro caso representa un 11,28%.

Una vez obtenidas las T.M.A.R. esperadas por los inversionistas y por la institución crediticia, se realiza una ponderación entre la tasa mínima aceptable de rendimiento exigida por cada uno y su porcentaje de aportación de capital para el proyecto. A continuación se muestra un cuadro que complementa lo explicado:

[48] Porcentaje que representa la oferta en relación a la demanda.
[49] BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos". Pág. 205.

Cuadro 4.50. "T.M.A.R. del proyecto"

PARTICIPANTES	T.M.A.R EXIGIDA	APORTACIÓN DE CAPITAL	PONDERACIÓN (T.M.A.R * APORTACIÓN DE CAPITAL)
Socios	24,52%	44,51%	10,91%
C.F.N	11,28%	55,49%	6,26%
TOTAL			**17,17%**

Elaborado por los autores

La tasa mínima aceptable de rendimiento calculada para el proyecto es de 17,17%.

4.11 Conclusiones:

Por medio del estudio económico, se ha podido establecer tanto los ingresos cuanto los costos y gastos, así como sus respectivas proyecciones para los siguientes cinco años.

En total se invertirá $ 54.061,46, distribuyendo de la siguiente manera: $ 32.839,46 en activos fijos; $ 16.410,75, en activos diferidos; y, $ 4.811,25, en capital de trabajo. Los socios aportarán el 44,51%, cada uno contribuirá con la mitad; y, el 55,49% restante, se financiará por medio de la Corporación Financiera Nacional, a un plazo de 5 años con una tasa anual del 11,28%.

Se ha realizado un cronograma de inversiones para el mes de diciembre y los ocho primeros días del mes de enero debido a que se ha inferido que este es un tiempo adecuado para una correcta puesta en marcha de los activos.

Tanto los activos fijos cuanto los diferidos pierden su valor con el pasar del tiempo. Se ha podido determinar que los valores alcanzados por concepto de depreciación en los activos fijos ha sido de $ 4.692,44; y, de amortización, $ 3.282,15, en el caso de los diferidos.

El punto de equilibrio se calculó para el tercer año de vida del negocio, debido a que se estima que en este periodo, el local se encontrará plenamente establecido en el mercado; como muestra de esto es la capacidad cubierta dentro del mismo. El nivel de ventas que permitirá alcanzar el punto de equilibrio es de $ 233.010,42.

El costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento que se ha calculado para este negocio es de 17,17% aproximadamente; considerando para su cálculo, tanto el riesgo como la inflación estimada del Banco Central del Ecuador.

CAPÍTULO 5

EVALUACIÓN ECONÓMICA

CAPÍTULO 5
EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1 Introducción:

La evaluación económica, al ser una herramienta fundamental en el proceso de la toma de decisiones sobre la inversión, es de vital importancia al momento de analizar la viabilidad de la implementación del proyecto. Se encargará de examinar si el mismo cumple o no con condiciones de rentabilidad idóneas que se presenten como satisfactorias para los inversionistas; y, además, que cubran sus expectativas.

Para este capítulo se tiene los siguientes objetivos:

- Calcular el valor actual neto y la tasa interna de retorno del proyecto; analizar su conveniencia y viabilidad.
- Calcular las razones financieras más idóneas para establecer la rentabilidad de la inversión en el proyecto.
- Realizar un análisis de sensibilidad para el proyecto bajo cinco escenarios.
- Realizar un sondeo de impacto ambiental para el proyecto.

5.2 Valor actual neto y tasa interna de retorno:

Según Baca-Urbina (2.006), el valor actual neto es "el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial". La tasa de descuento requerida para poder hallar este importe es la tasa mínima aceptable de rendimiento (T.M.A.R): 17,17%. La fórmula del V.A.N. es la siguiente:

$$V.A.N. = -Inv.Inicial + \frac{F.E._1}{(1+i)^1} + \frac{F.E._2}{(1+i)^2} + \frac{F.E._3}{(1+i)^3} + \frac{F.E._4}{(1+i)^4} + \frac{F.E._5}{(1+i)^5}$$

Donde:

Inv. Inicial = inversión inicial

i = tasa de descuento = tasa mínima aceptable de rendimiento

$F.E._1$ = Flujo de efectivo en el año 2.011

$F.E._2$ = Flujo de efectivo en el año 2.012

$F.E._3$ = Flujo de efectivo en el año 2.013

$F.E._4$ = Flujo de efectivo en el año 2.014

$F.E._5$ = Flujo de efectivo en el año 2.015

La tasa interna de retorno es el valor porcentual de "i" que al ser remplazado en la fórmula del valor actual neto, permite que este sea cero.

Tanto al valor actual neto cuanto a la tasa interna de retorno, se los puede clasificar en empresarial o financiera. Al decir empresarial nos referimos al proyecto sin financiamiento; mientras que al expresar financiera, indicamos que es la obtenida con financiamiento. Para poder obtener estos valores, es necesario realizar un flujo de caja proyectado para el periodo del proyecto.

Es necesario indicar también que por ser el horizonte del proyecto de cinco años, no todos los activos estarán depreciados en su totalidad. Es improbable encontrar un valor exacto al que se venderá cada uno; algunos se venderán a un mayor importe que el de su valor en libros, en otros, en cambio, sucederá lo contrario. Es por esta razón que hemos decidido tomar el valor en libros de los enseres al término del quinto año como valor de salvamento de nuestra inversión para el cálculo de los flujos de efectivo. El cuadro que indica los valores de salvamento de los diferentes activos se encuentra en el anexo 26.

En el siguiente estado se puede apreciar el flujo de caja proyectado hasta el año 2.015; el V.A.N empresarial y financiero; y, la T.I.R. del proyecto y financiera:

Cuadro 5.1. "Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."

EMPRESA "BAR TIEMPOS AQUELLOS"						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
AL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015						
En dólares						Redondeo: a valor original
DESCRIPCIÓN	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
PARA EL PROYECTO						
Ventas		$ 264.692,32	$ 278.546,52	$ 293.537,47	$ 309.308,71	$ 325.942,56
(-) Costos de producción		$ 211.005,37	$ 223.558,59	$ 234.234,83	$ 245.420,87	$ 257.161,96
(=) Utilidad bruta		**$ 53.686,96**	**$ 54.987,93**	**$ 59.302,64**	**$ 63.887,84**	**$ 68.780,60**
(-) Gastos de administración		$ 22.093,76	$ 24.223,76	$ 25.149,11	$ 26.109,80	$ 27.107,20
(-) Gastos de ventas		$ 3.110,70	$ 3.225,17	$ 3.348,38	$ 3.476,28	$ 3.609,08
(=) Utilidad operacional		**$ 28.482,49**	**$ 27.539,00**	**$ 30.805,16**	**$ 34.301,75**	**$ 38.064,33**
(-) Gastos financieros		$ 3.384,00	$ 2.843,65	$ 2.242,34	$ 1.573,21	$ 828,60
(=) B.A.I.I		**$ 25.098,49**	**$ 24.695,35**	**$ 28.562,81**	**$ 32.728,54**	**$ 37.235,73**
(-) 15% Reparto de utilidades		$ 3.764,77	$ 3.704,30	$ 4.284,42	$ 4.909,28	$ 5.585,36
(=) B.A.I.		**$ 21.333,72**	**$ 20.991,05**	**$ 24.278,39**	**$ 27.819,26**	**$ 31.650,37**
(-) 25% Impuesto a la renta		$ 5.333,43	$ 5.247,76	$ 6.069,60	$ 6.954,82	$ 7.912,59
(=) Utilidad neta		**$ 16.000,29**	**$ 15.743,29**	**$ 18.208,79**	**$ 20.864,45**	**$ 23.737,78**
(+) Depreciaciones y amortizaciones		$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59
(+) Intereses (1-t)		$ 2.157,30	$ 1.812,83	$ 1.429,49	$ 1.002,92	$ 528,23
(=) Flujo generado de operaciones		**$ 26.132,18**	**$ 25.530,70**	**$ 27.612,88**	**$ 29.841,96**	**$ 32.240,60**
(-) Inversión en activos fijos	-$ 32.839,46					
(-) Inversión en activos diferidos	-$ 16.410,75					
(-) (+) Inversión en capital de trabajo	-$ 4.811,25					$ 4.811,25
(+) Valor de salvamento						$ 13.357,79
(=) Caja generada de operaciones	**-$ 54.061,46**	**$ 26.132,18**	**$ 25.530,70**	**$ 27.612,88**	**$ 29.841,96**	**$ 50.409,63**
V.A.N. del proyecto o empresarial	**$ 42.662,53**					
T.I.R. del proyecto o empresarial	**44,7623%**					
PARA EL INVERSIONISTA						
(-) Intereses (1-t)		-$ 2.157,30	-$ 1.812,83	-$ 1.429,49	-$ 1.002,92	-$ 528,23
(+) (-) Préstamo	$ 30.000,00	-$ 4.790,36	-$ 5.330,71	-$ 5.932,02	-$ 6.601,15	-$ 7.345,76
(=) Flujo del Inversionista	**-$ 24.061,46**	**$ 19.184,52**	**$ 18.387,16**	**$ 20.251,36**	**$ 22.237,88**	**$ 42.535,64**
V.A.N. financiero	**$ 49.353,47**					
T.I.R. financiera	**80,3937%**					

Elaborado por los autores

Por el estado expuesto podemos indicar que:

- V.A.N. empresarial = $ 42.662,53
- T.I.R. empresarial = 44,7623%
- V.A.N. financiero = $ 49.353,47
- T.I.R. financiera = 80,3937%

El simple hecho de haber obtenido un V.A.N. mayor a cero -en este caso para ambas situaciones- muestra que se obtendrá ganancias en relación a la inversión, es decir, este es un indicador para poder aseverar que sí sería conveniente aceptar el proyecto.

Generalmente la T.I.R. financiera es mayor a la empresarial, esto significa que se obtiene una mayor rentabilidad en caso de financiamiento. El hecho de que la tasa interna de retorno obtenida en el proyecto (44,76%) sea mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento (17,17%), indica también que es favorable efectuar este negocio.

5.3 Razones financieras:

Se debe tener en claro que la planeación financiera es un aspecto fundamental para que la empresa tenga éxito en su funcionamiento. Teniendo en cuenta este criterio y con base en que este trabajo es un estudio de factibilidad para la implementación de un bar, se ha creído conveniente realizar un análisis orientado más a la rentabilidad del proyecto que a otro tipo de aspectos, ya que es ésta información la que nos ayudará a establecer cuan conveniente podría ser emprender en este negocio. El análisis está basado en las siguientes razones financieras:

- **Tasa de margen de beneficios sobre ventas (T.M.B.V.):**

Este tipo de razón financiera nos muestra si las proyecciones, los datos y las cifras manejadas para el proyecto van a permitir una efectiva y eficaz administración del mismo. Su cálculo se realiza a través de la siguiente fórmula:

$$T.M.B.V. = \frac{Utilidad\ neta\ déspues\ de\ pagar\ impuestos}{Ventas\ totales\ anuales}$$

$$T.M.B.V. = \frac{16.000{,}29}{264.692{,}32}$$

$$Tasa\ de\ margen\ de\ beneficio\ sobre\ ventas_{2011} = 6{,}04\%$$

La estimación para este indicador financiero nos da un resultado de 6,04% para el año 2.011, es decir, este es el valor que se presenta como utilidad por cada venta realizada.

Para un análisis más detallado, se ha recurrido a realizar una comparación con los datos existentes para este índice dentro de nuestro país, las cifras más próximas son las brindadas por la Superintendencia de Compañías para el año 2.009, entidad que

muestra un valor para este sector de 5,99% [50] como promedio. Tomando como referencia este valor podemos decir que la tasa de margen de beneficio sobre ventas para el 2.011 de nuestra empresa se encuentra sobre el promedio del sector, además las proyecciones realizadas revelan un crecimiento moderado de este índice en casi todos los años de vida del negocio. A continuación se presenta un cuadro que exterioriza los valores proyectados para este índice hasta el año 2.015:

Cuadro 5.2 "Tasa de margen de beneficio sobre ventas. Años 2.011-2.015"

AÑOS	TASA DE MARGEN DE BENEFICIO SOBRE VENTAS
2.011	6,04%
2.012	5,65%
2.013	6,20%
2.014	6,75%
2.015	7,28%

Elaborado por los autores

- **Razón de deuda total a activo total:**

Este índice mide el grado de deuda con el que la empresa se ha financiado. Se encarga de estimar cuál es el porcentaje total de fondos que han sido prestados por instituciones crediticias a la empresa.

$$Razón\ de\ deuda\ total\ a\ activo\ total = \frac{Deuda\ Total}{Activo\ total}$$

$$Razón\ de\ deuda\ total\ a\ activo\ total = \frac{30.000}{54.061{,}46}$$

$$Razón\ de\ deuda\ total\ a\ activo\ total = 55{,}49\%$$

En base a este cálculo se puede aseverar que el activo total del negocio está financiado en un 55,49% con recursos externos.

[50](http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Estadisticas/Indicadores/INDICADORES%202009.xls [consulta 5 de enero de 2.011]); Superintendencia de Compañías del Ecuador.

- **Retorno de la inversión (R.O.I.):**

Es un indicador que mide la rentabilidad de la inversión. Para una empresa en plena operatividad, esta tasa muestra la eficiencia del establecimiento al utilizar la inversión que posee para la generación de utilidades. En nuestro caso, es decir, en la evaluación de un proyecto, este índice mostrará la conveniencia o no de invertir en el mismo.

$$R.O.I. = \frac{Valor\ Actual\ Neto}{Inversión\ total} * 100\%$$

$$R.O.I. = \frac{42.662}{54.061{,}46} * 100\%$$

$$\mathrm{R.O.I} = 78{,}91\%$$

Después de los cálculos realizados se puede apreciar que la rentabilidad es de 78,91%, para nuestra inversión, lo que representa un retorno alto.

5.4 Análisis de sensibilidad:

"Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible es) la T.I.R. ante cambios en determinadas variables del proyecto" [51].

Para realizar el análisis de sensibilidad se consideró la variación en el nivel de las ventas en lo que respecta a su cantidad. En todos los escenarios se aplicará incrementos y decrementos porcentuales según corresponda.

[51] BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos". Pág. 235.

5.4.1 Variación en el nivel de las ventas en lo que respecta a su cantidad:

Como se explicó anteriormente, el nivel de aceptación de la población variará entre el 74,93% y el 83,07%; es por esta razón que es conveniente utilizar estos valores como un indicio para el análisis de sensibilidad; este es el referente al que nosotros consideramos como cantidad.

5.4.1.1 Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior:

Para este escenario, se considerará el límite superior de los intervalos de confianza de la población en lo que respecta al nivel de aceptación de los potenciales consumidores, este valor es de 83,07%, lo cual nos conllevaría a obtener una nueva demanda:

Cuadro 5.3. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"

AÑO	UNIDAD MUESTRAL DEL PROYECTO (30 A 64 AÑOS DE EDAD)	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) PERSONAS	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES
Año base 2.010	114.926	95.469	381.876
2.011	116.650	96.901	387.605
2.012	118.400	98.355	393.420
2.013	120.176	99.830	399.321
2.014	121.978	101.327	405.308
2.015	123.808	102.847	411.389

Elaborado por los autores

Esta nueva demanda también acarrea una nueva demanda potencial insatisfecha y una nueva demanda del proyecto:

Cuadro 5.4. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"

AÑO	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES	OFERTA ACTUAL EN VECES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN VECES	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES 5%
Año base 2.010	381.876	81.840	300.036	15.002
2.011	387.605	83.068	304.537	15.227
2.012	393.420	84.314	309.106	15.455
2.013	399.321	85.578	313.742	15.687
2.014	405.308	86.862	318.447	15.922
2.015	411.389	88.165	323.224	16.161

Elaborado por los autores

Una vez obtenida la nueva demanda del proyecto, es posible conseguir los nuevos valores de los ingresos y los costos de los materiales directos:

Cuadro 5.5. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	VALOR[52] UNITARIO (P)	INGRESOS (P) * (Q)
Año base 2.010	15.002	17,88	$ 268.235,76
2.011	15.227	18,54	$ 282.305,11
2.012	15.455	19,22	$ 297.076,56
2.013	15.687	19,96	$ 313.054,75
2.014	15.922	20,72	$ 329.882,32
2.015	16.161	21,51	$ 347.624,74

Elaborado por los autores

[52] Valor que cada cliente potencial está dispuesto a gastar cada vez que asiste a un bar.

Cuadro 5.6. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	COSTO[53] PROMEDIO UNITARIO (C)	COSTOS DE LOS MATERIALES DIRECTOS (C) * (Q)
15.002	15.002	8,78	$ 131.717,56
15.227	15.227	9,10	$ 138.626,33
15.455	15.455	9,44	$ 145.879,88
15.687	15.687	9,80	$ 153.725,99
15.922	15.922	10,17	$ 161.989,20
16.161	16.161	10,56	$ 170.701,64

Elaborado por los autores

Los valores de los costos de conversión y los gastos, no varían debido a que son costos fijos, es decir, su importe no depende del volumen de producción. En el siguiente cuadro se expone la nueva cuantía de los costos de fabricación y en el estado posterior se puede apreciar los montos de los nuevos flujos de efectivo, así como también los nuevos valores del V.A.N y de la T.I.R:

Cuadro 5.7. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior"

AÑO	COSTO DE PRODUCCIÓN
Año base 2.010	$ 209.861,85
2.011	$ 219.654,15
2.012	$ 232.657,79
2.013	$ 243.818,82
2.014	$ 255.523,57
2.015	$ 267.809,02

Elaborado por los autores

[53] Precio promedio de compra.

Cuadro 5.8. "Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."

EMPRESA "BAR TIEMPOS AQUELLOS"						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
AL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015						
En dólares						Redondeo: a valor original
DESCRIPCIÓN	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
PARA EL PROYECTO						
Ventas		$ 282.305,11	$ 297.076,56	$ 313.054,75	$ 329.882,32	$ 347.624,74
(-) Costos de producción		$ 219.654,15	$ 232.657,79	$ 243.818,82	$ 255.523,57	$ 267.809,02
(=) Utilidad bruta		**$ 62.650,96**	**$ 64.418,77**	**$ 69.235,93**	**$ 74.358,75**	**$ 79.815,72**
(-) Gastos de administración		$ 22.093,76	$ 24.223,76	$ 25.149,11	$ 26.109,80	$ 27.107,20
(-) Gastos de ventas		$ 3.110,70	$ 3.225,17	$ 3.348,38	$ 3.476,28	$ 3.609,08
(=) Utilidad operacional		**$ 37.446,49**	**$ 36.969,84**	**$ 40.738,45**	**$ 44.772,67**	**$ 49.099,44**
(-) Gastos financieros		$ 3.384,00	$ 2.843,65	$ 2.242,34	$ 1.573,21	$ 828,60
(=) B.A.I.I		**$ 34.062,49**	**$ 34.126,19**	**$ 38.496,10**	**$ 43.199,45**	**$ 48.270,84**
(-) 15% Reparto de utilidades		$ 5.109,37	$ 5.118,93	$ 5.774,42	$ 6.479,92	$ 7.240,63
(=) B.A.I.		**$ 28.953,12**	**$ 29.007,26**	**$ 32.721,69**	**$ 36.719,54**	**$ 41.030,21**
(-) 25% Impuesto a la renta		$ 7.238,28	$ 7.251,81	$ 8.180,42	$ 9.179,88	$ 10.257,55
(=) Utilidad neta		**$ 21.714,84**	**$ 21.755,44**	**$ 24.541,27**	**$ 27.539,65**	**$ 30.772,66**
(+) Depreciaciones y amortizaciones		$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59
(+) Intereses (1-t)		$ 2.157,30	$ 1.812,83	$ 1.429,49	$ 1.002,92	$ 528,23
(=) Flujo generado de operaciones		**$ 31.846,73**	**$ 31.542,86**	**$ 33.945,35**	**$ 36.517,16**	**$ 39.275,48**
(-) Inversión en activos fijos	-$ 32.839,46					
(-) Inversión en activos diferidos	-$ 16.410,75					
(-) (+) Inversión en capital de trabajo	-$ 4.811,25					$ 4.811,25
(+) Valor de salvamento						$ 13.357,79
(=) Caja generada de operaciones	**-$ 54.061,46**	**$ 31.846,73**	**$ 31.542,86**	**$ 33.945,35**	**$ 36.517,16**	**$ 57.444,52**
V.A.N. del proyecto o empresarial	**$ 62.582,60**					
T.I.R. del proyecto o empresarial	**56,7819%**					
PARA EL INVERSIONISTA						
(-) Intereses (1-t)		-$ 2.157,30	-$ 1.812,83	-$ 1.429,49	-$ 1.002,92	-$ 528,23
(+) (-) Préstamo	$ 30.000,00	-$ 4.790,36	-$ 5.330,71	-$ 5.932,02	-$ 6.601,15	-$ 7.345,76
(=) Flujo del Inversionista	**-$ 24.061,46**	**$ 24.899,07**	**$ 24.399,32**	**$ 26.583,84**	**$ 28.913,09**	**$ 49.570,53**
V.A.N. financiero	**$ 69.273,54**					
T.I.R. financiera	**104,9220%**					

Elaborado por los autores

5.4.1.2 Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior:

Para este escenario se considerará el mismo criterio del numeral anterior (escenario de los intervalos de confianza de la población, límite superior) tomando como referencia un valor de aceptación del 74,93%. Esto trae como consecuencia conseguir una nueva demanda:

Cuadro 5.9. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"

AÑO	UNIDAD MUESTRAL DEL PROYECTO (30 A 64 AÑOS DE EDAD)	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) PERSONAS	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES
Año base 2.010	114.926	86.114	344.456
2.011	116.650	87.406	349.623
2.012	118.400	88.717	354.868
2.013	120.176	90.048	360.192
2.014	121.978	91.398	365.592
2.015	123.808	92.769	371.077

Elaborado por los autores

El procedimiento a realizarse en esta circunstancia es igual al del escenario anterior. Los cuadros necesarios para hallar los valores de los nuevos ingresos y costos de los materiales directos se pueden apreciar en el anexo 27. Por consiguiente, los nuevos flujos de efectivos y los valores del V.A.N. y de la T.I.R. se indican a continuación:

Cuadro 5.10. "Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."

EMPRESA "BAR TIEMPOS AQUELLOS"
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
AL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015
En dólares **Redondeo: a valor original**

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PARA EL PROYECTO						
Ventas		$ 247.098,08	$ 260.035,70	$ 274.020,19	$ 288.755,81	$ 304.281,89
(-) Costos de producción		$ 202.365,69	$ 214.468,82	$ 224.650,84	$ 235.328,33	$ 246.525,45
(=) Utilidad bruta		**$ 44.732,39**	**$ 45.566,88**	**$ 49.369,35**	**$ 53.427,47**	**$ 57.756,44**
(-) Gastos de administración		$ 22.093,76	$ 24.223,76	$ 25.149,11	$ 26.109,80	$ 27.107,20
(-) Gastos de ventas		$ 3.110,70	$ 3.225,17	$ 3.348,38	$ 3.476,28	$ 3.609,08
(=) Utilidad operacional		**$ 19.527,93**	**$ 18.117,94**	**$ 20.871,87**	**$ 23.841,38**	**$ 27.040,16**
(-) Gastos financieros		$ 3.384,00	$ 2.843,65	$ 2.242,34	$ 1.573,21	$ 828,60
(=) B.A.I.I		**$ 16.143,93**	**$ 15.274,29**	**$ 18.629,52**	**$ 22.268,17**	**$ 26.211,56**
(-) 15% Reparto de utilidades		$ 2.421,59	$ 2.291,14	$ 2.794,43	$ 3.340,23	$ 3.931,73
(=) B.A.I.		**$ 13.722,34**	**$ 12.983,15**	**$ 15.835,09**	**$ 18.927,95**	**$ 22.279,82**
(-) 25% Impuesto a la renta		$ 3.430,58	$ 3.245,79	$ 3.958,77	$ 4.731,99	$ 5.569,96
(=) Utilidad neta		**$ 10.291,75**	**$ 9.737,36**	**$ 11.876,32**	**$ 14.195,96**	**$ 16.709,87**
(+) Depreciaciones y amortizaciones		$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59
(+) Intereses (1-t)		$ 2.157,30	$ 1.812,83	$ 1.429,49	$ 1.002,92	$ 528,23
(=) Flujo generado de operaciones		**$ 20.423,64**	**$ 19.524,78**	**$ 21.280,40**	**$ 23.173,47**	**$ 25.212,69**
(-) Inversión en activos fijos	-$ 32.839,46					
(-) Inversión en activos diferidos	-$ 16.410,75					
(-) (+) Inversión en capital de trabajo	-$ 4.811,25					$ 4.811,25
(+) Valor de salvamento						$ 13.357,79
(=) Caja generada de operaciones	**-$ 54.061,46**	**$ 20.423,64**	**$ 19.524,78**	**$ 21.280,40**	**$ 23.173,47**	**$ 43.381,73**

V.A.N. del proyecto o empresarial	**$ 22.758,86**					
T.I.R. del proyecto o empresarial	**32,2890%**					
PARA EL INVERSIONISTA						
(-) Intereses (1-t)		-$ 2.157,30	-$ 1.812,83	-$ 1.429,49	-$ 1.002,92	-$ 528,23
(+) (-) Préstamo	$ 30.000,00	-$ 4.790,36	-$ 5.330,71	-$ 5.932,02	-$ 6.601,15	-$ 7.345,76
(=) Flujo del Inversionista	**-$ 24.061,46**	**$ 13.475,98**	**$ 12.381,24**	**$ 13.918,89**	**$ 15.569,40**	**$ 35.507,73**
V.A.N. financiero	**$ 29.449,80**					
T.I.R. financiera	**55,4878%**					

Elaborado por los autores

5.4.1.3 Indicio de escenarios desfavorables:

Por existir una gran sensibilidad en los importes de la T.I.R. mostrados en los cálculos con los límites máximo y mínimo de los niveles de confianza, se ha considerado conveniente hallar el valor aproximado de aceptación hacia nuestro bar por parte de los potenciales consumidores que produce que el V.A.N. se haga cero y la T.I.R. sea igual a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, este importe sería del 70,28%. Hasta esta cifra se podría aceptar realizar la implementación del negocio; cuantías inferiores a esta, descartan inmediatamente la puesta en marcha de este proyecto. Los cuadros para realizar los procedimientos necesarios que permiten obtener los valores del V.A.N. y de la T.I.R. se observan en el anexo 28. El flujo de caja hasta el año 2.015, el V.A.N. y la T.I.R., se indica a continuación:

Cuadro 5.11. "Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."

EMPRESA "BAR TIEMPOS AQUELLOS" **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD** **FLUJO DE CAJA PROYECTADO** **AL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015** **En dólares**						**Redondeo: a valor original**
DESCRIPCIÓN	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
PARA EL PROYECTO						
Ventas		$ 226.983,59	$ 238.867,31	$ 251.711,92	$ 265.245,36	$ 279.509,40
(-) Costos de producción		$ 192.488,44	$ 204.074,05	$ 213.696,33	$ 223.783,50	$ 234.360,89
(=) Utilidad bruta		**$ 34.495,15**	**$ 34.793,26**	**$ 38.015,59**	**$ 41.461,87**	**$ 45.148,51**
(-) Gastos de administración		$ 22.093,76	$ 24.223,76	$ 25.149,11	$ 26.109,80	$ 27.107,20
(-) Gastos de ventas		$ 3.110,70	$ 3.225,17	$ 3.348,38	$ 3.476,28	$ 3.609,08
(=) Utilidad operacional		**$ 9.290,69**	**$ 7.344,32**	**$ 9.518,10**	**$ 11.875,78**	**$ 14.432,24**
(-) Gastos financieros		$ 3.384,00	$ 2.843,65	$ 2.242,34	$ 1.573,21	$ 828,60
(=) B.A.I.I		**$ 5.906,69**	**$ 4.500,67**	**$ 7.275,76**	**$ 10.302,57**	**$ 13.603,64**
(-) 15% Reparto de utilidades		$ 886,00	$ 675,10	$ 1.091,36	$ 1.545,38	$ 2.040,55
(=) B.A.I.		**$ 5.020,68**	**$ 3.825,57**	**$ 6.184,40**	**$ 8.757,18**	**$ 11.563,09**
(-) 25% Impuesto a la renta		$ 1.255,17	$ 956,39	$ 1.546,10	$ 2.189,30	$ 2.890,77
(=) Utilidad neta		**$ 3.765,51**	**$ 2.869,18**	**$ 4.638,30**	**$ 6.567,89**	**$ 8.672,32**
(+) Depreciaciones y amortizaciones		$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59
(+) Intereses (1-t)		$ 2.157,30	$ 1.812,83	$ 1.429,49	$ 1.002,92	$ 528,23
(=) Flujo generado de operaciones		**$ 13.897,40**	**$ 12.656,59**	**$ 14.042,38**	**$ 15.545,40**	**$ 17.175,14**

(-) Inversión en activos fijos	-$ 32.839,46					
(-) Inversión en activos diferidos	-$ 16.410,75					
(-) (+) Inversión en capital de trabajo	-$ 4.811,25					$ 4.811,25
(+) Valor de salvamento						$ 13.357,79
(=) Caja generada de operaciones	**-$ 54.061,46**	**$ 13.897,40**	**$ 12.656,59**	**$ 14.042,38**	**$ 15.545,40**	**$ 35.344,18**
V.A.N. del proyecto o empresarial	**$ 0,00**					
T.I.R. del proyecto o empresarial	**17,1700%**					
PARA EL INVERSIONISTA						
(-) Intereses (1-t)		-$ 2.157,30	-$ 1.812,83	-$ 1.429,49	-$ 1.002,92	-$ 528,23
(+) (-) Préstamo	$ 30.000,00	-$ 4.790,36	-$ 5.330,71	-$ 5.932,02	-$ 6.601,15	-$ 7.345,76
(=) Flujo del Inversionista	**-$ 24.061,46**	**$ 6.949,74**	**$ 5.513,05**	**$ 6.680,87**	**$ 7.941,33**	**$ 27.470,18**
V.A.N. financiero	**$ 6.690,94**					
T.I.R. financiera	**26,1083%**					

Elaborado por los autores

5.4.1.4 Escenario muy optimista:

Para este escenario se consideró aumentar un 10% en la aceptación de los potenciales consumidores mediante publicidad adecuada y comunicación de nuestras promociones; se tratará que las personas se interesen por conocer y asistir a nuestro bar. Los procedimientos requeridos se pueden observar en el anexo 29. A continuación se indica los valores del V.A.N. y de la T.I.R. tanto empresariales cuanto financieros:

Cuadro 5.12. "Análisis de Sensibilidad. Escenario muy Optimista. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."

EMPRESA "BAR TIEMPOS AQUELLOS"
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
AL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015
En dólares **Redondeo: a valor original**

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PARA EL PROYECTO						
Ventas		$ 307.945,61	$ 324.083,52	$ 341.492,50	$ 359.862,21	$ 379.223,08
(-) Costos de producción		$ 232.244,96	$ 245.919,60	$ 257.783,22	$ 270.245,24	$ 283.325,43
(=) Utilidad bruta		**$ 75.700,66**	**$ 78.163,92**	**$ 83.709,28**	**$ 89.616,97**	**$ 95.897,65**
(-) Gastos de administración		$ 22.093,76	$ 24.223,76	$ 25.149,11	$ 26.109,80	$ 27.107,20
(-) Gastos de ventas		$ 3.110,70	$ 3.225,17	$ 3.348,38	$ 3.476,28	$ 3.609,08
(=) Utilidad operacional		**$ 50.496,19**	**$ 50.714,99**	**$ 55.211,80**	**$ 60.030,88**	**$ 65.181,37**
(-) Gastos financieros		$ 3.384,00	$ 2.843,65	$ 2.242,34	$ 1.573,21	$ 828,60
(=) B.A.I.I		**$ 47.112,19**	**$ 47.871,34**	**$ 52.969,46**	**$ 58.457,67**	**$ 64.352,77**
(-) 15% Reparto de utilidades		$ 7.066,83	$ 7.180,70	$ 7.945,42	$ 8.768,65	$ 9.652,92
(=) B.A.I.		**$ 40.045,36**	**$ 40.690,64**	**$ 45.024,04**	**$ 49.689,02**	**$ 54.699,85**
(-) 25% Impuesto a la renta		$ 10.011,34	$ 10.172,66	$ 11.256,01	$ 12.422,26	$ 13.674,96
(=) Utilidad neta		**$ 30.034,02**	**$ 30.517,98**	**$ 33.768,03**	**$ 37.266,77**	**$ 41.024,89**
(+) Depreciaciones y amortizaciones		$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59
(+) Intereses (1-t)		$ 2.157,30	$ 1.812,83	$ 1.429,49	$ 1.002,92	$ 528,23
(=) Flujo generado de operaciones		**$ 40.165,91**	**$ 40.305,39**	**$ 43.172,11**	**$ 46.244,28**	**$ 49.527,71**
(-) Inversión en activos fijos	-$ 32.839,46					
(-) Inversión en activos diferidos	-$ 16.410,75					
(-) (+) Inversión en capital de trabajo	-$ 4.811,25					$ 4.811,25
(+) Valor de salvamento						$ 13.357,79
(=) Caja generada de operaciones	**-$ 54.061,46**	**$ 40.165,91**	**$ 40.305,39**	**$ 43.172,11**	**$ 46.244,28**	**$ 67.696,75**
V.A.N. del proyecto o empresarial	**$ 91.604,32**					
T.I.R. del proyecto o empresarial	**73,7296%**					

PARA EL INVERSIONISTA						
(-) Intereses (1-t)		-$ 2.157,30	-$ 1.812,83	-$ 1.429,49	-$ 1.002,92	-$ 528,23
(+) (-) Préstamo	$ 30.000,00	-$ 4.790,36	-$ 5.330,71	-$ 5.932,02	-$ 6.601,15	-$ 7.345,76
(=) Flujo del Inversionista	**-$ 24.061,46**	**$ 33.218,25**	**$ 33.161,85**	**$ 35.810,60**	**$ 38.640,21**	**$ 59.822,76**
V.A.N. financiero	**$ 98.295,25**					
T.I.R. financiera	**140,2498%**					

Elaborado por los autores

5.4.1.5 Escenario muy pesimista:

Como un escenario muy pesimista sería que la publicidad y las promociones en lugar de atraer o conservar a los clientes, sean la causa de disminución de los mismos. Sería conveniente trabajar con los mismos valores absolutos porcentuales para el aumento o disminución de ingresos, es por esta razón que el porcentaje de decremento de la cantidad sería igual al que se utilizó en el apartado anterior: 10%. Los cálculos necesarios se encuentran en el anexo 30. Los valores correspondientes al V.A.N. y a la T.I.R. se aprecian en el siguiente flujo de caja:

Cuadro 5.13. "Análisis de Sensibilidad. Escenario muy Pesimista. Flujo de caja proyectado hasta el año 2.015, V.A.N. y T.I.R."

EMPRESA "BAR TIEMPOS AQUELLOS"
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
AL EJERCICIO TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015
En dólares **Redondeo: a valor original**

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PARA EL PROYECTO						
Ventas		$ 221.439,04	$ 233.047,96	$ 245.562,49	$ 258.775,92	$ 272.683,55
(-) Costos de producción		$ 189.765,78	$ 201.216,45	$ 210.676,65	$ 220.606,67	$ 231.009,04
(=) Utilidad bruta		**$ 31.673,26**	**$ 31.831,51**	**$ 34.885,84**	**$ 38.169,25**	**$ 41.674,51**
(-) Gastos de administración		$ 22.093,76	$ 24.223,76	$ 25.149,11	$ 26.109,80	$ 27.107,20
(-) Gastos de ventas		$ 3.110,70	$ 3.225,17	$ 3.348,38	$ 3.476,28	$ 3.609,08
(=) Utilidad operacional		**$ 6.468,80**	**$ 4.382,57**	**$ 6.388,36**	**$ 8.583,17**	**$ 10.958,23**
(-) Gastos financieros		$ 3.384,00	$ 2.843,65	$ 2.242,34	$ 1.573,21	$ 828,60
(=) B.A.I.I		**$ 3.084,80**	**$ 1.538,92**	**$ 4.146,01**	**$ 7.009,95**	**$ 10.129,63**
(-) 15% Reparto de utilidades		$ 462,72	$ 230,84	$ 621,90	$ 1.051,49	$ 1.519,44
(=) B.A.I.		**$ 2.622,08**	**$ 1.308,09**	**$ 3.524,11**	**$ 5.958,46**	**$ 8.610,19**
(-) 25% Impuesto a la renta		$ 655,52	$ 327,02	$ 881,03	$ 1.489,62	$ 2.152,55
(=) Utilidad neta		**$ 1.966,56**	**$ 981,06**	**$ 2.643,08**	**$ 4.468,85**	**$ 6.457,64**
(+) Depreciaciones y amortizaciones		$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59	$ 7.974,59
(+) Intereses (1-t)		$ 2.157,30	$ 1.812,83	$ 1.429,49	$ 1.002,92	$ 528,23
(=) Flujo generado de operaciones		**$ 12.098,45**	**$ 10.768,48**	**$ 12.047,17**	**$ 13.446,36**	**$ 14.960,46**
(-) Inversión en activos fijos	-$ 32.839,46					
(-) Inversión en activos diferidos	-$ 16.410,75					
(-) (+) Inversión en capital de trabajo	-$ 4.811,25					$ 4.811,25
(+) Valor de salvamento						$ 13.357,79
(=) Caja generada de operaciones	**-$ 54.061,46**	**$ 12.098,45**	**$ 10.768,48**	**$ 12.047,17**	**$ 13.446,36**	**$ 33.129,50**
V.A.N. del proyecto o empresarial	**-$ 6.267,47**					
T.I.R. del proyecto o empresarial	**12,7796%**					
PARA EL INVERSIONISTA						
(-) Intereses (1-t)		-$ 2.157,30	-$ 1.812,83	-$ 1.429,49	-$ 1.002,92	-$ 528,23
(+) (-) Préstamo	$ 30.000,00	-$ 4.790,36	-$ 5.330,71	-$ 5.932,02	-$ 6.601,15	-$ 7.345,76
(=) Flujo del Inversionista	**-$ 24.061,46**	**$ 5.150,79**	**$ 3.624,94**	**$ 4.685,65**	**$ 5.842,28**	**$ 25.255,51**
V.A.N. financiero	**$ 423,47**					
T.I.R. financiera	**17,7412%**					

Elaborado por los autores

5.4.1.6 Análisis de los escenarios con variaciones en el nivel de aceptación:

De los cinco escenarios anteriores, se ha obtenido lo siguiente:

Cuadro 5.14. "Comparaciones de los cinco escenarios de la variación en el nivel de las ventas en lo que respecta a su cantidad y del escenario actual"

INTERVALOS DE CONFIANZA DE LA POBLACIÓN, LÍMITE SUPERIOR			
ACEPTACIÓN DEL 83,07%			
Δ 4,07% EN LA ACEPTACIÓN			
EMPRESARIALES		FINANCIEROS	
V.A.N.	T.I.R.	V.A.N.	T.I.R.
$ 62.582,60	56,7819%	$ 69.273,54	104,9220%

INTERVALOS DE CONFIANZA DE LA POBLACIÓN, LÍMITE INFERIOR			
ACEPTACIÓN DEL 74,93%			
∇ 4,07% EN LA ACEPTACIÓN			
EMPRESARIALES		FINANCIEROS	
V.A.N.	T.I.R.	V.A.N.	T.I.R.
$ 22.758,86	32,2890%	$ 29.449,80	55,4878%

INDICIO DE ESCENARIOS DESFAVORABLES			
ACEPTACIÓN DEL 70,28			
∇ 8,72% EN LA ACEPTACIÓN			
EMPRESARIALES		FINANCIEROS	
V.A.N.	T.I.R.	V.A.N.	T.I.R.
$ 0,00	17,1700%	$ 6.690,94	26,1083%

ESCENARIO MUY OPTIMISTA			
ACEPTACIÓN DEL 89%			
Δ 10% EN LA ACEPTACIÓN			
EMPRESARIALES		FINANCIEROS	
V.A.N.	T.I.R.	V.A.N.	T.I.R.
$ 91.604,32	73,7296%	$ 98.295,25	140,2498%

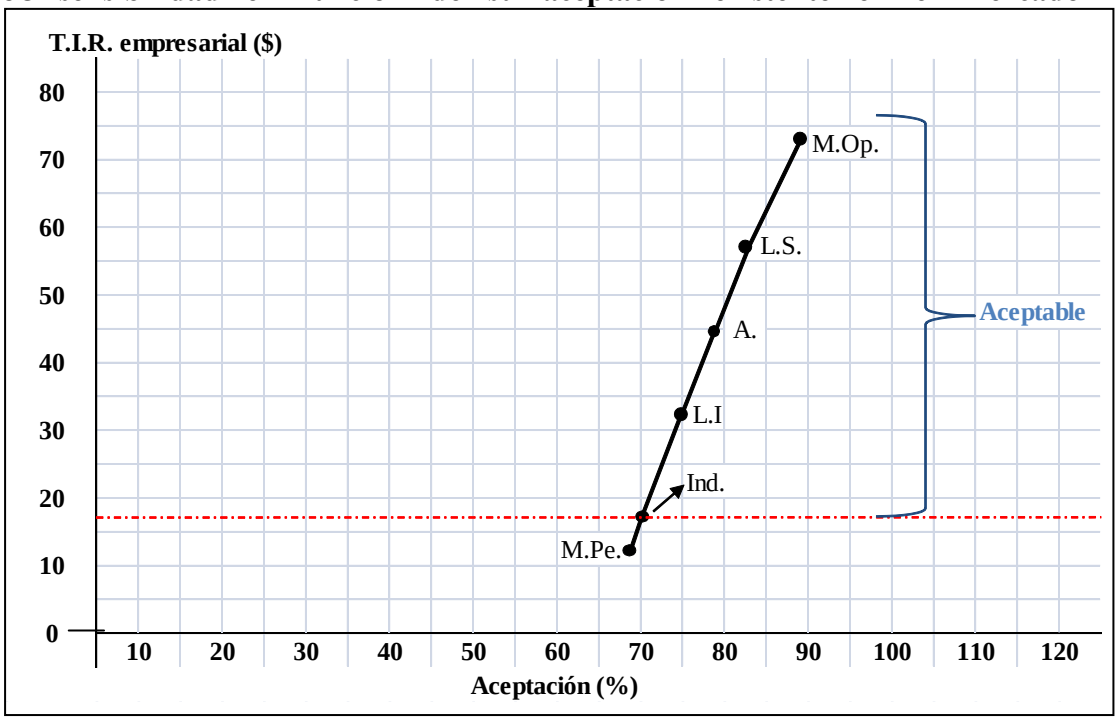
ESCENARIO MUY PESIMISTA			
ACEPTACIÓN DEL 69%			
∇ 10% EN LA ACEPTACIÓN			
EMPRESARIALES		FINANCIEROS	
V.A.N.	T.I.R.	V.A.N.	T.I.R.
-$ 6.267,47	12,7796%	$ 423,47	17,7412

ESCENARIO ACTUAL			
79% EN LA ACEPTACIÓN			
EMPRESARIALES		FINANCIEROS	
V.A.N.	T.I.R.	V.A.N.	T.I.R.
$ 42.662,53	44,7623%	$ 49.353,47	80,3937%

Elaborado por los autores

Realizando una comparación de los valores empresariales y financieros, tanto del V.A.N. cuanto de la T.I.R., se puede observar la variación existente por escenario. La sensibilidad encontrada por el mercado influye significativamente en los resultados del proyecto. Un nivel de aceptación del mercado inferior al 70,28%, hará que no sea aceptable implementar el mismo. Si consideramos el nivel de aceptación de la población mediante los intervalos de confianza (74,93% - 83,07%), podemos observar que en estos siempre existirá un V.A.N. positivo. A continuación se indicará una gráfica que se basará en los valores de la T.I.R. empresarial y su correspondiente aceptación:

Gráfico 5.1. "Tasas internas de retorno empresariales obtenidas en los análisis de sensibilidad en función de su aceptación existente en el mercado"



Elaborado por los autores

Cuadro 5.15. "Datos informativos del gráfico 5.1."

ESCENARIOS	ABREV.	T.I.R. EMPRE-SARIAL (%)	ACEPTACIÓN (%)
Muy pesimista	M.Pe.	12,7796	69
Indicio de escenarios desfavorables	Ind.	17,1700	70,28
Límite inferior	L.I.	32,2890	74,93
Actual	A	44,7623	79
Límite superior	L.S.	56,7819	83,07
Muy optimista	M.Op.	73,7296	89

Elaborado por los autores

Mediante la gráfica podemos observar que una pequeña variación en la aceptación de los potenciales consumidores, producirá un gran cambio en los resultados del proyecto. A pesar de esta gran sensibilidad, el rango de aceptación por parte de los potenciales consumidores (74,93% - 83,07%) generará una tasa interna de retorno superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento (17,17%).

5.5 Impacto ambiental:

En un mundo moderno, donde el tema del cuidado medio ambiental ha adquirido un plano relevante, orientado cada vez más hacia una visión de sociedad íntegra, comprometida con un desarrollo de calidad tanto económico cuanto humano, nuestra empresa se ve en el deber ético y moral de emprender en un camino que respete el medio donde se desenvuelve y cuide del mismo.

Tomando en cuenta este compromiso, la empresa empezará por especificar como base para su análisis medioambiental que se situará en la ciudad de Cuenca, la cual, dado sus condiciones ambientales y climatológicas, se ha convertido en un importante centro comercial y turístico de nuestro país; y, por su calidad de Patrimonio Cultural de la Humanidad, posee requerimientos, exigencias y obligaciones de mayor envergadura que las de otras ciudades de nuestro territorio.

Se debe tener muy presente que las operaciones de nuestro establecimiento no afectarán de manera directa al medio ambiente de la ciudad, debido a que los productos y servicios expendidos por nosotros, están dirigidos exclusivamente al consumo humano y, en ningún caso, van en deterioro de la naturaleza. Además, nuestro bar no se encuentra a lado o al frente de ninguna iglesia.

Estamos conscientes que es deber de todos y cada uno de los miembros de una sociedad ayudar al cuidado de la misma y a su vegetación, es por este motivo que dentro del bar "Tiempos Aquellos" se manejará una política medio ambiental orientada a reducir los escombros que se puedan producir durante el funcionamiento del local. Dentro de estas políticas podemos citar las siguientes:

- **Reciclaje:** Un programa de reciclaje que estará orientado en su mayoría a la recolección de envases de vidrio, materiales de papel y demás diferentes elementos que se pudieran reciclar; esto como parte de una iniciativa de reutilización de materiales en pro de cuidar la naturaleza, los mismos que serán entregados a los organismos pertinentes dentro de los gobiernos municipales para que destinen su uso de la manera como consideren más conveniente.

- **Ahorro de energía:** El bar poseerá una política que promulgue la disminución del consumo de energía mediante el uso de focos ahorradores en la mayoría de los espacios que dispone el establecimiento.
- **Uso de bolsas de plástico biodegradables:** El bar para cualquier pedido que realice el cliente y que desee llevar a su domicilio, proporcionará fundas o bolsas de plástico biodegradables, las mismas que poseen una consistencia que les permite consumirse en el medio ambiente de manera más fácil.

- **Uso de recipientes hechos con materiales renovables:** Para ser utilizados en la distribución de nuestro menú. También se contempla la posibilidad de que toda la cristalería que se utilice en el bar sea hecha de vidrios reciclados.

- **Uso de materiales duraderos**: Nuestro bar tendrá como una política firme el empleo de muebles que sean elaborados con tipos de madera de consistencia duradera, con la finalidad de que sean de larga duración. Esta iniciativa está dirigida al cuidado de los árboles; ya que al contar con material de esta calidad, se evita estar cambiando continuamente los muebles.

Estos son algunos de los aportes que el bar espera realizar a la comunidad en materia medioambiental. En un mundo donde hoy en día mayormente priman los intereses económicos individuales por encima de los intereses del bien común, en este aspecto el establecimiento posee un compromiso firme de apoyo y cuidado de la naturaleza, se interesará por servir en todos los sentidos de la mejor manera posible a sus clientes.

5.6 Conclusiones:

El valor presente neto calculado para el proyecto con una tasa de descuento de 17,17% es de $ 42.662,53. La tasa interna de retorno es de 44,76% mostrándose claramente superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento (tasa de descuento). Estos datos nos indican que el proyecto se muestra como conveniente para realizar una inversión en él, es decir, el proyecto es aceptable.

Dentro de las razones financieras que hemos estimado conveniente para analizar la rentabilidad de la inversión en el proyecto, encontramos:

- La tasa de margen de beneficios sobre ventas nos indicó que casi todos los años, exceptuando el 2.012, los valores de este índice para nuestro negocio se ubicarán sobre el promedio alcanzado por los restaurantes, bares y cantinas, según información proporcionada por la Superintendencia de Compañías.
- El índice financiero: "Razón de deuda total a activo total", nos permitió conocer que el activo total de la empresa está financiado en un 55,49% con recursos externos, es decir, con préstamos de instituciones crediticias o de distinta índole.
- Con el cálculo del indicador del retorno de la inversión, se pudo apreciar que la rentabilidad para la inversión a realizarse sería del 78,91%. Esto representa una cantidad altamente conveniente de ganancia.

El análisis de sensibilidad del proyecto se realizó bajo cinco escenarios. Recordando que el nivel de aceptación de la población se encuentra entre 74,93 y 83,07%, se podría implementar el bar con un mínimo de aceptación del 70,28%, cifra que se encuentra por debajo del intervalo; si existiría inesperadamente una disminución en la aceptación de los consumidores potenciales por debajo del valor indicado, se rechazaría el proyecto.

Dentro del estudio medioambiental se han detallado las diversas políticas del establecimiento como parte de un acuerdo de cuidado con el medio ambiente. Entre las principales iniciativas a emprenderse encontramos: reciclaje, ahorro de energía, uso de bolsas de plástico biodegradables, uso de recipientes hechos con materiales renovables y uso de materiales duraderos.

CONCLUSIONES

Siendo el tema central de este capítulo el estudio de factibilidad de un bar para personas mayores de 30 años dentro de la ciudad de Cuenca y, una vez realizado todo el estudio que acredita la información y datos necesarios para poder tomar la decisión pertinente sobre si es rentable o no emprender en este negocio, se procederá a realizar la revisión de las hipótesis planteadas para establecer cuan viable puede ser la implementación del proyecto:

- Para la primera hipótesis que hace referencia a la demanda potencial insatisfecha del proyecto y a su existencia, se puede aseverar que la demanda existente en el mercado es de 281.326 personas/veces, lo cual nos brinda la información necesaria para considerar que el proyecto propuesto tiene cabida dentro de la ciudad, debido al segmento de mercado que aún no ha sido cubierto por la gran demanda existente de este tipo.
- Para la segunda hipótesis planteada que se refiere al valor presente neto, se puede especificar que el valor del mismo es de $42.662,53 presentándose como sumamente favorable en apoyo de la realización de la inversión.
- La tercera hipótesis referida a la tasa interna de retorno, arrojó como datos que la misma se presenta con un 44,76% y sobrepasa con un 27,59% a la tasa mínima aceptable de rendimiento, la cual es de 17,17%. De esta forma se puede ratificar que la inversión en este sentido se presenta como muy conveniente.

En base a todo el estudio desarrollado, se ha determinado que, si bien una inversión en este tipo de negocio dentro de la ciudad se presenta como conveniente, al igual que todo proyecto, implica riesgos, en este caso, un cambio superior al 4,65% o al 12,79% en la aceptación por parte de los consumidores potenciales -dependiendo del límite del intervalo en el que se encuentre- tiende a afectar completamente la rentabilidad del negocio, recordando que el nivel de aceptación de la población se halla entre 74,93 y 83,07%. Lo mínimo de aceptación que se puede esperar para no rechazar el proyecto es del 70,28%, cifra que se encuentra por debajo del límite

inferior; esto nos conlleva a reflexionar que sería ventajoso llevar a cabo la puesta en marcha del negocio.

Por presentarse todas las hipótesis planteadas como favorables y por el análisis imprescindible de la sensibilidad del proyecto, nosotros, los inversionistas, hemos considerado conveniente llevar a cabo la implementación del mismo.

RECOMENDACIONES

Para la correcta puesta en marcha y funcionamiento del local, se recomienda lo siguiente:

- Llegar a convenios con las empresas proveedoras de los productos que expenderemos dentro del establecimiento, además es buscará comprar al por mayor tratando así de disminuir el costo unitario.
- Tener un manejo cuidadoso de la publicidad para poder resaltar el éxito de este negocio; llegar a los clientes de manera adecuada y eficiente, será la manera propicia para atraerlos. Una publicidad bien enfocada y dirigida, muestra los beneficios y ventajas que brinda nuestro bar para con sus asistentes; permitirá obtener la atención de los mismos e invitarlos a visitarnos, creando así la oportunidad de ganar clientes permanentes.
- Estar constantemente al pendiente de los cambios que puedan existir en los competidores para poder conservar y atraer clientes.
- Buscar siempre la calidad dentro de los productos y servicios brindados en nuestro local.
- Para mantener un ambiente cordial y afable con los clientes, es necesario contratar personal íntegro que posea altos valores éticos y morales; además de aptitudes para poder brindar un correcto trato personal.
- Un manejo adecuado de la inversión es un aspecto de vital importancia para el proyecto, es decir, la compra de toda la indumentaria, equipos y enseres necesarios para el funcionamiento del local, debe ser realizada directamente con los productores de los mismos, debido a que brindan un precio mucho más módico.
- Tener siempre en cuenta la sensibilidad existente en el mercado para poder administrar correctamente los riesgos inherentes de este negocio.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- BACA URBINA, Gabriel (2006), "Evaluación de Proyectos", 5ta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México.
- TRESPALACIOS, Juan; ACEBRÓN, Laurentino; VÁZQUEZ, Rodolfo (2005). "Investigación de Mercados: Método de la recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing". Thomson-Paraninfo, España.

Publicaciones, folletos y autores corporativos:

- CORREA, Rafael. Presidente Constitucional de la República (2.010). "Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno". Quito, Ecuador.
- Honorable Congreso Nacional, Comisión de Legislación y Codificación (2.010). "Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno". Quito, Ecuador.
- Ilustre Concejo Cantonal de Cuenca (2.009). "Ordenanza para la aplicación del subsistema de evaluación de impacto ambiental, dentro de la jurisdicción del cantón Cuenca". Cuenca, Ecuador.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2.004). "Encuesta de Ingresos y Gastos 2003 - 2004". Compendio de resultados definitivos." Ecuador.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2.004). "Encuestas de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos 2.003 - 2.004 (E.N.I.G.H.U)", Compendio de resultados definitivos; Ecuador.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2.002). "Tasa de Crecimiento Poblacional Anual de la provincia del Azuay"; VI Censo de Población y V de Vivienda 2001 - septiembre del 2.002". Periodo 1.990 - 2.001. Ecuador.
- Ministerio de Turismo (2.009) "Catastro 2.009"; Archivo Digital. Cuenca, Ecuador.

- Presidencia de la República del Ecuador. Registro oficial Nº 36 del Acuerdo Ministerial 007 (2.007). "10% Adicional al Consumo". Quito, Ecuador.

Direcciones de internet:

- http://www.businesscol.com/productos/glosarios/contable/glossary.php?word=COSTO [consulta 17 de diciembre de 2.010]); Bussinescol.com, Abaco Net Group.
- http://finanzas.gob.ec/PRESUPUESTO_2010-2014/PRESUPUESTO%202010-2014_archivos/CARPETA_ARCHIVOS/PROG_PRESUPUESTARIA_CUATRIANUAL_2011_2014.pdf [consulta 5 de enero de 2.011]); "Programación Presupuestaria Cuatrianual 2011-2014". Ministerio de Finanzas del Ecuador. Ecuador.
- http://www.infotourecuador.com/index.php?option=com_sobi2&catid=32&Itemid=143 [consulta 24 de agosto de 2.010]; Cámara de turismo del Azuay, Directorio Virtual de Afiliados "Bares".
- http://www.recetasdecocteles.com/ [consulta 9 de septiembre de 2.010]; "Recetasdecocteles.com - ¡Todo empieza con un trago!"; Ramón Peralta, ramon_peralta17@gmail.com.
- http://www.recetas-de-cocina.net/ [consulta 14 de septiembre de 2.010]; "Recetas de cocina - Mujer Activa"; Inventarte.net, Incubadora de negocios digitales. Lima, Perú.
- http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Estadisticas/Indicadores/INDICADORES%202009.xls [consulta 5 de enero de 2.011]); "Indicadores Económico Financiero 2.009". Superintendencia de Compañías del Ecuador. Ecuador.
- http://www.wordreference.com/definicion/bar [consulta 1 de marzo de 2.010]; Wordreferences.com, Diccionario de la Lengua Española Michael Kellogg.
- http://www.wordreference.com/definicion/bebidas [consulta 1 de marzo de 2.010]; Wordreferences.com, Diccionario de la Lengua Española; Michael Kellogg.

ANEXOS

Cuadro A.1. "Población e ingresos corrientes anuales por quintiles del hogar, según sexo y grupo de edad del jefe económico de Cuenca"

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL		QUINTILES									
			BAJO		MEDIO - BAJO		MEDIO		MEDIO - ALTO		ALTO	
	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES
TOTAL	**292223**	**615289898**	**77145**	**58694416**	**62571**	**86901983**	**60181**	**119123298**	**52992**	**151863060**	**39334**	**198707141**
10 a 24 años	17722	26765887	6759	5424486	4564	6290432	4344	7913515	1429	4119340	626	3018114
25 a 34 años	56934	109846469	18082	13524215	13000	17666692	10602	21556602	7831	22114774	7419	34984186
35 a 44 años	68252	139946001	17225	14498473	17662	24621844	10764	20654050	15269	43611662	7332	36559972
45 a 54 años	83339	178795928	22618	16706704	15699	21612154	17764	35092616	14034	39440202	13224	65944252
55 a 64 años	38933	86216704	8580	4966901	6742	9782916	10891	21517241	7661	23122047	5059	26827599
65 años y más	27043	73718909	3881	3573637	4904	6927945	5816	12389274	6768	19455035	5674	31373018
TOTAL HOMBRES	**214884**	**471852113**	**53431**	**41920428**	**42340**	**59108814**	**45454**	**89951946**	**41423**	**118749044**	**32236**	**162121881**
10 a 24 años	11932	17008894	5032	3838760	3698	5131147	1539	2786944	1284	3607028	379	1645015
25 a 34 años	42092	86945157	11866	9474819	8944	12109414	9171	18330148	5400	15132969	6711	31897807
35 a 44 años	51941	110710439	12736	11085115	11086	15422397	8817	16975214	13351	37926160	5951	29301553
45 a 54 años	61334	142851727	14673	11152691	9099	12637117	14563	28765648	10917	30474438	12082	59821833
55 a 64 años	30334	69372269	6102	3505196	6390	9325430	6722	13011921	6957	20966854	4163	22562868
65 años y más	17251	44963627	3022	2863847	3123	4483309	4642	10082071	3514	10641595	2950	16892805
TOTAL MUJERES	**77339**	**143437785**	**23714**	**16773988**	**20231**	**27793169**	**14727**	**29171352**	**11569**	**33114016**	**7098**	**36585260**
10 a 24 años	5790	9756993	1727	1585726	866	1159285	2805	5126571	145	512312	247	1373099
25 a 34 años	14842	22901312	6216	4049396	4056	5557278	1431	3226454	2431	6981805	708	3086379
35 a 44 años	16311	29235562	4489	3413358	6576	9199447	1947	3678836	1918	5685502	1381	7258419
45 a 54 años	22005	35944201	7945	5554013	6600	8975037	3201	6326968	3117	8965764	1142	6122419
55 a 64 años	8599	16844435	2478	1461705	352	457486	4169	8505320	704	2155193	896	4264731
65 años y más	9792	28755282	859	709790	1781	2444636	1174	2307203	3254	8813440	2724	14480213

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2.004). "Encuesta de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos.". Pág. 77.

ENTREVISTA PERSONAL A PROFUNDIDAD

1. Diseño de la entrevista personal en profundidad:

1.1 Características de la entrevista:

Estudio dirigido a conocer los gustos del mercado actual para de esta manera poder determinar el diseño, los productos y los servicios que debe tener el bar. Al no existir información y, conocimiento básico y claro sobre este proyecto, se procede a realizar entrevistas a los dueños de este tipo de negocios que más se asemejen a lo que se desea brindar.

1.2 Objetivos de la entrevista personal en profundidad:

El intercambio de opiniones entre los autores y personas que conocen del tema de bares permite especificar ocho objetivos para la búsqueda de información de tipo cualitativa relevante:

1) Conocer la opinión de los dueños de los bares acerca de las razones o circunstancias por las cuales existe una gran cantidad de bares que abren y cierran en la ciudad de Cuenca.
2) Identificar los gustos y preferencias de los clientes en cuanto a: servicios, bebidas, piqueos y platos fuertes, y música; desde el punto de vista de los dueños de estos negocios.
3) Indagar las razones por las cuales los propietarios creen que las personas asisten a sus establecimientos.
4) Saber la capacidad de personas que tienen estos establecimientos para tener un referente al momento de realizar el "Estudio Técnico del Proyecto".
5) Conocer los horarios de atención de estos tipos de negocios y los días de mayor concurrencia de clientes.

6) Determinar el gasto promedio por persona que tiene la competencia y la forma de pago predilecta por sus clientes.
7) Averiguar la competencia existente más importante.

1.3 Planificación de las entrevistas personales en profundidad:

Para seleccionar a los entrevistados se recurre a ciertos usuarios de este tipo de negocios; después de varias preguntas y consultas sobre los bares y/o restaurantes más conocidos, se decidió realizar la entrevista a seis dueños de los establecimientos que más se asemejen a lo que se desea brindar. De esta manera es factible una visión amplia de la concepción que tienen los competidores sobre su negocio.

1.4 Reclutamiento de los participantes:

Se realiza la entrevista a seis dueños de negocios cuyos establecimientos se asemejen más a lo que se pretende ofrecer.

Cuadro A.2. "Lista de Bares Entrevistados"

ESTABLECI-MIENTOS	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	TIPO	CATEGORÍA
Del Tranquilo	Fernando Peña Cuesta	Calle Larga y Vargas Machuca	Bar	Segunda
Eucalyptus	Leslie Breen	Gran Colombia y Benigno Malo	Bar	Segunda
La Morada del Cantor	Hugo Cabrera	Autopista		
La Parola	Patricio Ordoñez Correa	Calle Larga 5-89 y Hermano Miguel	Bar	Segunda
Spor Bar Años 80	Juan Peralta Morales	Av. José Peralta y Av. del Estadio	Bar	Tercera
Verde, Pintón y Maduro	Vepima Cia. Ltda.	Borrero 5-33 y Honorato Vásquez	Restaurant	Segunda

Fuente: Ministerio de Turismo de Cuenca-Ecuador[54]
Elaborado por los autores

[54] **Anexo 5.** "Extracto de catastro 2.009".

1.5 Desarrollo de cada entrevista personal a profundidad:

1.5.1 Elaboración del guión de acuerdo con los objetivos del estudio:

1) ¿Qué tipo de servicios ofrece en su negocio?
2) ¿Por qué cree que las personas asisten a su negocio?
3) ¿Qué tipo de personas acuden a su negocio?
4) ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?
5) ¿Qué piqueos son los más preferidos?
6) ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?
7) ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?
8) ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su negocio?
9) ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su negocio diariamente?
10) ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?
11) ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el negocio?
12) ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?
13) ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos bares que abren y cierran?

1.5.2 Fase Introductoria:

Se informa al entrevistado sobre aspectos como:

- Los objetivos de esta entrevista
- Conservación del anonimato y confidencialidad de todo lo que se hable.
- La colaboración esperada

1.5.3 Desarrollo de la entrevista personal en profundidad:

Se procede a aplicar las preguntas antes enunciadas.

1.5.4 Finalización de cada entrevista de los resultados:

- Se pide una sugerencia final al entrevistado
- Se agradece al interrogado su colaboración y contribución.

2. Análisis e informe de los resultados:

2.1 Entrevista personal en profundidad estructurada por cada bar:

Se procede a desarrollar el guión de acuerdo con los objetivos del estudio, aplicando la entrevista a los bares seleccionados. Las respuestas de las preguntas: 4, 5 y 6; se enlistan en orden de preferencia.

2.1.1 Del Tranquilo:

1) ¿Qué tipo de servicios ofrece en su negocio?

- Bar – restaurante
- Se alquila para fiestas privadas
- Música en vivo
- Licor importado
- Comida gourmet

2) ¿Por qué cree que las personas asisten a su negocio?

Por el ambiente. Este es rústico.

3) ¿Qué tipo de personas acuden a su negocio?

Personas mayores a los 25 años.

4) ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?

Bebidas frías:

a) Whisky: Johnny Rojo, Johnny Negro, Grant's.

Bebidas adicionales:

b) Mojito, conformado por: hierba buena y cachaza (licor importado de Chile).
c) Cuba libre, conformado por: ron, cola y hielo.
d) Vino hervido: de Sangría y de Santa Lucía.

Grupos mixtos de cuatro personas prefieren: botella de wishky o ron.

Grupos de cuatro mujeres prefieren: vinos y cocteles (Margarita y Caipirina); pocas veces prefieren tequila.

5) ¿Qué piqueos son los más preferidos?

En este bar, como entrada se proporciona canguil, antes proporcionaban pan de ajo.

Las mujeres prefieren:

a) Alitas de pollo.
b) Porciones de papas fritas.
c) Tablitas, compuesto por: jamón, salami, queso, aceitunas
d) Nachos Guadalajara, compuesto por: queso parmesano, nachos, aceitunas y porción de chile.

Los platos fuertes predilectos son:

a) Filet Mignon, compuesto por: carne de res cortada en pedazos y tocino (se los fríe en salsa negra con vino tinto); todo esto acompañado por una ensalada compuesta por pimientos de tres colores: rojo, amarillo y verde; porción de papas y porción de arroz.
b) Camarones reventados.
c) Ceviche de camarón

Por lo general los hombres prefieren piqueos y no consumen platos fuertes.

En general, los piqueos son más consumidos que los platos fuertes.

6) ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?

Música tropical. El bar brinda los siguientes estilos de música tropical (en orden de preferencia de sus clientes):

a) Salsa
b) Merengue

c) Bachata
d) Cumbia

Inicialmente se cuenta con música D.J. (música mezclada). Por lo general se presenta un grupo de música en vivo que actúa durante dos horas (de 00:00 hasta las 2:00) los viernes y sábados. Los días jueves se presenta un grupo musical siempre y cuando se encuentren presentes el número mínimo de personas que tiene establecido el bar: 50.

7) ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?

El horario de atención es de jueves a sábado. Los jueves de 8:00 pm a 12:00 am y los viernes y sábados de 8:00 pm a 2:00 am.

8) ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su negocio?

La capacidad es de 300 personas.

9) ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su negocio diariamente?

La concurrencia promedio de asistencia para cada día que abre el negocio es de:

- Jueves: 80.
- Viernes y sábado: más de 150 personas.

En fechas festivas y en los meses de julio y agosto, el aforo puede ir entre 80 a 200 personas un día viernes.

10) ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?

De $20 a $25 por persona, considerando que lo mínimo que una persona puede gastar es de $7,84 ($4,00 por cover y $3,84 por consumo mínimo). Los clientes de la costa tienden a consumir más.

11) ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el negocio?

- Tarjeta de crédito: 50%.
- Efectivo: 40%.
- Cheque: 5%.
- Crédito personal: 5%.

12) ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?

La Parola y Brik

13) ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos bares que abren y cierran?

Abren y cierran por épocas de temporadas, y cierran por dedicatoria para ciertos lugares por parte del Municipio.

2.1.2 Eucalyptus:

1) ¿Qué tipo de servicios ofrece en su negocio?

- Carta internacional: 50 platos de 30 países.
- Selección de marcas de licores.
- Música en vivo de todo un poco.
- Ambiente rústico, inglés, español y estadounidense.

2) ¿Por qué cree que las personas asisten a su negocio?

Por la calidad y el servicio.

3) ¿Qué tipo de personas acuden a su negocio?

Personas desde los 45 años en adelante de nivel económico alto. Un 60% de ecuatorianos y un 40% de extranjeros.

4) ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?

Las bebidas más consumidas en orden de preferencia son:

a) Vino.
b) Whisky: Jhonny Walker Rojo y Jhonny Walker Negro.
c) Ron.
d) Cocteles: Capahriña (de Brasil), Mojitos (el ron viene en Mojitos), Margaritas y Cuba Libre (existen siete tipos).

5) ¿Qué piqueos son los más preferidos?

Los más consumidos en orden de predilección son:

a) Guacamole.
b) Tabla de quesos.
c) Alitas de pollo.

Entre los platos fuertes se prefiere:

a) Pad Thai (plato tailandés compuesto por: fideos, pollo, camarones y vegetales).
b) Ceviche.

6) ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?

Los siguientes tipos:

a) Salsa
b) Merengue
c) Cumbia

Se brinda servicio de música en vivo de miércoles a sábado.

7) ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?

Por contar también con servicio de carta internacional, abre todos los días desde las 5 pm. De domingo a jueves cierra a las 12 am; y, los días viernes y sábado, a las 2 am.

8) ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su negocio?

La capacidad máxima sería de 150 personas de manera no tan confortable, y cómodamente, 80 personas.

9) ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su negocio diariamente?

La concurrencia promedio de asistencia en una noche alta es de 150 personas, mientras que en una baja es de 75 personas; especificando de forma aproximada sería lo siguiente:

- Jueves: 100
- Viernes: 100
- Sábado: 100
- Domingo: 40

- Lunes: 30
- Martes: 30
- Miércoles: 150

10) ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?

Por persona gastan aproximadamente $12.

11) ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el negocio?

- Efectivo: 50%.
- Tarjeta de crédito: 50%.

12) ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?

- De comida: La Parola.
- De baile: Verde, Pintón y Maduro.
- De ambiente: Wunderbar.

13) ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos bares que abren y cierran?

Porque no tienen visión, dinero y un plan.

2.1.3 La Morada del Cantor:

1) ¿Qué tipo de servicios ofrece en su negocio?

- Variedad de licores.
- Música en vivo.
- Picadas.

2) ¿Por qué cree que las personas asisten a su negocio?

Porque es un lugar acogedor con una buena atención.

3) ¿Qué tipo de personas acuden a su negocio?

Segmento de gente tranquila, de 25 años en adelante con un nivel económico medio-alto.

4) ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?

Las bebidas más consumidas en orden de preferencia son:

a) Ron: Bacardí y Appleton State.
b) Whisky: Jhonny Negro, Jhonny Rojo y Grant's.
c) Vino: Concha y Toro, y Casillero del Diablo.
d) Tequila: José Cuervo y El Charro.

No se vende mucho los cocteles, entre los predilectos se tiene:

a) Cuba Libre.
b) Amaretto.
c) Vodka con Naranja.

5) ¿Qué piqueos son los más preferidos?

Los más consumidos son:

a) Tablitas de queso, jamón y aceitunas.
b) Alitas de pollo con papas fritas.

6) ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?

De igual preferencia por la música romántica, variada y bailable.

7) ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?

El horario de atención es de viernes y sábado de 8:00 pm a 2:00 am.

8) ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su negocio?

La capacidad es de 165 personas aproximadamente.

9) ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su negocio diariamente?

La concurrencia promedio de asistencia para cada día, de forma aproximada, es de:

- Viernes: de 100 a 150
- Sábado: de 50 a 80

10) ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?

El cover es de $5. En promedio cada cliente gasta entre $15 a $20 incluido el cover.

11) ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el negocio?

- Efectivo: 50%.
- Tarjeta de crédito: 50%.

12) ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?

El mayor competidor es "El Eucalyptus".

13) ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos bares que abren y cierran?

Porque existe mucha competencia; además la constancia en el trabajo que debe existir por parte de los dueños de los bares es muy exigente, puesto que las jornadas de trabajo son muy tarde y duran hasta muy noche.

2.1.4 La Parola:

1) ¿Qué tipo de servicios ofrece en su negocio?

- Principalmente alimentos, seguido de bebidas.
- Música en vivo.
- Eventos.
- Programas.

2) ¿Por qué cree que las personas asisten a su negocio?

Por la infraestructura, el local en sí, el ambiente, el servicio, las comidas y las bebidas.

3) ¿Qué tipo de personas acuden a su negocio?

No existe un segmento bien definido, pero se especula que los consumidores se encuentran entre los 28 a 50 años.

4) ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?

Las bebidas más consumidas en orden de preferencia son:

a) Vodka: Skyy y Smirnoff
b) Ron
c) Gin
d) Whisky

Los cocteles más vendidos son:

a) Mojito
b) Cuba Libre
c) Parola

5) ¿Qué piqueos son los más preferidos?

Los más consumidos son los piqueos grandes y piqueos de la casa.

6) ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?

Música en español y música ambiental electrónica. Además se cuenta con música en vivo de miércoles a sábado.

7) ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?

El horario de atención es de miércoles a sábado de 7:00 pm a 2:00 am

8) ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su negocio?

La capacidad es de 150 personas, quizá de forma incómoda y apretada podrían estar hasta unas 300 personas. Se cuenta con 30 mesas.

9) ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su negocio diariamente?

La concurrencia promedio de asistencia en una noche es 150 personas; especificando de forma aproximada sería lo siguiente:

- Miércoles: 60
- Jueves: 230
- Viernes: 230
- Sábado: 150

10) ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?

Por persona gastan aproximadamente $10.

11) ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el negocio?

- Tarjeta de crédito: 60%.
- Efectivo: 40%.

12) ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?

El principal competidor es "El Eucalyptus".

13) ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos bares que abren y cierran?

Porque no poseen un factor diferenciador, una oferta bien planteada y no están mejorando constantemente.

2.1.5 Spor Bar Años 80:

1) ¿Qué tipo de servicios ofrece en su negocio?

- Servicios de licores.
- Coctelería.
- Comida para picar.
- Música en vivo.

2) ¿Por qué cree que las personas asisten a su negocio?

Porque encuentran un ambiente familiar de gente madura y formal.

3) ¿Qué tipo de personas acuden a su negocio?

Personas de 40 a 45 años de clase media, media-alta y alta.

4) ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?

Las bebidas más consumidas en orden de preferencia son:

a) Whisky: Jhonny Rojo y Grant's.
b) Vodka: Smirnoff y Skyy.

c) Ron: Bacardí y Appleton.
d) Cerveza: Corona
e) Cocteles: Cuba Libre, Sex on the Beach, Mojito Cubano, Piña Colada, Amaretto con Naranja y Vodka con Naranja.

5) ¿Qué piqueos son los más preferidos?

Los más consumidos son:

a) Tablitas
b) Papas

6) ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?

a) Música de los 80's: disco
b) Rock Latino
c) Cumbias y salsa
d) Merengue
e) Románticas

7) ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?

El horario de atención es de jueves a sábado. Los jueves de 7:00 pm a 12:00 am y los viernes y sábados de 7:00 pm a 2:00 am.

8) ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su negocio?

La capacidad máxima es de 120 personas

9) ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su negocio diariamente?

La concurrencia promedio de asistencia para cada día, de forma aproximada, es de:

- Jueves: de 30 a 40
- Viernes: de 120 a 150
- Sábado: de 120 a 150

10) ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?

El cover es de $5. En promedio cada cliente gasta entre $10 y $11 incluido el cover.

11) ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el negocio?

- Efectivo: 65%.
- Tarjeta de crédito: 35%.

12) ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?

No considera que exista un competidor para su bar.

13) ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos bares que abren y cierran?

Porque no hay calidad de servicio permanente; por falta de identidad por parte de los mismos ya que tienden a cambiar su nombre y estilo continuamente; y porque uno no se siente como en el hogar.

2.1.6 Verde, Pintón y Maduro:

1) ¿Qué tipo de servicios ofrece en su negocio?

- Música tropical: merengue, salsa y bachata.
- Los días jueves se ofrece solamente música tropical.
- Los viernes y sábado se ofrece música tropical, disco y electrónica; además también, música en vivo: electrónica y reggaetón.

2) ¿Por qué cree que las personas asisten a su negocio?

Por la atención.

3) ¿Qué tipo de personas acuden a su negocio?

Personas entre 20 a 50 años, de clase media hacia arriba. Se reserva el derecho de admisión, con esto se busca proteger al cliente haciéndolo sentir seguro.

4) ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?

Las bebidas más consumidas en orden de preferencia son:

a) Whisky: Jhonny Rojo y Grant’s.
b) Vodka: Absolut, Smirnoff y Skyy.

c) Cocteles (para las mujeres): de la casa: Verde, Pintón, Maduro; también prefieren Long Island.
d) Tequila: Jack Daniel's.

El licor es 100% garantizado y comprado directamente al distribuidor.

Además de las bebidas antes mencionadas, también se expende cerveza importada.

5) ¿Qué piqueos son los más preferidos?

Los más consumidos son:

a) "Tablita Verde, Pintón y Maduro"; compuesta por: camarón, salami, patacones, aceitunas, queso y jamón.
b) Alitas de pollo ahumadas.
c) "Tablita de queso, jamón y aceitunas".

6) ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?

Tropical y música de los 80's.

7) ¿Cuál es el horario de atención de su negocio?

El horario de atención es de jueves a sábado de 7:00 pm a 2:00 am.

8) ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su negocio?

La capacidad es de 210 personas con mesas y sillas. Lo más loco que una vez hicimos fue permitir el ingreso a 350 personas por insistencia de ellas, pero cabe recalcar que tuvieron que estar paradas, aunque la mayoría de estas personas bailaba.

9) ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su negocio diariamente?

No responde.

10) ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?

No responde.

11) ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el negocio?

- Efectivo: 50%.
- Tarjeta de crédito: 50%.

12) ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?

Los principales competidores son: "El Eucalyptus" y Julián Matadero.

13) ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos negocios que abren y cierran?

No responde.

2.2 Matriz de resultados:

Para mejor visualización, a continuación se presenta una matriz con los resultados obtenidos de las "Entrevistas Personales en Profundidad Estructuradas":

Cuadro A.3. "Matriz de Resultados: Preguntas 1-5"

Preguntas / Bares	PREGUNTA 1 ¿Qué tipo de servicios ofrece en su bar?	PREGUNTA 2 ¿Por qué cree que las personas asisten a su bar?	PREGUNTA 3 ¿Qué tipo de personas acuden a su bar?	PREGUNTA 4 ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?	PREGUNTA 5 ¿Qué piqueos son los más preferidos?
Del Tranquilo	Bar - restaurante. Se alquila para fiestas privadas. Música en vivo. Licor importado. Comida gourmet.	Por el ambiente. Este es rústico.	**Edad:** Mayores a los 25 años. **Nivel económico:** **Dato adicional:**	Whisky. Cocteles.	Alitas de pollo. Porciones de papa. Tablitas, compuesto por: jamón, salami, queso, aceitunas. Nachos Guadalajara, compuesto por: queso parmesano, nachos, aceitunas y porción de chile.
Eucalyptus	Carta internacional: 50 platos de 30 países. Selección de marcas de licores. Música en vivo de todo un poco. Ambiente rústico, inglés, español y estadounidense.	Por la calidad y el servicio.	**Edad:** 45 años en adelante. **Nivel económico:** Alto. **Dato adicional:** 60% ecuatorianos, 40% extranjeros.	Vino. Whisky. Ron. Cocteles.	Guacamole. Tabla de quesos. Alitas de pollo.
La Morada del Cantor	Variedad de licores. Música en vivo. Picadas.	Porque es un lugar acogedor con una buena atención.	**Edad:** 25 años en adelante. **Nivel económico:** Medio-alto. **Dato adicional:** Segmento de gente tranquila.	Ron. Whisky. Vino. Tequila.	Tablitas de queso, jamón y aceitunas. Alitas de pollo con papas fritas.

Elaborado por los autores

Cuadro A.4. "Matriz de Resultados: Preguntas 1-5"

Preguntas / Bares	PREGUNTA 1 ¿Qué tipo de servicios ofrece en su bar?	PREGUNTA 2 ¿Por qué cree que las personas asisten a su bar?	PREGUNTA 3 ¿Qué tipo de personas acuden a su bar?	PREGUNTA 4 ¿Cuáles son las bebidas más consumidas?	PREGUNTA 5 ¿Qué piqueos son los más preferidos?
La Parola	Principalmente alimentos, seguido de bebidas. Música en vivo. Eventos. Programas.	Por la infraestructura, el local en sí, el ambiente, el servicio, las comidas y las bebidas.	**Edad:** 28 a 50 años. **Nivel económico:** **Dato adicional:**	Vodka. Ron. Gin. Whisky. Cocteles.	Piqueos grandes y piqueos de la casa
Spor Bar Años 80	Servicios de licores. Coctelería. Comida para picar. Música en vivo.	Porque encuentran un ambiente familiar de gente madura y formal.	**Edad:** 40 a 45 años. **Nivel económico:** Clase media, media-alta y alta. **Dato adicional:**	Whisky. Vodka. Ron. Cerveza. Cocteles.	Tablitas. Papas.
Verde, Pintón y Maduro	™Música tropical: merengue, salsa y bachata. ™Los días jueves se ofrece solamente música tropical. Los viernes y sábado se ofrece música tropical, disco y electrónica; además también, música en vivo: electrónica y	Por la atención.	**Edad:** Entre 20 a 50 años. **Nivel económico:** Clase media, media-alta y alta. **Dato adicional:** Se reserva el derecho de admisión.	Whisky. Vodka. Cocteles. Tequila.	"Tablita Verde, Pintón y Maduro"; compuesta por: camarón, salami, patacones, aceitunas, queso y jamón. Alitas de pollo ahumadas. "Tablita de queso, jamón y aceitunas".

Elaborado por los autores

Cuadro A.5. "Matriz de Resultados: Preguntas 6-10"

Preguntas / Bares	PREGUNTA 6 ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?	PREGUNTA 7 ¿Cuál es el horario de atención de su bar?	PREGUNTA 8 ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su bar?	PREGUNTA 9 ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su bar diariamente?	PREGUNTA 10 ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?
Del Tranquilo	Salsa. Merengue. Bachata. Cumbia.	**Jueves:** 8:00 pm a 12:00 am. **Viernes:** 8:00 pm a 2:00 am. **Sábado:** 8:00 pm a 2:00 am. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	300.	**Jueves:** 80. **Viernes:** 150. **Sábado:** 150. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	$ 22,50
Eucalyptus	Salsa. Merengue. Cumbia.	**Jueves:** 5:00 pm a 12:00 am. **Viernes:** 5:00 pm a 2:00 am. **Sábado:** 5:00 pm a 2:00 am. **Domingo:** 5:00 pm a 12:00 am. **Lunes:** 5:00 pm a 12:00 am. **Martes:** 5:00 pm a 12:00 am. **Miércoles:** 5:00 pm a 12:00 am.	150.	**Jueves:** 100. **Viernes:** 100. **Sábado:** 100. **Domingo:** 40. **Lunes:** 30. **Martes:** 30. **Martes:** 150.	$ 12,00
La Morada del Cantor	Romántica, variada y bailable.	**Jueves:** No abre. **Viernes:** 8:00 pm a 2:00 am. **Sábado:** 8:00 pm a 2:00 am. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	165.	**Jueves:** No abre. **Viernes:** 125. **Sábado:** 65. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	$ 17,50

Elaborado por los autores

Cuadro A.6. "Matriz de Resultados: Preguntas 6-10"

Preguntas / Bares	PREGUNTA 6 ¿Qué tipo de música prefieren escuchar sus clientes?	PREGUNTA 7 ¿Cuál es el horario de atención de su bar?	PREGUNTA 8 ¿Cuál es la capacidad de personas que tiene su bar?	PREGUNTA 9 ¿Cuántos clientes en promedio asisten a su bar diariamente?	PREGUNTA 10 ¿Cuánto gastan en promedio por persona diariamente sus clientes?
La Parola	Música ambiental electrónica.	**Jueves:** 7:00 pm a 2:00 am. **Viernes:** 7:00 pm a 2:00 am. **Sábado:** 7:00 pm a 2:00 am. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** 7:00 pm a 2:00 am.	150.	**Jueves:** 230. **Viernes:** 230. **Sábado:** 150. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** 60.	$ 10,00
Spor Bar Años 80	Música de los 80's: disco. Rock Latino. Cumbias y salsa. ™Merengue. ™Románticas.	**Jueves:** 7:00 pm a 12:00 am. **Viernes:** 7:00 pm a 2:00 am. **Sábado:** 7:00 pm a 2:00 am. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	120.	**Jueves:** 35. **Viernes:** 135. **Sábado:** 135. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	$ 10,50
Verde, Pintón y Maduro	Tropical y música de los 80's.	**Jueves:** 7:00 pm a 2:00 am. **Viernes:** 7:00 pm a 2:00 am. **Sábado:** 7:00 pm a 2:00 am. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	210.	**Jueves:** No responde. **Viernes:** No responde. **Sábado:** No responde. **Domingo:** No abre. **Lunes:** No abre. **Martes:** No abre. **Miércoles:** No abre.	No responde

Elaborado por los autores

Cuadro A.7. "Matriz de Resultados: Preguntas 11-13"

Preguntas / Bares	PREGUNTA 11 ¿Cuál es la forma de pago que sus clientes prefieren al momento de cancelar su cuenta en el bar?	PREGUNTA 12 ¿Cuál considera usted que es el mayor competidor para su negocio?	PREGUNTA 13 ¿Por qué cree que en Cuenca hay muchos bares que abren y cierran?
Del Tranquilo	**Tarjeta de crédito:** 50% **Efectivo:** 40% **Cheque:** 5% **Crédito personal:** 5%	La Parola y Brik.	Abren y cierran por épocas de temporadas, y cierran por dedicatoria para ciertos lugares por parte del Municipio.
Eucalyptus	**Tarjeta de crédito:** 50% **Efectivo:** 50% **Cheque:** **Crédito personal:**	**De comida:** La Parola. **De baile:** Verde, Pintón y Maduro. **De ambiente:** Wonderbar.	Porque no tienen visión, dinero y un plan.
La Morada del Cantor	**Tarjeta de crédito:** 50% **Efectivo:** 50% **Cheque:** **Crédito personal:**	"El Eucalyptus".	Porque existe mucha competencia; además la constancia en el trabajo que debe existir por parte de los dueños de los bares es muy exigente, puesto que
La Parola	**Tarjeta de crédito:** 60% **Efectivo:** 40% **Cheque:** **Crédito personal:**	"El Eucalyptus".	Porque no poseen un factor diferenciador, una oferta bien planteada y no están mejorando
Spor Bar Años 80	**Tarjeta de crédito:** 35% **Efectivo:** 65% **Cheque:** **Crédito personal:**	No considera que tiene competencia.	Porque no hay calidad de servicio permanente; por falta de identidad por parte de los mismos ya que tienden a cambiar su nombre y estilo
Verde, Pintón y Maduro	**Tarjeta de crédito:** 50% **Efectivo:** 50% **Cheque:** **Crédito personal:**	"El Eucalyptus" y Julián Matadero.	No responde.

Elaborado por los autores

ENCUESTA

Encuestador ☐

N° ☐

El objetivo de esta encuesta es obtener información con fines netamente académicos para la realización de la tesis, previa la obtención del título de "Ingeniero Comercial". Le invitamos a responder en forma veraz el siguiente cuestionario. La información que proporcione será confidencial.

1) Por favor indique los bienes y/o servicios que dispone en su hogar:

Televisión por cable ☐ Servicio de Internet ☐ Carro (cuántos): ☐

2) ¿Ha asistido a un bar? (marque con una X):

SÍ ☐ NO ☐

Por favor pase a la pregunta 15

3) Indique con qué frecuencia asiste a un bar en el año (marque con una X):

Una vez ☐
Dos veces ☐
Otros (especifique) ☐ _____

4) Indique el nombre de un bar al que prefiere usted asistir y qué es lo que más le llama la atención de ahí. Especifique el por qué:

Nombre_____ ¿Por qué?_____

5) Numerando del 1 al 8, indique los aspectos que usted considera más importantes para decidir el bar al que va a asistir (establezca 1 como el de mayor jerarquía y 8 como el de menor):

Ambiente _____ Precio _____
Atención _____ Seguridad _____
Bebidas _____ Música en vivo _____
Comida _____ Ubicación _____

6) Si en la ciudad de Cuenca se implementara un bar con los aspectos señalados por usted anteriormente, ¿asistiría al mismo? (marque con una X):

SI ☐ NO ☐

Por favor pase a la pregunta 15

7) ¿Cómo cree usted que deba publicitarse este bar?

_____

8) Indique cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por persona cada vez que asiste a un bar:

De $0 a $10 ☐ De S$21 a $30 ☐
De $11 a $20 ☐ Más de $30 (especifique) ☐ _____

9) ¿Qué forma de pago prefiere usted al momento de cancelar su cuenta en un bar? (marque con una X):

Efectivo ☐
Tarjeta de crédito ☐
Otros (especifique) ☐ _____

10) Describa el estilo que usted prefiere en un bar:

Clásico ☐ Rústico ☐
Moderno ☐ Otros ☐ Especifique_____

11) ¿En qué sector preferiría usted que esté ubicado un bar?

De las siguientes opciones (marque con una X), especifique en qué sector le gustaría que se ubicara un nuevo bar (puede especificar hasta dos lugares):

Centro histórico de la ciudad ☐ Especifique_____
Alrededores de la ciudad ☐ Especifique_____
En las afueras de la ciudad ☐ Especifique_____
Otros ☐ Especifique_____

12) ¿Qué bebidas prefiere usted consumir en un bar? (marque con una X):

Whisky ☐ Vodka ☐
Ron ☐ Vinos ☐
Cocteles ☐ Tequila ☐
Otros ☐ Especifique _____

13) ¿Qué tipo de piqueos prefiere usted en un bar? (marque con una X y especifique):

Queso ☐ Nachos ☐
Alitas de pollo ☐ Camarones ☐
Aceitunas ☐ Patacones ☐
Jamón ☐ Variedades vegetarianas ☐ Especifique _____
Papas ☐
Salami ☐ Otros ☐ Especifique _____

14) ¿Qué tipo de música prefiere usted escuchar en un bar? (marque con una X y especifique):

Salsa ☐ Romántica ☐
Merengue ☐ Ambiental ☐
Cumbia ☐ Rock latino ☐
Bachata ☐ Boleros ☐
De los 80's ☐ Tangos ☐
Otros ☐ Especifique el tipo_____

15) Marque el intervalo en el que se encuentren los ingresos mensuales de su hogar:

De $0 a $500 ☐ De $1.001 a $1.500 ☐ De $2.001 a $2.500 ☐
De $501 a $1.000 ☐ De $1.501 a $2.000 ☐ Más de $2.500 ☐

Sexo: m ☐ f ☐
Edad (años cumplidos): _____
Estado civil: _____
Instrucción (primaria, secundaria, superior, cuarto nivel; considere terminado):_____

Lugar de trabajo: _____
Actividad que realiza: _____
Sector donde vive: _____
Profesión: _____
Número de personas que viven con Ud. (inclúyase): _____

Muchas gracias por su colaboración.

TABULACIÓN DE DATOS

La tabulación de datos se realizó en el programa "Microsoft Office Excel 2007". Por ser muy extensa, se adjuntará como un archivo de este programa, bajo el nombre: "Excel. Anexo 4. Tabulación de datos". A continuación se puede apreciar ciertas imágenes de esta tabulación, considerando:

MD = Mónica Duque AA = Alexander Aguirre

x = Filtrados - = No hay selección

= Personas que respondieron no a la pregunta 2

= Personas que respondieron no a la pregunta 6

Gráfico A.1. "Tabulación de datos. Preguntas 1 - 4"

No. ENCUESTA	*ENCUESTA-DOR*	*PREGUNTA 1*				*PREGUNTA 2*	*PREGUNTA 3*	*PREGUNTA 4*					
		CABLE	INTERNET	CARRO		ASISTENCIA	FRECUENCIA	DEL TRANQUILO	EUCALYPTUS	LA MORADA DEL CANTOR	LA PAROLA	SPOR BAR AÑOS AÑOS 80	VERDE, PINTÓN Y MADURO
				ELECCIÓN	CUÁNTOS								
001	MD	Si	Si	Si	2	Si	2	Si	No	Si	No	No	No
002	MD	Si	Si	Si	2	Si	1	No	No	No	Si	No	No
003	MD	Si	Si	Si	1	Si	2	No	No	No	No	No	No
004	MD	Si	Si	Si	2	No	x	x	x	x	x	x	x
005	MD	Si	Si	Si	3	No	x	x	x	x	x	x	x
006	MD	Si	No	Si	1	Si	2	Si	No	No	No	No	No
007	MD	Si	Si	Si	1	Si	4	No	No	No	No	No	No
008	MD	No	No	Si	2	Si	8	No	No	No	No	No	No
009	MD	Si	Si	Si	2	Si	2	Si	No	No	No	No	No
010	MD	Si	Si	Si	2	Si	6	No	No	No	No	No	No
011	MD	Si	Si	No	0	Si	2	No	No	No	No	No	No
012	MD	Si	Si	Si	No especifica	Si	12	Si	No	No	No	No	No
013	MD	Si	Si	Si	1	No	x	x	x	x	x	x	x
014	MD	Si	No	Si	1	Si	2	No	No	No	No	No	No
015	MD	Si	Si	Si	1	Si	1	No	No	No	No	Si	No
016	MD	Si	Si	Si	3	Si	3,5	No	No	No	Si	No	No
017	MD	Si	Si	Si	2	Si	No especifica	No	No	Si	No	No	No
018	MD	No	No	Si	1	Si	2	No	No	No	No	No	No
019	MD	Si	Si	Si	1	Si	6	No	No	No	Si	No	No
020	MD	Si	Si	Si	1	No	x	x	x	x	x	x	x
021	MD	Si	Si	Si	1	Si	2	No	Si	No	No	No	No

Elaborado por los autores

Gráfico A.2. "Tabulación de datos. Preguntas 4 - 7"

No. ENCUESTA			*PREGUNTA 5*								*PREGUNTA 6*						*PREG*
	WUNDER BAR	OTROS	AMBIENTE	ATENCIÓN	BEBIDAS	COMIDA	PRECIO	SEGURIDAD	MÚSICA EN VIVO	UBICACIÓN	ACEPTACIÓN	PRENSA	RADIO	TELEVISIÓN	HOJAS VOLANTES	INTERNET	
036	No	Tinku Bar	7	8	No	No	No	6	5	No	No	x	x	x	x	x	
037	No	No	8	8	7	7	8	8	8	7	Si	Si	Si	No	No	No	
038	No	No	8	8	8	8	8	8	8	8	Si	Si	Si	Si	No	No	
039	No	Dos dos	8	6	7	2	1	4	3	5	Si	No	No	No	No	No	
040	No	Dos dos	8	8	6	7	8	8	4	6	Si	No	No	No	No	No	
041	No	Brik	8	8	8	1	8	8	8	8	Si	Si	No	Si	No	No	
042	No	Gabbia	8	8	8	No	No	No	8	8	No	x	x	x	x	x	
043	No	Brik	8	7	1	3	2	5	6	4	Si	No	No	No	No	No	
044	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
045	No	No	7	8	1	4	2	5	6	3	Si	No	No	No	No	No	
046	No	No	8	8	7	7	6	8	8	7	Si	No	Si	No	Si	No	
047	No	No	8	7	5	3	1	4	2	6	Si	No	No	No	No	No	
048	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
049	No	No	4	6	2	1	5	7	3	8	Si	No	Si	No	No	No	
050	No	No	8	7	1	5	6	3	4	2	Si	No	No	No	No	No	
051	No	No	7	8	2	1	3	5	6	4	Si	No	Si	No	Si	No	
052	No	No	7	6	3	2	1	8	5	4	Si	No	Si	Si	No	Si	
053	Si	Wunderbar	6	7	5	3	1	8	4	2	Si	No	No	No	Si	Si	
054	No	No	8	8	8	8	8	8	8	No	Si	No	Si	Si	No	No	
055	No	Percal	8	8	No	8	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	
056	No	La Viña	8	7	5	6	4	3	1	2	Si	Si	No	No	No	Si	

Elaborado por los autores

Gráfico A.3. "Tabulación de datos. Preguntas 7 - 11"

No. ENCUESTA	PREGUNTA 7				PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10	CENTRO HISTÓRICO	
	HOJAS VOLANTES	INTERNET	CORREO ELECTRÓNICO	OTROS	GASTO PERSONAL	FORMA DE PAGO	ESTILO	ELECCIÓN	ESPECIFIQUE
051	Si	No	No	No	De $21 a $30	Tarjeta de crédito	Moderno	Si	Barranco
052	No	Si	No	Revistas	De $21 a $30	Tarjeta de crédito	Clásico	Si	No especifica
053	Si	Si	No	No	De $11 a $20	Efectivo	Rústico	Si	No especifica
054	No	No	No	No	De $21 a $30	Efectivo	Clásico	No	-
055	No	No	No	No	De $21 a $30	Tarjeta de crédito	Rústico	No	-
056	No	Si	No	No	De $11 a $20	Tarjeta de crédito	Clásico	Si	Parque Central
057	Si	No	No	No	De $0 a $10	Tarjeta de crédito	Clásico	Si	No especifica
058	No	No	No	Boca a boca	De $11 a $20	Efectivo | Tarjeta de crédito	Moderno	Si	No especifica
059	No	No	No	No	De $21 a $30	Efectivo	Clásico	No	-
060	Si	Si	No	No	De $11 a $20	Tarjeta de crédito	Rústico	Si	No especifica
061	No	Si	No	No	De $11 a $20	Tarjeta de crédito	Moderno	Si	No especifica
062	No	No	No	Carteles	De $21 a $30	Tarjeta de crédito	Rústico	No	-
063	No	Si	No	Revistas	De $21 a $30	Tarjeta de crédito	Clásico	No	-
064	No	No	No	No	De $21 a $30	Efectivo	Rústico	No	-
065	No	No	Si	No	De $21 a $30	Efectivo	Clásico	No	-
066	No	No	No	No	De $21 a $30	Efectivo	Rústico	No	-
067	No	No	No	Oficinas	De $11 a $20	Efectivo | Tarjeta de crédito	Moderno	Si	No especifica
068	No	No	No	No	Más de $30	Tarjeta de crédito	Clásico | Moderno	Si	Parque Central
069	No	Si	No	Mensajes celulares	De $11 a $20	Tarjeta de crédito	Moderno	Si	No especifica
070	x	x	x	x	x	x	x	x	x
071	No	Si	No	No	De $11 a $20	Tarjeta de crédito	Rústico	No	-
072	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Elaborado por los autores

Gráfico A.4. "Tabulación de datos. Preguntas 11 - 12"

No. ENCUESTA	PREGUNTA 11						PREGUNTA 12						
	ALREDEDORES		AFUERAS		OTROS		BEBIDAS						
	ELECCIÓN	ESPECIFIQUE	ELECCIÓN	ESPECIFIQUE	ELECCIÓN	ESPECIFIQUE	WHISKY	RON	COCTELES	VODKA	VINOS	TEQUILA	OTROS
100	No	-	No	-	No	-	Si	No	Si	No	No	No	No
101	Si	Estadio	No	-	No	-	No	No	No	No	No	No	No
102	No	-	No	-	No	-	Si	No	No	No	No	No	No
103	Si	Estadio	No	-	No	-	No	Si	No	No	No	No	No
104	No	-	No	-	No	-	Si	No	No	No	No	No	No
105	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
106	No	-	No	-	No	-	Si	Si	No	No	Si	No	No
107	Si	No especifica	No	-	No	-	Si	No	No	No	No	No	No
108	No	-	No	-	No	-	Si	No	No	No	Si	Si	No
109	No	-	Si	Autopista	No	-	No	Si	No	No	Si	No	No
110	Si	Estadio	No	-	No	-	Si	No	No	No	Si	No	No
111	Si	Parque de la Madre	No	-	No	-	Si	Si	Si	No	No	No	No
112	Si	Sector Sur	No	-	No	-	No	No	No	No	No	No	Cerveza
113	No	-	Si	Turi	No	-	No	No	No	No	No	Si	No
114	No	-	No	-	No	-	No	No	Si	Si	No	Si	Cerveza
115	No	-	No	-	No	-	No	No	Si	No	Si	No	No
116	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
117	Si	idad Nacional y Av. Am	No	-	No	-	No	No	Si	Si	Si	No	No
118	Si	Misicata	No	-	No	-	No	Si	No	No	No	No	No
119	Si	Misicata	No	-	No	-	No	No	No	No	No	No	Amaretto
120	Si	El Vergel	No	-	No	-	No	No	No	No	No	Si	No
121	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Elaborado por los autores

Gráfico A.5. "Tabulación de datos. Preguntas 13 - 14"

No. ENCUESTA	PREGUNTA 13											PREGUNTA 14							
	PIQUEOS											MÚSICA							
	QUESO	ALITAS	ACEITUNAS	JAMÓN	PAPAS	SALAMI	NACHOS	CAMARONES	PATACONES	VEGETARIANAS	OTROS	SALSA	MERENGUE	CUMBIA	BACHATA	DE LOS 80's	ROMÁNTICA	AMBIENTAL	ROCK LATINO
153	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No
154	Si	No	Si	No	No	No	Si	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	Si	No
155	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	Si	No	No
156	Si	No	Si	Si	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No
157	No	No	Si	No	Si	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No
158	No	No	No	Si	Si	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	Si
159	No	Si	Si	No	Si	No	No	Si	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
160	No	No	Si	No	No	No	No	Si	Si	No	No	Si	Si	Si	No	Si	No	No	Si
161	No	Si	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No	Si	Si	Si	No	Si	No	No	No
162	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	No
163	No	No	No	No	Si	Si	Si	No	Si	No	No	Si	Si	Si	No	No	No	No	No
164	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
165	Si	Si	No	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No	Si	No	No	Si	Si	No
166	No	Si	No	No	Si	No	Si	Si	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No
167	Si	No	No	Si	Si	No	Si	No	No	No	No	Si	Si	No	No	No	Si	No	No
168	Si	Si	Si	Si	No	No	Si	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No	No	No
169	Si	Si	No	Si	No	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Si	No
170	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	No	No	No	No	No	Si	Si	No
171	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
172	Si	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No
173	Si	No	Si	No	No	No	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No	Si	Si	No	No

Elaborado por los autores

Gráfico A.6. "Tabulación de datos. Preguntas 14 y 15. Datos Adicionales"

No. ENCUESTA	PREGUNTA 15				ADICIONAL DATOS						
	BOLE-ROS	TAN-GOS	OTROS	INGRESOS MENSUALES POR HOGAR	SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL	INSTRUCCIÓN	LUGAR DE TRABAJO	ACTIVIDAD QUE REALIZA	
185	No	No	No	De $1501 a $2000	M	52	C	Superior	Colegio "Sagrados Corazones"	Profesor	
186	Si	Si	Instrumental	De $1501 a $2000	M	47	C	Cuarto Nivel	Universidad de Cuenca	Docencia	
187	No	No	No	De $1501 a $2000	F	53	S	Superior	Colegio "La Asunción"	Docencia	
188	No	No	Música latina	De $1501 a $2000	F	50	C	Secundaria	Quehaceres domésticos	Quehaceres domésticos	
189	x	x	x	Más de $2500	F	40	C	Superior	Empresa	Comercio	
190	No	No	Jazz	De $2001 a $2500	M	53	C	Cuarto Nivel	U.D.A.	Docencia	
191	No	No	Folklórica	De $501 a $1000	F	47	D	Secundaria	Parque Industrial	Auxiliar de Contabilidad	
192	No	No	No	De $1501 a $2000	M	47	C	Cuarto Nivel	Clínica Santa Inés	Medicina	
193	Si	No	Jazz	Más de $2500	M	48	C	Cuarto Nivel	U.D.A.	Docencia	
194	No	No	Bailable	De $501 a $1000	F	49	C	Superior	Universidad de Cuenca	Secretaria	
195	x	x	x	De $501 a $1000	M	57	C	Secundaria	Escuela "Ezequiel Crespo"	Profesor	
196	Si	Si	No	Más de $2500	F	50	C	Superior	Universidad de Cuenca	Docencia	
197	Si	Si	No	De $1001 a $1500	M	57	C	Cuarto Nivel	U.D.A.	Docencia	
198	x	x	x	De $1001 a $1500	F	53	S	Superior	Colegio "Carlos Cueva Tamariz"	Secretaria	
199	No	No	No	De $2001 a $2500	M	59	C	Cuarto Nivel	U.D.A.	Docencia	
200	Si	No	No	De $501 a $1000	M	30	C	Superior	Sistemas	Programación	
201	No	No	No	De $501 a $1000	F	64	C	Superior	Jubilada	Jubilada	
202	No	No	No	Más de $2500	M	35	C	Cuarto Nivel	U.P.S.	Docencia	
203	Si	No	No	Más de $2500	M	64	C	Cuarto Nivel	U.D.A.	Docencia	
204	x	x	x	De $1001 a $1500	F	48	C	Secundaria	Quehaceres domésticos	Quehaceres domésticos	
205	No	No	No	De $1001 a $1500	M	39	C	Superior	Colegio "Daniel Córdova"	Profesor	
206	No	No	No	De $2001 a $2500	F	53	C	Superior	Colegio "Carlos Cueva Tamariz"	Profesor	

Elaborado por los autores

Gráfico A.7. "Tabulación de datos. Datos Adicionales"

No. ENCUESTA	ADICIONAL DATOS				
	LUGAR DE TRABAJO	ACTIVIDAD QUE REALIZA	SECTOR DONDE VIVE	PROFESIÓN (en masculino)	NÚMERO DE PERSONAS QUE VIVEN CON UD. (INCLÚYASE)
366	Institución Educativa	Profesor	C.R.E.A.	Psicólogo	3
367	Centro de Salud	Odontólogo	Monay	Odontólogo	4
368	U.D.A.	Secretaria	Misicata	Licenciado	3
369	U.D.A.	Docencia	Cdla. Arias	Ing. en Alimentos	3
370	Colegio "Herlinda Toral"	Inspector	El Vecino	Licenciado	3
371	Universidad de Cuenca	Docencia	Totems	Ing. Mecánico Automotriz	4
372	U.D.A.	Docencia	Terminal Terrestre	Ing. Comercial	2
373	I.E.S.S.	Enfermera	San Joaquín	Enfermero	4
374	E.T.A.P.A.	Técnico en Telecomunicaciones	Vía a San José de Balzay	Técnico en Telecomunicaciones	2
375	U.P.S.	Docencia	Misicata	Ing. Químico	2
376	Institución Educativa	Secretaria	Av. Solano	Secretariado Bilingüe	1
377	Quehaceres domésticos	Quehaceres domésticos	Las Pencas	-	3
378	Colegio "Herlinda Toral"	Profesor	Zona Rosa	Lcdo. en Ciencias de la Educación	5
379	Colegio "Herlinda Toral"	Profesor	Baños	Ing. Comercial	2
380	U.D.A.	Docencia	Remigio Crespo	Ing. Eléctrico	2
381	Colegio "Manuel J. Calle"	Profesor	Gapal	Psicólogo	3
382	Colegio "Sagrados Corazones"	Inspector	Baños	Licenciado	3
383	Colegio "Sagrados Corazones"	Bibliotecaria	Vergel	Licenciado	3
384	Colegio "La Asunción"	Profesor	Los Trigales	Ing. Civil	3
385	Jubilada	Jubilada	Virgen de Bronce	Arquitecto	2

Elaborado por los autores

Cuadro A.8. "Extracto de Catastro 2.009. Establecimientos 1 - 27"

	ESTABLECIMIENTOS	PROPIETARIO	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
1	ARCANGEL	MERCEDES ANDREA CRESPO SERRANO	MERCEDES ANDREA CRESPO SERRANO	JUAN JARAMILLO Y LUS CORDERO	Primera
2	EJECUTVO	BOLIVAR ENRIQUE CORELLA VALENCIA	BOLIVAR ENRIUUE CORELLA VALENCIA	GRAN COLOMBIA Y UNIDAD NACIONAL	Primera
3	PIRAMIDE LA	FERNANDO ADALBERTO ANDRADE TACURI	FERNANDO ANDRADE TACURI	AV. DE LAS AMERICAS No. 6-658 Y CAYAMBE	Primera
4	SAN ANGEL	MARIA GABRIELA CALDERON ROSAS	MARIA GABRIELA CARIDAD ROSAS	HERMANO MIGUEL 688 P. CORDOVA	Primera
5	SPORT PLANET	AZUAY NUEVO MILENIO (ANUMIL) S.A.	ALFREDO PEÑA PAYRO	CENTRO COMERCIAL MILENIUM PLAZA	Primera
6	VINOTECA	JUAN PABLO DAVILA CORDERO	JUAN PABLO DAVILA CORDERO	CALLE DEL FAROL Y AV. 12 DE ABRIL	Primera
7	WONDERBAR	FRANK UDO ILLING	FRANK UDO ILLING	CALLE LARGA 3-43 Y HNO.MIGUEL	Primera
8	ZOE	PAOLA PALACIOS ZOE BAR CIA. LTDA	PAOLA PALACIOS BAR ZOE CIA.LTDA	BORRERO 7-61 Y SUCRE	Primera
9	BAPU SHAWARMA	CLARA NARCISA GUZMAN TAPIA	CLARA NARCISA GUZMAN TAPIA	CALLE LARGA 6 14	Segunda
10	BAR RESTAURANT	PATRICIO ANDRES ORDOÑEZ CORREA	PATRICIO ANDRES ORDOÑEZ CORREA	CALLE LARGA 5-89 Y HERMANO MIGUEL	Segunda
11	BLANCO Y TINTO	ALVARO MACHADO DE LA ROSA	PABLO PEÑA	JOSE PERALTA YALFONSO CORDERO	Segunda
12	CHEETAH BAR	PABLO ULLOA MALDONADO	PABLO ULLOA MALDODADO	HERMANO MIGUEL Y JUAN JARAMILLO	Segunda
13	CHINA BAR KARAOKE	LIU WENHE	LIU WENHE	FLORENCIA ASTUDILLO	Segunda
14	DEL TRANQUILO	FRENANDO PEÑA CUESTA	FRENANDO PEÑA CUESTA	CALLE LARGA Y VARGAS MACHUCA	Segunda
15	EMBO	CHRISTIAN LEONARDO PALACIOS GIL	CHRISTIAN LEONARDO PALACIOS GIL	SUCRE 11-24 Y GENERAL TORRES	Segunda
16	EUCALYPTUS	LESLIE BREEN	CHRISTHOPER BREENNE	GRAN COLOMBIA Y BENIGNO MALO	Segunda
17	FRUTILADOS	JUAN JOSE BURBANO	JUAN JOSE BURBANO	REMIGIO CRESPO 4-53 Y RICARDO MUÑOZ	Segunda
18	KARAOKE DE LA REMIGIO	CARLOS MANUEL NAULA	CARLOS MANUEL NAULA	AV REMIGIO CRESPO 4-78	Segunda
19	LAME	JUAN CARLOS TAPIA	JUAN CARLOS TAPIA	SIMON BOLIVAR Y MARIANO CUEVA	Segunda
20	MAS BAR SPORT	MARIANA DE JESUS PALACIOS PARRA	MARIANA DE JESUS PALACIOS PARRA	LATINOAMERICA 1-20	Segunda
21	MAU	JAVIER MAURICIO FERNANDEZ DE CORDOVA	JAVIER MAURICIO FERNANDEZ DE CORDOVA	AV ZOLANO Y AV DEL ESTADIO	Segunda
22	NOPAL EL	MARIA SOLEDAD VIVERO	MARIA SOLEDAD VIVERO	AV. SOLANO 11-83 INTERIOR MUSEO METALES	Segunda
23	POP ART BAR	CINDY VANESSA HERMIDA SOTO	CINDY VANESSA HERMIDA SOTO	AV. REMIGIO CRESPO 105 Y AV. SOLANO	Segunda
24	Q EN K	JORGE ALBERTO CONTRERAS QUIJANO	JORGE ALVERTO CONTRERA QUIJANO	TARQUI Y SANGURIMA	Segunda
25	REMIGIO LA	JOHNNY GUSTAVO DIAZ ORTEGA	JOHNNY GUSTAVO DIAZ ORTEGA	REMIGIO CRESPO 4-78 Y ALFONSO BORRERO	Segunda
26	RUBYRED	WILSON ARMANDO SARI MALDONADO	WILSON ARMANDO SARI MALDONADO	GRAN COLOMBIA Y GENERAL TORRES	Segunda
27	TAL	BORIS ALVAREZ ARMIJOS	EISSEL KUPERMAN	CALLE LARGA 7-49	Segunda

Fuente: Ministerio de Turismo de Cuenca-Ecuador

Cuadro A.9. "Extracto de Catastro 2.009. Establecimientos 28 - 54"

	ESTABLECIMIENTOS	PROPIETARIO	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
28	VOODOO LOUNGE	LUIS ESTEBAN CHERREZ	LUIS CHERREZ	CALLE LARGA 6-26 Y BORRERO	Segunda
29	SAM - LE	PIEDAD VELEZ ARIZAGA	PIEDAD VELEZ ARIZAGA	CALLE LARGA ESCALINATAS EL HOTEL CRESPO	Segunda
30	AIOLI	JOSE MAURICIO JARA SUAREZ	JOSE MAURICIO JARA SUAREZ	CARLOS ARIZAGA VEGA (SAN JOAQUIN)	Tercera
31	INCA LOUNGE & BRISTO	SENA & SULLIVAN CIA. LTDA	SENA MICHAEL ANDREW	PASEO 3 DE NOVIEMBRE SECTOR EL BARRANCO	Tercera
32	AÑORANZAS	PABLO AREVALO ARIZAGA	PABLO AREVALO ARIZAGA	MARIANO CUEVA 4-83	Tercera
33	BAR BOR	FRANCISCO XAVIER ROMAN VASQUEZ	FRANCISCO XAVIER ROMA VASQUEZ	CALLE LARGA 41 02 ALFONSO JERVES	Tercera
34	CACAO Y CANELA	PEDRO JAVIER MOLINA MARTINEZ	PEDRO JAVIER MOLINA MARTINEZ	BORRERO 5-97 Y JUAN JARAMILLO	Tercera
35	CAFÉ & CO	IDEAS Y MARCAS GLOBALES CIA . LTDA	GLORIA BEATRIZ CONTRERAS RODAS	CENTRO COMERCIAL MILENIUM PLAZA	Tercera
36	CANTINA DE SAN ROQUE LA	JUAN MARTIN CARVALLO CORDOVA	JUAN MARTIN CARVALLO CORDOVA	AV 12 DE ABRIL 1-103 Y AV LOJA	Tercera
37	CARRETILLA LA	CARLOS ARIOSTO RODRIGUEZ PULLA	CARLOS ARIOSTO RODRIGUEZ PULLA	ALFONSO MORENO MORA Y AV LOJA	Tercera
38	CASAVIEJA	GUIDO ESTEBAN ABAD VICUÑA	LEONARDO MORA	ANTONIO BORRERO 5-80 Y JUAN JARAMILLO	Tercera
39	CHAKANA	JAHANINA ALEXANDRA CAMPOVERDE BARROS	JAHANINA ALEXANDRA CAMPOVERDE BARROS	CALLE LARGA 8-35 Y LUIS CORDERO	Tercera
40	CLASICOS! BAR	GALO MONSE	RAFAEL BERNAL SARMIENTO	PRESIDENTE CORDOVA Y HERMANO MIGUEL	Tercera
41	COLIBRI	OCTAVIO PATRICIO MERCHAN PESANTES	OCTAVIO PATRICIO MERCHAN PESANTZ	AV. HEROES DE VERDELOMA Y LUIS CODERO 8-15	Tercera
42	FONTANA BLUE	CARMITA PATRICIA VASQUEZ ORTIZ	CARMITA PATRICIA VASQUEZ ORTIZ	HERMANO MIGUEL Y HONORATO VASQUEZ	Tercera
43	FOREVER	MERY ELIZABETH RENGEL BARBECHO	MERY ELIZABETH RENGEL BARBECHO	MARISCAL LAMAR Y BORRERO	Tercera
44	FRIENDS	DORA AMPARO RUIZ MIRANDA	DORA AMPARO RUIZ MIRANDA	CORNELIO MERCHAN Y JOSE PERALTA	Tercera
45	FUZZION	CARLOS EDUARDO MORENO	CARLOS EDUARDO MORENO	PRESIDENTE CORDOVA 5-39 Y HERMANO MIGUEL	Tercera
46	GARA	SERVICIOS TURISTICOS ALDESANI S.A	GALO ALVAREZ ORTEGA	REMIGIO CRESPO Y REMIGIO ROMERO	Tercera
47	GRANJA AZUL LA	BERTHA ALICIA ALVARADO SALAZAR	BERTHA ALICIA ALVARADO SALAZAR	CALLE SIN NOMBRE Y LEONIDAS PROAÑO	Tercera
48	HABANA CAFÉ	HECTOR GONZALES SAME	HECTOR GONZALES SAME	UNIDAD NACIONAL Y GRAN COLOMBIA	Tercera
49	HABBIBI	CARMEN SUSANA SIAVICHAY LUNA	CARMEN SUSANA SIAVICHAY LUNA	CALLE LARGA 5-48 Y HERMANO MIGUEL 2008	Tercera
50	HUEQUITA	MIRIAM MARLENE RAMON PATIÑO	MIRIAM MARLENE RAMON PATIÑO	AV DE LAS AMERICAS Y AMAZONAS	Tercera
51	KALUA´S	BELGICA DEL CARMEN ROMERO ARMIJOS	BELGICA DEL CARMEN ROMERO ARMIJOS	PRESIDENTE CÓRDOVA 5-34 Y HERMANO MIGUEL	Tercera
52	J-B	CRISTINA LUCIA GUAMAN	CRISTINA LUCIA GUAMAN SEMINARIO	AV. 12 DE ABRIL Y CORNELIO MERCHA	Tercera
53	LA PRELI	FRAMCISCO CORNEJO MARTINEZ	FRAMCISCO CORNEJO MARTINEZ	CALLE LARGA 7-35 Y BORRERO	Tercera
54	LILA LOUNGE	MARÍA GABRIELA ARTEAGA GONZÁLES	MARÍA GABRIELA ARTEAGA GONZÁLES	PRESIDENTE CÓRDOVA 2-71 Y TOMÁS ORDONEZ	Tercera

Fuente: Ministerio de Turismo de Cuenca-Ecuador

Cuadro A.10. "Extracto de Catastro 2.009. Establecimientos 55 - 81"

	ESTABLECIMIENTOS	PROPIETARIO	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
55	LINK	ROBERTO BLADIMIR ENCALADA GUAILLAS	ROBERTO BLADIMIR ENCALADA GUAILLAS	PASEO 3 DE NOVIEMBRE EL BATAN	Tercera
56	MALA	JOSE DELGADO SUAREZ	JOSE DELGADO SUAREZ	PANAMERICANA NORTE K 1/2	Tercera
57	MALQUERIDA LA	MARIA GABRIELA TAMAYO SALDAÑA	MARIA GABRIELA TAMAYO SALDAÑA	PRESIDENTE CORDOVA Y ANTONIO BORRERO	Tercera
58	MANU	LUIS FERNANDO PEÑAFIEL OCHOA	LUIS FERNANDO PEÑAFIEL OCHOA	JESUS ARREAGA Y HONORATO VASQUEZ	Tercera
59	MEDIA NARANJA BAR KARAOKE	CARLOS EUGENIO PIZARRO MERCHAN	CARLOS EUGENIO PIZARRO MERCHAN	GUAPONDELIG 6-61	Tercera
60	MINA DEL MAMBO LA	LUIS ALBERTO CABRERA BRAVO	LUIS ALBERTO CABRRA BRAVO	ESCANDON 1-107 Y AMERICAS	Tercera
61	MONDAY BLUE	JHON AMAURY FLOR FONSECA MERCEDES F.	JHON AMAURY FLOR FONSECA	CALLE LARGA 4-13 Y LUIS CORDERO	Tercera
62	NOVA	JACOB ANDRES RABLIC ALBARRACIN	JACOB ANDRES RABLIC ALBARRACIN	AV. 12 DE ABRIL Y LOJA	Tercera
63	PALMA LA	JAIME WILFRIDO CORTEZ LEMA	JAIME WILFRIDO CORTEZ LEMA	GRAN COLOMBIA Y CORONEL TALBOT	Tercera
64	PANAL EL	ENRIQUE MAQUILON SANCHEZ	ENRIQUE MAQUILON SANCHEZ	GRAN COLOMBIA Y MANUEL VEGA	Tercera
65	PUEBLITO VIEJO	VILMA ROCIO GUTIERREZ ESCOBAR	VILMA ROCIO GUTIERREZ ESCOBAR	AV. 3 NOVIEMBRE S/N	Tercera
66	RITTO DECK & LOUNGE	JUAN PABLO TINOCO TORRES	JUAN PABLO TINOCO TORRES	LARGA -543 Y BENIGNO MALO	Tercera
67	ROTO SOUNDS CLUB	EDISON JUCA CEDILLO	EDISON JUCA CEDILLO	PASAJE 3 DE NOVIEMBRE	Tercera
68	RU`ACH KARAOKE	RAMON NIETO	RIMBSKY FABRICIO LEON CABRERA	AV. REMIGIO CRESPO N.- 7-80 Y GUAYAS	Tercera
69	SHE LOUNGE	EDGAR SANTIAGO CABRERA MONTERO	EDGAR SANTIAGO CABRERA MONTERO	PRESIDENTE CORDO 5-84 Y HERMANO MIGUEL	Tercera
70	SIEMBRA LA	JHOVANI EDUARDO ENCALADA A.	JHOVANI EDUARDO ENCALADA A.	HONORATO VASQUEZ N.- 1-22 Y BORRERO	Tercera
71	SPOR BAR AÑOS 80	JUAN PERALTA MORALES	JUAN PERALTA MORALES	AV DEL JOSE PERALTA Y AV DEL ESTADIO	Tercera
72	SPORT BAR EL JARDIN	CARLOS RIGOBERTO VERDUGO YUNGA	CARLOS RIGOBERTO VERDUGO YUNGA	CALLE LARGA Y BENIGNO MALO	Tercera
73	TERRASA LA	MANUEL TEOFILO MONTESDEOCA SALDAÑA	MANUEL TEOFILO MONTESDEOCA SALDAÑA	AV ORDOÑEZ LAZO SIN NUMERO	Tercera
74	THE TALON	MARIA AUGUSTA CALLE MUÑOZ	MARIA AUGUSTA CALLE MUÑOZ	PRESIDENTE CORDOVA Y HERMANO MIGUEL	Tercera
75	TINKU	DIEGO FERNANDO REYES BRITO	DIEGO FERNANDO REYES BRITO	CALLE LARGA 4-68 ALFONSO JERVES.	Tercera
76	TROVADOR	WILSON LOJANO QUINDE	WILSON LOJANO QUINDE	MARISCAL LAMAR Y JUAN MONTALVO	Tercera
77	VIEJOTECA LA	MARCO ANTONIO TAMAYO ZEA	MARCO ANTONIO TAMAYO ZEA	VIA A BAGUANCHI SECTOR CARAPUNGO	Tercera
78	VIKINGOS	GERMAN PESANTEZ MENDOZA	GERMAN PESANTEZ MENDOZA	AV. REMIGIO CRESPO 4-95 Y MIGUEL DIAZ	Tercera
79	JULIAN MATADERO	XAVIER EDUARDO ORDOÑEZ UGALDE	XAVIER EDUARDO ORDOÑEZ UGALDE	PASEO 3 DE NOVIEMBRE	Segunda
80	LA MORADA DEL CANTOR	HUGO CABRERA	HUGO CABRERA	AUTOPISTA Y CAMINO A TURI	
81	VERDE PINTON Y MADURO	VEPIMA CIA. LTDA.	DIEGO LLERENA PADILLA	BORRERO 5-33 Y HONORATO VASQUEZ	Segunda

Fuente: Ministerio de Turismo de Cuenca-Ecuador

Tiempos Aquellos

Whisky

	Botella	1/2 bot.	Copa
Jhonny Walker Rojo	$ 56,96	$ 33,70	$ 4,95
Grant's	$ 47,25	$ 26,50	$ 4,50
Jhonny Walker Negro	$ 92,98	$ 48,38	$ 6,72
Dimple 15 años	$ 92,50	$ 51,75	$ 7,45
Jack Daniel's	$ 76,00	$ 43,50	$ 5,25

Vodka

	Botella	1/2 botella	Copa
Smirnoff	$ 42,18	$ 24,60	$ 4,09
Smirnoff Sabores	$ 42,00	$ 26,00	$ 3,70
Skyy	$ 41,67	$ 25,17	$ 4,07
Sky sabores	$ 44,00	$ 26,00	$ 4,33
Absolut	$ 46,33	$ 25,33	$ 4,10
Finlandia	$ 39,00	$ 23,00	$ 3,85
Russkaya	$ 35,00	$ 19,90	$ 3,50

Ron

	Botella	1/2 bot.	Copa
Appleton State	$ 39,23	$ 20,99	$ 4,33
Bacardí	$ 35,00	$ 19,98	$ 3,70
Bacardí limón	$ 40,95	$ 23,75	$ 3,80
Abuelo Añejo	$ 36,50	$ 20,50	$ 3,75

Tequila

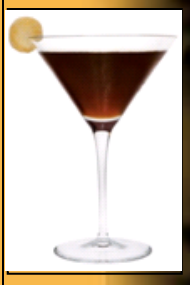
	Botella	1/2 bot.	Copa
José Cuervo Dorado	$ 51,30	$ 30,00	$ 4,03
José Cuervo Clásico	$ 51,30	$ 30,00	$ 4,03
El Charro Oro	$ 41,48	$ 23,50	$ 3,64
El Charro Silver	$ 43,30	$ 25,00	$ 3,68

Tiempos Aquellos

Vino

	Jarra	Copa
Vino hervido	$ 9,95	$ 2,47

Cocteles

TIEMPOS AQUELLOS	CAIPIRI-NHA	CUBA LIBRE	ALEXAN-DER	AMARE-TTO
$4,83	**$4,26**	**$3,61**	**$4,49**	**$3,36**
				
➢ Gin ➢ Granadina ➢ Naranjilla ➢ Leche evaporada ➢ Crema de leche	➢ Aguardiente brasileño ➢ Limón en gajos ➢ Azúcar	➢ Ron blanco ➢ Cola ➢ Rodaja de limón ➢ Gotas de limón	➢ Crema de cacao ➢ Brandy ➢ Cereza ➢ Crema de leche o helado de vainilla	➢ Amaretto ➢ Jugo de naranja

Tiempos Aquellos

MARGARI-TA	MARTINI	MOJITO	PADRINO	RUSO NEGRO
$4,20	$4,20	$3,98	4,58	3,96
➢ Tequila ➢ Cointreau ➢ Jugo de limón	➢ Gin ➢ Vermut seco	➢ Ron ➢ Limón ➢ Hojas de menta ➢ Agua con gas	➢ Amaretto ➢ Whisky ➢ Hielo en cubitos	➢ Vodka ➢ Kahlua ➢ Cubos de hielo
TEQUILA SUNRISE	**VODKA TONIC**	**PIÑA COLADA**	**PIÑA COLADA EN ESPUMA**	**DAIQUIRÍ**
$4,25	**$3,75**	**$3,62**	**$4,12**	**$4,17**
➢ Tequila ➢ Granadina ➢ Cubitos de hielo ➢ Zumo de naranja	➢ Vodka ➢ Limón ➢ Agua quina (Tónica)	➢ Jugo de piña ➢ Leche de coco ➢ Ron blanco ➢ Banana ➢ Nuez	➢ Leche de coco ➢ Jugo de piña ➢ Ron blanco ➢ Café instantáneo	➢ Ron blanco ➢ Jugo de limón

Tiempos Aquellos

SEX ON THE BEACH	GIN TONIC	COSMOPO-LITAN	DAMA ROSADA	MANHATTAN
$3,72	**$3,67**	**$4,48**	**$4,05**	**$6,43**
➢ Vodka ➢ Arándano ➢ Jugo de naranja ➢ Licor de durazno ➢ Cereza	➢ Gin ➢ Rodajas de limón ➢ Agua tónica	➢ Vodka ➢ Contreau ➢ Jugo de limón ➢ Jugo de arándanos	➢ Gin ➢ Jugo de limón ➢ Jarabe de granadina	➢ Whisky ➢ Vermut seco ➢ Gotas de angostura
BLUE LAKE	**VODKA CON NARANJA**	**DAMA BLANCA**	**DE MENTA**	**DESPERATE HOUSEWIVES**
$4,00	**$4,00**	**$4,20**	**$3,45**	**$4,70**
➢ Vodka ➢ Contreau ➢ Jugo de piña ➢ Blue Curacao	➢ Vodka ➢ Jugo de naranja	➢ Ginebra ➢ Cointreau ➢ Zumo de limón	➢ Leche condensada ➢ Leche evaporada ➢ Licor de menta	➢ Vodka ➢ Contreau ➢ Jugo de mango ➢ Limón

Tiempos Aquellos

Ktelitos

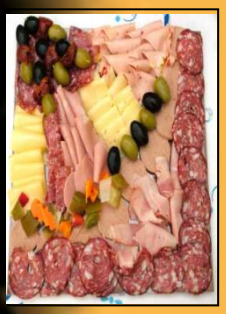
HAWAIANO	MEDIAS DE SEDA	INTENSO CHOCOLATE	SUNRISE
$2,50	$2,60	$2,60	$3,50
➢ Jugo de piña ➢ Jugo de Naranja ➢ Granadina	➢ Fresa ➢ Jarabe de frutilla ➢ Crema de leche	➢ Crema de leche ➢ Chocolate ➢ Canela	➢ Jugo de Naranja ➢ Granadina

Tiempos Aquellos

Piqueos

TABLITA DE QUESO	CUADRITO DE JAMÓN	TABLITA DE ACEITUNAS	PORCIÓN DE PAPAS FRITAS
$5,37	**$5,50**	**$5,00**	**$2,50**
➢ Quesos: fresco, seco, gouda, mozarella y cheddar ➢ Porción de papas fritas con aceitunas o rodajas de pan con aceitunas ➢ Salsas propias de la casa	➢ Jamones: cocido, de pollo y ahumado ➢ Salami ➢ Quesos ➢ Porción de papas fritas con aceitunas o rodajas de pan con aceitunas ➢ Salsas propias de la casa	➢ Aceitunas verdes: enteras, deshuesadas, rajadas, machacadas y rellenas ➢ Aceitunas negras ➢ Quesos ➢ Salsas de la casa	➢ Papas ➢ Aceite ➢ Sal ➢ Mayonesa ➢ Salsa de tomate

Tiempos Aquellos

PAPAS FRITAS CON QUESO Y SALAMI	ALITAS DE POLLO	CAMARONES AL AJILLO	CAMARONES APANADOS
$3,94	**$5,58**	**$6,17**	**$6,17**
			
➢ Papas fritas ➢ Queso ➢ Salami asado	➢ Ocho alitas BBQ ➢ Papas fritas ➢ Miel de Maple	➢ Camarones ➢ Aceite de oliva ➢ Cebollas perlas ➢ Ajo	➢ Camarones ➢ Ajo en polvo ➢ Patacones y ensalada
LLAPINGA-CHOS	**NACHOS**	**PATACONES**	**TABLITA TIEMPOS AQUELLOS**
$1,30	**$3,20**	**$2,50**	**$9,38**
➢ Papa chola ➢ Queso ➢ Cebolla blanca	➢ Chips de tortillas de maíz ➢ Queso Cheddar ➢ Fréjoles ➢ Jalapeños	➢ Plátanos verdes ➢ Pimienta negra ➢ Ajo	➢ Chuletas BBQ ➢ Pinchos ➢ Camarones Borrachos ➢ Salsa Bechamel, de mostaza, cocía

Tiempos Aquellos

Ensaladas

CÉSAR CON POLLO	FANTASÍA	MEDITE-RRÁNEA	PRIMAVERA	RUSA
$3,38	**$2,75**	**$3,00**	**$3,50**	**$2,75**
➢ Pechuga de pollo ➢ Huevo ➢ Lechug ➢ Pan	➢ Tomates ➢ Huevos ➢ Papas ➢ Pimiento verde ➢ Alcaparras ➢ Aceitunas ➢ Aderezo italiano	➢ Papas ➢ Olivas negras ➢ Albahaca fresca ➢ Tomatitos ➢ Vinagreta a base de oliva y especias	➢ Fideo tornillo ➢ Berenjena ➢ Vainitas ➢ Pimientos ➢ Aceitunas negras ➢ Cebolla perla ➢ Champiñones naturales	➢ Cebolla ➢ Zanahorias ➢ Cilantro ➢ Perejil ➢ Alverjas ➢ Lechuga ➢ Huevos duros ➢ Tomates

Tiempos Aquellos

OTRAS VARIEDADES VEGETARIANAS

LASAÑA VEGETARIANA	VEGETALES CALIENTES AGRIDULCES
$3,50	**$3,00**
➢ Aceite de oliva ➢ Cebolla mediana picada ➢ Flores de brócoli picado ➢ Calabaza ➢ Champiñones picados ➢ Tomates ➢ Fideos de lasaña	➢ Habichuelas blanqueadas ➢ Calabacines ➢ Coliflor ➢ Zanahoria blanqueada ➢ Salsa de tomate ➢ Brócolis blanqueadas ➢ Vinagre ➢ Apio blanqueado ➢ Cebolla ➢ Pimentón ➢ Ajo

Tiempos Aquellos

KARAOKE

Pista $0,30

JUEGOS GRATIS

Ajedrez
Backgammon

Damas
Damas chinas

Domino

Jenga
Naipes

Pictionary

Rummikub

Scrabble

Cuadro A.11. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Estadio, Misicata y Gonzales Suárez"

FACTOR	PESO	SECTORES					
		ESTADIO		MISICATA		GONZALES SUÁREZ	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
1. Parqueadero	18%	12	2,16	15	2,7	14	2,52
2. Estética del sector	16%	20	3,2	14	2,24	16	2,56
3. Seguridad	16%	15	2,4	15	2,4	16	2,56
4. Accesibilidad	14%	20	2,8	17	2,38	20	2,8
5. Costo de arriendo	12%	5	0,6	16	1,92	14	1,68
6. Preferencia por parte de los encuestados	12%	20	2,4	7	0,84	6	0,72
7. Ubicación	12%	20	2,4	12	1,44	15	1,8
TOTAL	**100%**	**112**	**15,96**	**96**	**13,92**	**101**	**14,6**

Elaborado por los autores

Cuadro A.12. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Sector Sur, Autopista y Av. Solano"

FACTOR	PESO	SECTORES					
		SECTOR SUR		AUTOPISTA		AV. SOLANO	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
1. Parqueadero	18%	18	3,24	13	2,34	14	2,52
2. Estética del sector	16%	13	2,08	11	1,76	20	3,2
3. Seguridad	16%	14	2,24	17	2,72	16	2,56
4. Accesibilidad	14%	19	2,66	20	2,8	20	2,8
5. Costo de arriendo	12%	16	1,92	No	0	5	0,6
6. Preferencia por parte de los encuestados	12%	6	0,72	6	0,72	4	0,48
7. Ubicación	12%	13	1,56	14	1,68	20	2,4
TOTAL	**100%**	**99**	**14,42**	**81**	**12,02**	**99**	**14,56**

Elaborado por los autores

Cuadro A.13. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Feria Libre (Hacia Bomba Eloy Alfaro), Mall del Río y Mercado 12 de Abril (Av. Huayna Cápac)"

FACTOR	PESO	SECTORES					
		FERIA LIBRE (Hacia Bomba Eloy Alfaro)		MALL DEL RIO		MERCADO 12 DE ABRIL (Av. Huayna Cápac)	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
1. Parqueadero	18%	13	2,34	14	2,52	17	3,06
2. Estética del sector	16%	15	2,4	17	2,72	16	2,56
3. Seguridad	16%	18	2,88	17	2,72	13	2,08
4. Accesibilidad	14%	20	2,8	20	2,8	20	2,8
5. Costo de arriendo	12%	15	1,8	10	1,2	11	1,32
6. Preferencia por parte de los encuestados	12%	4	0,48	4	0,48	4	0,48
7. Ubicación	12%	17	2,04	17	2,04	19	2,28
TOTAL	**100%**	**102**	**14,74**	**99**	**14,48**	**100**	**14,58**

Elaborado por los autores

Cuadro A.14. "Método de Ponderación por Puntos. Sectores: Remigio y Turi"

FACTOR	PESO	SECTORES			
		REMIGIO		TURI	
		CALIF.	PUNTAJE	CALIF.	PUNTAJE
1. Parqueadero	18%	17	3,06	18	3,24
2. Estética del sector	16%	18	2,88	15	2,4
3. Seguridad	16%	18	2,88	13	2,08
4. Accesibilidad	14%	20	2,8	18	2,52
5. Costo de arriendo	12%	7	0,84	16	1,92
6. Preferencia por parte de los encuestados	12%	4	0,48	4	0,48
7. Ubicación	12%	20	2,4	14	1,68
TOTAL	**100%**	**104**	**15,34**	**98**	**14,32**

Elaborado por los autores

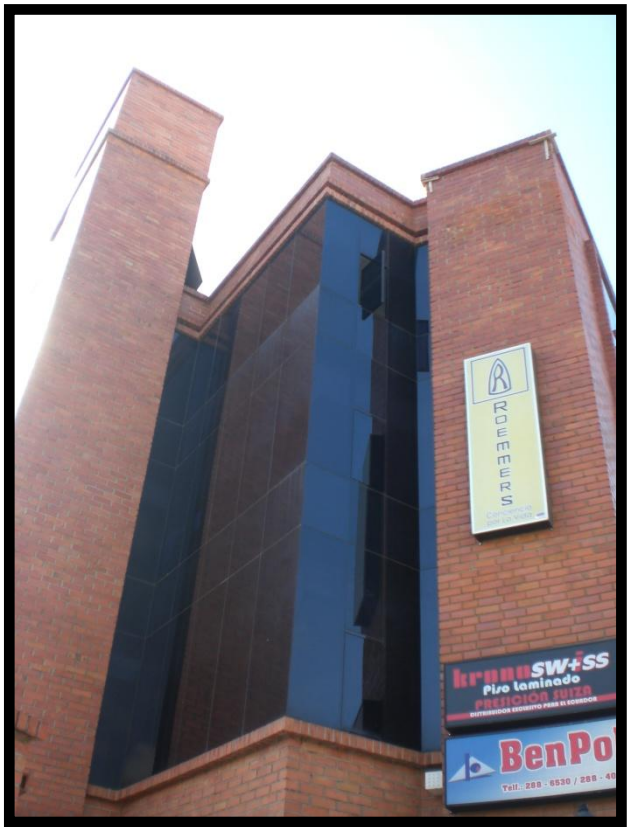
Gráfico A.8. "Foto N° 1 del Edificio Ben Polo"

Fuente: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.9. "Foto N° 2 del Edificio Ben Polo"

Fuente: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.10. "Foto N° 3 del Edificio Ben Polo"



Fuente: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.11. "Foto N° 4 del Edificio Ben Polo"

Fuente: Arq. Marco Nieto Rodríguez

1. Elaboración de cocteles [55]:

1.1. Cocteles con alcohol:

En el bar se encontrarán los siguientes cocteles que poseen licor:

- **Coctel Tiempos Aquellos:**

Para su preparación se necesita:

- 1 medida de Gin
- 2 cucharaditas de Granadina
- 1 Naranjilla
- 1 taza de leche evaporada
- ¼ de taza de crema de leche

Se ubica en la licuadora el gin, la granadina, la naranjilla y la leche vaporada. Se licúa aproximadamente unos 30 segundos; la mezcla se la coloca en una copa coctelera. Aparte se licúa la crema de leche. Para finalizar, se vierte esto en la amalgama anterior.

- **Coctel Caipiriña:**

Para su elaboración se necesita los siguientes ingredientes:

- ✓ 4 cl. aguardiente brasileño
- ✓ 8 gr. de azúcar
- ✓ 50 gr. de limón en gajos

Este coctel se prepara en un vaso, dentro del cual se coloca los gajos de limón y el azúcar. Luego se machaca bien el limón hasta sacarle todo el jugo; posteriormente se añade el aguardiente y se mezcla con los otros ingredientes, el limón y el azúcar. Para servirlo se llena el vaso con hielo picado y se decora el coctel con una sombrilla de mimbre.

[55] (http://www.recetasdecocteles.com/ [consulta 9 de septiembre de 2.010]); Ramón Peralta.

- **Coctel Cuba Libre:**

Para su preparación se necesita:

- ✓ 42 ml (1 ½ onza) de ron blanco
- ✓ 1 rodaja de limón
- ✓ Gotas de limón
- ✓ Refresco de cola

Su preparación consiste en poner en un vaso varios cubos de hielo y añadir el ron blanco, para luego terminar de llenar el vaso con refresco de cola. Para servirse se agregan gotas de limón y luego se adorna con una rodaja del mismo.

- **Coctel Alexander:**

Los ingredientes necesarios para su preparación son:

- ✓ ½ onza de crema de cacao
- ✓ ¾ de onza de brandy
- ✓ 1 cereza
- ✓ 2 cucharadas de crema de leche o helado de vainilla

Para su preparación; en primer lugar, en una coctelera se mezclan los ingredientes y se espera a que esta mezcla alcance una textura cremosa. En el caso de haber utilizado crema de leche se debe agregar: azúcar al gusto y hielo para enfriarlo, quitándolo antes de servir. Por último se procede a verterlo en una copa, espolvoreándole canela encima; luego se le coloca una cereza para adornarlo.

- **Coctel Amaretto:**

Ingredientes para su preparación:

- ✓ Amaretto
- ✓ Jugo de naranja
- ✓ Hielo

Lo primero que se debe hacer para la preparación de este coctel es alistar un vaso mezclador con mucho hielo. Posteriormente se agrega el jugo de naranja junto al

Amaretto, se lo agita y luego se lo remueve con una cuchara larga. Se sirve en copa de cóctel.

- **Coctel Margarita:**

Para la preparación de este otro coctel son necesarios los siguientes ingredientes:

- ✓ Dos medidas de tequila
- ✓ Una medida de triple seco o Cointreau
- ✓ Media medida de jugo de limón
- ✓ 1 lima o limón

Para la preparación de este coctel, primero es necesario humedecer el borde de una copa coctelera con lima o limón y escarcharlo con sal. Luego se procede a agitar todos los ingredientes con hielo (a excepción del limón), colarlos en una copa coctelera y servirlo listo para su consumo.

- **Coctel Martini:**

Para este tipo de coctel se utiliza lo siguiente:

- ✓ 2 onzas Ginebra o Vodka
- ✓ 1/2 onza Vermouth Seco

Primero se mezcla los dos licores en un vaso corto con hielo. Luego se adorna con aceitunas o con una rodaja de limón y se sirve.

- **Coctel Mojito:**

Para la preparación de este coctel es necesario lo siguiente:

- ✓ 6 cl. de Ron
- ✓ 2 cl. de sirope de azúcar (agua cocida con azúcar)
- ✓ ½ limón o lima
- ✓ 7 hojas de menta
- ✓ 6 cl. de agua con gas

El proceso empieza cortando el limón o lima en pequeños cubos; luego se procede a mezclar con las 7 hojas de menta fresca; posteriormente se machaca todo sin triturar

los ingredientes; se agrega el sirope de azúcar y el Ron; por último, se mezcla con el agua con gas, se agrega hielo molido y se sirve bien fresco.

- **Coctel El Padrino:**

Los ingredientes necesarios para su preparación son:

- ✓ ¼ Amaretto
- ✓ ¾ Whisky
- ✓ Hielo en cubitos

En primer lugar se debe verter el whisky y el Amaretto en un vaso mezclador con hielo; después se los remueve, se los cola y se los sirve en un vaso corto con un poco de cubitos hielo.

- **Coctel Ruso Negro:**

Los ingredientes para su elaboración son:

- ✓ ½ onza de vodka
- ✓ 1 onza de Kahlua
- ✓ 4 cubos de hielos

La preparación consiste en colocar el vodka, el Kahlua y los cubos de hielo en un vaso y removerlos hasta que los ingredientes estén mezclados completamente. Para servir se coloca la preparación en un vaso con un sorbete.

- **Coctel Tequila Sunrise:**

Los ingredientes necesarios son:

- ✓ 25 ml Tequila
- ✓ 2 cucharaditas de Granadina
- ✓ 6 cubitos de hielo
- ✓ 100 ml de zumo de naranja
- ✓ 1 rodaja de naranja

Se debe mezclar los cubos de hielo (la mitad), el zumo de naranja y el tequila en una coctelera; introducirlos y agitarla muy bien. Luego en una copa, se coloca el resto de

hielos y se vierte el contenido del frasco. Posteriormente se pone despacio la granadina para que se asiente en el fondo de la copa. Para servir se remueve nuevamente y se decora la copa con la rodaja de naranja.

- **Coctel Vodka Tonic:**

Los ingredientes para su preparación son:

- ✓ 1 ½ oz de vodka
- ✓ Limón
- ✓ Agua tónica
- ✓ Cubos de hielo

Para su preparación se debe verter el vodka dentro de un vaso alto que esté lleno de cubos de hielo. Para servir, se acompaña con agua tónica y se adorna con 1/6 de limón exprimido.

- **Coctel de Piña Colada:**

Este tipo de coctel contiene:

- ✓ 40 ml de piña pequeña
- ✓ 20 ml de ron blanco
- ✓ 20 ml de Mangaroca (batida de coco)
- ✓ 20 ml Malibú (ron blanco con licor de coco)
- ✓ Hielo

Para su preparación, primero se extrae la pulpa de la piña, a la que se corta en trocitos. Con una batidora eléctrica, junto con los demás ingredientes, se la revuelve. Se sirve en la piña previamente vaciada.

- **Coctel de Piña Colada en Espuma:**

Los ingredientes para este coctel son los siguientes:

- ✓ 2,5 cl. de ron blanco
- ✓ 8 cl. de jugo de piña
- ✓ 1 dl. de claras de huevo (3 claras)
- ✓ 12 cl. de leche de coco

- ✓ 1 pizca de sal
- ✓ Una pizca de café instantáneo
- ✓ 2,5 de azúcar líquida o sirope de azúcar

Para su preparación, en primer lugar se coloca el jugo de piña, el ron, la leche de coco, el azúcar líquida y las claras de huevo en la maquina mezcladora; y, se los revuelve bien. Luego se coloca la preparación dentro de un shipón (aparato para hacer espuma) y se lo deja durante dos horas en el refrigerador. Después se coloca la mezcla dentro de las copas de coctel; y, se espolvorea por encima una pizca de sal y café instantáneo. Por último, se sirve.

- ➢ **Coctel Daiquirí:**

Los ingredientes necesarios para su preparación son:

- ✓ ¾ de ron Blanco
- ✓ ¼ de zumo de limón
- ✓ Azúcar

La preparación de este coctel consiste en verter el zumo de limón, el ron, el hielo y el azúcar en una coctelera; después se procede a agitarlo bien y a servirlo en una copa de cóctel.

- ➢ **Coctel Sex on the Beach:**

Los ingredientes necesarios son los siguientes:

- ✓ 2 oz. de vodka
- ✓ 3 oz. de jugo de arándano
- ✓ 3 oz. de jugo natural de naranja
- ✓ ½ oz. de licor de durazno
- ✓ 1 rodaja de naranja o 1 cereza

En un vaso alargado se mezcla todos los ingredientes; luego se agrega el licor de durazno; y, finalmente, para servirlo, se adorna con la rodaja de naranja o la cereza.

➢ **Gin Tonic:**

Para su preparación se necesita:

- ✓ 2 oz. de Ginebra
- ✓ Agua tónica
- ✓ Cubitos de hielo
- ✓ ½ rodaja de limón

En un vaso coctelero se mezcla todos los ingredientes. Para servirlo se lo decora con la ½ rodaja de limón.

➢ **Coctel Cosmopolitan:**

Los ingredientes para la preparación son:

- ✓ Vodka
- ✓ Zumo de ½ lima
- ✓ 12 ml Cointreau
- ✓ 25 ml zumo de arándanos rojos
- ✓ 6 cubitos de hielo picados
- ✓ Una rodaja de lima

Primero se llena un vaso mezclador hasta la mitad con cubos de hielo; luego se agrega: vodka, Cointreau, zumo de lima y zumo de arándanos rojos; después se procede a agitarlo y a servir.

➢ **Coctel Dama Rosada:**

Este coctel contiene:

- ✓ 1 medida de Ginebra
- ✓ 5 cerezas
- ✓ 1 medida de leche condensada
- ✓ 1 pizca de soda

Se coloca en la licuadora las cerezas, la ginebra, la soda y la leche condensada. Se licúa durante 30 segundos. Se sirve en copas altas y se decora con una cereza.

➢ **Coctel Manhattan:**

Los ingredientes para su preparación son los siguientes:

- ✓ 1/3 de vermut seco o dulce
- ✓ 2/3 de whisky
- ✓ Un par de hielos
- ✓ 1 cereza o 1 aceituna verde

Primero se mezcla el vermut seco o dulce (dependiendo de la preferencia del cliente) con el whisky; luego se agrega un par de hielos y se sirve en una copa de cóctel. Se adorna con 1 aceituna verde en el caso de que se haya elegido el vermut seco; y, con 1 cereza, si se ha utilizado vermut dulce.

➢ **Coctel Blue Lake:**

Los ingredientes para su elaboración son:

- ✓ 1 medida de vodka
- ✓ 1 medida de Curacao Azul
- ✓ 1 rodaja de limón
- ✓ Cubitos de hielo

Se vierte en un vaso con cubitos de hielo el vodka y el Curacao Azul. Para servir se decora con la rodaja de limón.

➢ **Coctel Vodka con Naranja:**

Para este coctel se requiere:

- ✓ 2 onzas de vodka
- ✓ 4 onzas de jugo de naranja
- ✓ 3 cubos de hielo
- ✓ ½ rodaja de naranja

Primero se mezcla en un vaso alto el vodka y el jugo de naranja, luego se coloca los 3 cubos de hielo. Se procede a remover con una cuchara y para servir se adorna con media rodaja de naranja.

➢ **Coctel Dama Blanca:**

Para su preparación se utiliza los siguientes ingredientes:

- ✓ 50 ml de Ginebra
- ✓ 25 ml de Cointreau
- ✓ 4 cubitos de hielo
- ✓ 1 cucharadita de zumo de limón
- ✓ 1 clara de huevo
- ✓ Limón en espiral

.

En una coctelera se coloca los cubitos de hielo, la ginebra, el Cointreau, la clara de huevo y el zumo de limón; agitándolos bien. Por último, para servir, se decora la copa con el limón en espiral.

➢ **Coctel de Menta:**

La preparación de este coctel requiere:

- ✓ 4 cl. de leche condensada
- ✓ 4 cl. leche evaporada
- ✓ 2 cl. de licor de menta
- ✓ Hielo

Para preparar este coctel se debe mezclar la leche condensada, la leche evaporada, el licor de menta y el hielo en la licuadora. Se procede a servirlo en una copa.

➢ **Coctel Desperate Housewives:**

Para la preparación se necesita los siguientes ingredientes:

- ✓ 3 cl. de vodka
- ✓ 2 cl. de Cointreau
- ✓ 6 cl. de jugo de mango
- ✓ Cubos de hielo
- ✓ Jugo de limón
- ✓ Colorante amarillo
- ✓ Azúcar
- ✓ 1 chorrito de granadina

En primer lugar se mezcla: el vodka, el Cointreau, el jugo de mango y algunos cubos de hielo; agitándolos fuertemente. Luego, en un vaso de Martini, se moja su borde con jugo de limón pasándole azúcar con un poco de colorante alimentario amarillo para que tome color. Se debe repetir este proceso varias veces. Posteriormente, a la preparación inicial, se la coloca en el vaso decorado con una rodaja de limón. Por último, se la agrega un chorrito de granadina y se sirve.

1.2. Ktelitos:

En el bar se encontrarán los siguientes cocteles sin alcohol:

- **Hawaiano:**

Los ingredientes para su preparación son:

- ✓ Jugo de piña
- ✓ Jugo de naranja
- ✓ Granadina

Para la elaboración de este "Ktelito", se coloca todos los ingredientes en un vaso mezclador, se los agita bien y se sirve en una copa con un sorbete.

- **Medias de Seda:**

Los ingredientes necesarios para su preparación son:

- ✓ Fresa
- ✓ Jarabe de frutilla
- ✓ Crema de leche

Para la preparación de este coctel sin alcohol, se debe mezclar la fresa, el jarabe de frutilla y la crema de leche en un vaso mezclador. Luego se debe agitar bien el mismo y se sirve en una copa con un sorbete.

- **Intenso Chocolate:**

Los ingredientes son:

- ✓ Crema de leche
- ✓ Chocolate y canela

Para este "Ktelito", se coloca en un vaso mezclador todos los ingredientes. Luego se agita bien y se sirve en una copa con un sorbete.

- **Sunrise:**

Los ingredientes son:

- ✓ Jugo de Naranja
- ✓ Granadina
- ✓ 1 ½ rodajas de naranja

Se mezcla el jugo de naranja y la granadina, luego se revuelve hasta que los ingredientes estén completamente combinados; se sirve en una copa; y, se ubica en el borde la rodaja y media de naranja.

2. Preparación de comida [56]:

2.1. Piqueos:

- **Bandeja de Queso:**

Esta picadita posee los siguientes ingredientes:

- ✓ Queso fresco
- ✓ Queso seco.
- ✓ Queso gouda.
- ✓ Queso mozarella.
- ✓ Queso cheddar.
- ✓ Porción de papas fritas con aceitunas o rodajas de pan con aceitunas.
- ✓ Salsas propias de la casa.

La preparación consiste en picar los diferentes tipos de queso, colocarlos en un platón junto con las papas fritas y/o las rodajas de pan (dependiendo de la elección de los clientes) y las aceitunas, y esto se acompaña con salsas propias de la casa.

[56] (http://www.recetas-de-cocina.net/ [consulta 14 de septiembre de 2.010]); Inventarte.net, Incubadora de negocios digitales.

➢ **Platón de Jamón:**

Esta picadita contiene:

- ✓ Jamón cocido.
- ✓ Jamón de pollo.
- ✓ Salami.
- ✓ Jamón ahumado
- ✓ Quesos
- ✓ Porción de papas fritas con aceitunas o rodajas de pan con aceitunas.
- ✓ Salsas propias de la casa.

La preparación consiste en picar los diferentes tipos de jamón, colocarlos en un platón junto con las papas fritas y/o las rodajas de pan (dependiendo de la elección de los clientes) y las aceitunas, y esto se acompaña distintos tipos de quesos y salsas propias de la casa.

➢ **Platón de Aceitunas:**

Esta picadita posee los siguientes ingredientes:

- ✓ Aceitunas verdes enteras
- ✓ Aceitunas verdes deshuesadas
- ✓ Aceitunas verdes rajadas
- ✓ Aceituna verdes machacadas
- ✓ Aceitunas verdes rellenas
- ✓ Aceitunas negras enteras
- ✓ Quesos.
- ✓ Salsas de la casa.

La preparación consiste en colocar los diferentes tipos de aceitunas en un platón junto con las rodajas de diferentes tipos de quesos, y esto se acompaña con salsas de la casa.

➢ **Porción de papas fritas:**

Esta picadita posee los siguientes ingredientes:

- ✓ Papas

- ✓ Aceite
- ✓ Sal
- ✓ Mayonesa
- ✓ Salsa de tomate

La preparación de este plato consiste en primeramente picar las papas luego se procede a freírlas en el aceite durante el tiempo que se considere necesario, luego de freírlas se las coloca en el plato y se las condimenta con sal, se las puede servir junto a salsa de tomate y mayonesa.

➢ **Alitas de pollo en Salsa BBQ:**

Esta picadita posee los siguientes ingredientes:

- ✓ 1/4 taza de mostaza.
- ✓ 1/2 taza miel de maple.
- ✓ 1 cucharada de pimienta
- ✓ 1/4 cucharadita de pimienta negra molida
- ✓ 1 cucharada de consomé de pollo en polvo
- ✓ 1/4 taza de agua
- ✓ 1 taza de salsa cátsup.
- ✓ 2 kilos de alitas de pollo

Para la preparación se debe precalentar el horno a 150°c., luego en un recipiente se mezcla la miel, la mostaza, la salsa cátsup, el consomé, la salsa inglesa, la pimienta y el agua. Se debe cortar las alitas de pollo en tres partes, desechando la parte menos carnosa. Antes de introducir las alitas al horno deben colocarse bien limpias en una charola y se debe bañarlas con la salsa preparada con anterioridad, luego se procede a hornearlas de 30 a 45 min, girándolas cada 10 min.

➢ **Camarones Apanados:**

Los camarones apanados poseen los siguientes ingredientes:

- ✓ 1 libra de camarones pelados y limpios
- ✓ 1 huevo
- ✓ ¼ de libra de pan rallado

- ✓ Ajo en polvo
- ✓ 2 cucharaditas de mostaza
- ✓ Sal y pimienta al gusto
- ✓ ½ taza de aceite para freír
- ✓ Para acompañar, patacones, mayonesa y ensalada

Una vez que los camarones se hallen limpios y secos sazonarlos con el ajo, la pimienta, la mostaza y la sal y dejarlos reposar por 10 minutos. Pasar los camarones por el huevo y luego por el pan rallado, posteriormente se debe calentar en una sartén honda el aceite y freír cuidadosamente los camarones, sacarlos una vez que se doren por ambos lados, escurrir el aceite y servir caliente, ya para servir se puede acompañar los camarones con los patacones, la mayonesa y la ensalada de su preferencia.

- ➢ **Llapingachos:**

Esta picadita posee los siguientes ingredientes:

- ✓ Aceite de achiote
- ✓ Sal
- ✓ Cebolla blanca
- ✓ 2 libras de papa chola
- ✓ Queso al gusto

La preparación de este piqueo consiste cocinar las papas hasta que se encuentren suaves, luego se procede a aplastarlas y a ponerles un poco de achiote y mezclarlo, seguidamente se prepara el refrito con la cebolla blanca y el achiote además se le debe colocar una pisca de sal y se retira del fuego, finalmente se mescla con el queso y se rellena la masa de las papas para luego freír y posteriormente servirse.

- ➢ **Camarones al ajillo:**

Los camarones al ajillo poseen los siguientes ingredientes:

- ✓ 1 libra de camarón pelado
- ✓ 3 cucharadas de aceite de oliva
- ✓ 2 cebollas perlas picadas en cuadritos

- ✓ 4 cabezas de ajo finamente picados
- ✓ 10 cucharadas de perejil
- ✓ Ají en cuadros
- ✓ Sal
- ✓ Pan de agua

Primeramente se empieza por dorar en un sartén con aceite de oliva el ajo y la cebolla perla, luego se debe incorporar los camarones al sartén y cocinarlos hasta que tomen color, posteriormente se añade la sal, el perejil y el pedazo de ají, dejarlos cocinar un poco mas y retirarlos, ya para servir se debe acompañar con pan de agua.

- ➢ **Papas fritas con queso y salami:**

Esta picadita posee los siguientes ingredientes:

- ✓ Papas
- ✓ Aceite
- ✓ Sal
- ✓ Mayonesa
- ✓ Salsa de tomate
- ✓ Salami asado
- ✓ Quesos internacionales

La preparación de este plato consiste en picar las papas y luego freírlas, mientras estas se fríen, se procede a preparar el salami, el cual en primer lugar se deberá cortar en rodajas y luego se lo freirá en aceite, después de esto se deberá cortar y picar distintos tipos de quesos para que acompañen el plato. Para finalizar se colocan las papas fritas, el salami y los trozos de quesos en un platón. Estas se sirven junto con las salsas de la casa.

- ➢ **Nachos:**

Los nachos poseen los siguientes ingredientes:

- ✓ Chips de tortillas de maíz
- ✓ 1/2 kilo de queso Cheddar
- ✓ Frejoles al gusto

- ✓ Jalapeños
- ✓ Salsa de guacamole
- ✓ Sal y pimienta a gusto

Salsa de guacamole:

Para su preparación se necesita los siguientes ingredientes:

- Dos paltas
- Cebollín
- Salsa de tomate
- Salsa de Tabasco
- Jugo de limón y aceite

Para el guacamole:

Se empieza pelando la cebolla palta y retirándole la semilla, se coloca en el vaso de la batidora junto a la salsa de tomate y al cebollín picado, luego se añade la sal, el aceite, el jugo de medio limón y un poco de salsa de Tabasco.

Para los nachos:

La noche anterior se debe dejar al remojo los porotos en un reciente con abundante agua, al otro día se cocina con agua caliente y sal gruesa, posteriormente sofreír los jalapeños y las cebollas picadas, en una sartén. Para terminar se debe colocar los nachos en un plato y encima colocar los vegetales y los porotos luego echar encima de los nachos el queso Cheddar derretido en baño María.

- **Patacones:**

Los ingredientes que se necesita para su preparación son:

- Aceite
- Sal
- Plátanos verdes
- Pimienta negra
- Ajo

Se empieza por pelar los plátanos, posteriormente se los debe cortar en ruedas no muy finas, luego se procede a freírlos colocando en primer lugar el sartén a calentar y vertiendo un poco de aceite en este, se fríe por ambos lados hasta que se ablanden los plátanos cortados, se los retira y se las coloca en una tabla con el ajo que previamente ha sido triturado, se las aplasta con ayuda de un mazo, por último se las vuelve a freír hasta dorar, para retirar la grasa de los mismos se las debe poner en una servilleta absorbente, ya para servir se les agrega pimienta y sal a su gusto.

- **Tablita Tiempos Aquellos:**

Los ingredientes para la preparación de esta tablita son los siguientes:

- ✓ Chuletas BBQ
- ✓ Pinchos
- ✓ Camarones Borrachos
- ✓ Salsa Bechamel
- ✓ Salsa ligera de mostaza
- ✓ Salsa cocía.

Chuletas BBQ:

Para prepararlas se necesita:

- 1 cda de salsa inglesa
- 1/8 cdta curry
- 1 cebolla picada
- 4 chuletas de chancho
- 1 cda de azúcar
- 3 cdas de jugo de limón
- 1/2 cdta de mostaza
- 1 cda de vinagre
- 3 cdtas de salsa chili
- 1 cdta de harina
- Aceite
- Margarina
- Sal y pimienta

Para la preparación de esta en primer lugar se dora en aceite ligeramente las chuletas al mismo tiempo que se las sazona con sal; Aparte se prepara la salsa, primeramente se fríe en margarina la cebolla, se agrega la harina y los demás ingredientes, se deja cocinar por aproximadamente un minuto y luego con esta se baña las chuletas, para luego cocinarlas en el horno durante una hora a una temperatura de 375 °F.

Pinchos:

Para prepararlas se necesita:

- Pimiento morrón verde
- 5 pinchos de largo
- 5 cebollas
- 1/4 taza de aceite
- Ajo en polvo
- Pimienta molida
- 2 tomates
- Sal

Se empieza por preparar la carne para esto en primer lugar se la limpia, luego se la trocea y se la sazona, posteriormente se debe espolvorear con el orégano, la pimienta y el ajo, para dejar reposar 40 minutos. Por otro lado se debe preparar los vegetales mientras la mezcla esta lista. Seguidamente se debe poner a calentar el horno mientras se preparan las brochetas., para cada brocheta se debe ensartar en cada pincho 1 trozo de carne, 1 trozo de cebolla, 1 tomate, otro trozo de carne, pimiento verde, tomate nuevamente, otro trozo de carne nuevamente, luego se coloca estos sobre los bordes de un aluminio rectangular, se los unta con aceite del adobo y se lo mete al horno, se los deja asar y se los gira cada 12 minutos, bañándolos con la ayuda de una brocha de cocina con mantequilla derretida.

Camarones Borrachos:

Para prepararlas se necesita:

- 1 lb. de camarones

- 1 guindilla
- 1 cebolla morada
- Zumo de 5 limones
- Vino blanco de su preferencia o tequila
- Tostadas

Para su preparación en primer lugar se deben pelar y se lavar los camarones luego se les debe quitar la vena negra y partirlos por la mitad y luego se los extiende. Posterior se echa el condimento en un comal sin semillas y se lo tritura, a esta preparación se le agregan los camarones junto con el zumo de limón, para finalizar se debe partir la cebolla en rodajas delgadas se coloca las mismas por encima de los camarones, luego se las rocían con vino o tequila, ya para servir se los acompaña con Tostadas y pepinos en rodajas.

Salsa Bechamel:

Los ingredientes necesarios para su preparación son:

- 25 gr. de mantequilla
- ½ leche fría
- 2 cucharadas soperas de aceite fino
- 2 cucharadas soperas de harina
- Sal

Para la preparación de esta salsa se debe colocar la mantequilla con el aceite a derretir en una sartén, una vez esto hecho, se añade la leche fría poco a poco siempre revolviendo constantemente con una cuchara de madera que no se formen grumos, luego se deja hervir a fuego mediano de 5 a 8 minutos la mezcla.

Salsa ligera de mostaza:

Para su preparación se requiere:

- 300 ml. de leche semidesnatada
- 6 cucharadas de mostaza
- 25 gr. de margarina

- 25 gr. de harina
- Sal
- Pimienta

En primer lugar se derrite la margarina, posteriormente se agrega la harina y se deja cocinar removiéndolo constantemente durante un minuto, luego se retira y se añade la leche semidesnatada, después de esto se deja hervir lentamente y se continúa la cocción hasta que la mezcla empiece a espesar, por último se deja cocer 3 minutos y se le agrega la mostaza, sal y pimienta al gusto.

Salsa Cocía:

Los ingredientes para su preparación son:

- 5 cucharadas de aceite crudo
- 5 tomates gordos
- 2 ajos
- 5 pimientos carnosos

Para empezar se coloca los pimientos y los tomates a asar en el horno, una vez que han llegado a su punto, con un tenedor los tomates son machacados, mientras que los pimientos se pelan y se hacen tiras, hecho esto se los añade a los ajos que previamente han sido machacados y se los rocía con abundante aceite crudo.

2.2. Variedades vegetarianas:

- **Ensalada Primavera:**

Los ingredientes son:

- 1/4 lb. de vainitas
- 6 aceitunas negras
- ½ lb. de fideo tornillo
- 1 taza de champiñones naturales en rodajas
- 1 berenjena, en rodajas y en cuartos

- 2 pimientos cortados
- 1/8 cucharadita de pimienta
- 1 cebolla perla en aros
- Sal al gusto

Primero se debe lavar las berenjenas y secarlas, una vez hecho esto se las fríe en mantequilla, sazonadas con sal y pimienta. Por su parte el fideo tornillo se cocina en agua sal con aceite, luego este se lo ubica en el plato y sobre él se coloca los champiñones, las vainitas y las berenjenas que previamente ya fueron freídas, ya para servir se decora el plato con la cebolla perla, las aceitunas, y los pimientos.

- **Ensalada Fantasía:**

Los ingredientes son:

- ✓ 3 papas en rodajas.
- ✓ ½ taza de alcaparras.
- ✓ 1 pimiento verde cortado.
- ✓ 3 tomates en rodajas por la mitad.
- ✓ 2 cdas. de mostaza.
- ✓ 2 huevos en rodajas.
- ✓ ½ taza de aceitunas rellenas en mitades.
- ✓ 2 cdas. de aderezo italiano.

Se procede a cocinar las papas en agua con sal, esas se ubican sobre un plato, luego se coloca sobre las mismas los tomates, pimientos, las rodajas de huevos y alcaparras, ya para servir se mezcla la mostaza con el aderezo italiano y se baña esta ensalada.

- **Ensalada Rusa:**

Los ingredientes son:

- ✓ 3 papas, cocinadas en cuadraditos.
- ✓ 1 cebolla perla en aros.
- ✓ ½ lechuga en pedacitos.
- ✓ ¼ taza de cilantro, picado.

- ✓ 1 taza de mayonesa
- ✓ 2 zanahorias, cocinadas en cuadraditos.
- ✓ 2 tomates medianos en cuadraditos
- ✓ ¼ taza de perejil, picado.
- ✓ 1 lata de arvejas.
- ✓ ½ atado de verduras.
- ✓ 2 huevos duros.
- ✓ 1/8 cdita. de pimienta.
- ✓ Sal

Se ubica en un plato la lechuga y sobre este se coloca las verduras, las papas, los tomates, las zanahorias, la cebolla, el cilantro y la mayonesa, luego se mezclan con las arvejas y para servir se decora con los huevos duros y el perejil picado.

- **Vegetales Calientes Agridulces:**

Los ingredientes son:

- ✓ 1 cucharada de habichuelas blanqueadas.
- ✓ 1 cucharada de calabacines.
- ✓ 1 cucharada de coliflor.
- ✓ 1 cucharada de zanahoria blanqueada.
- ✓ 1 cucharada de aceite
- ✓ 3 cucharadas de salsa de tomate.
- ✓ 1 cucharada de brócolis blanqueadas.
- ✓ 2 cucharadas de vinagre.
- ✓ 1 cucharada de apio blanqueado.
- ✓ 1 cucharada de cebolla.
- ✓ 1 cucharada de pimentón.
- ✓ 1 diente de ajo picado.
- ✓ 1 cucharada de azúcar.
- ✓ 2 cucharadas de agua.

Primero se debe cocinar las habichuelas, zanahoria, coliflor y el apio en agua hirviendo por 5 minutos, después se procede a freír con aceite el ajo y la cebolla,

luego el pimentón y el resto de los vegetales blanqueados, aparte se hierve el vinagre con el azúcar y el agua con la salsa de tomate, por último se debe agregar la mezcla los vegetales se deja cocinar por 5 minutos más y servir.

- **Ensalada Mediterránea:**

Los ingredientes son:

- ✓ 1 berenjena
- ✓ 1 pepino
- ✓ 2 dientes de ajo
- ✓ 1 ají rojo
- ✓ 1 cebolla
- ✓ 200 gr de queso *mozzarella* en cubos
- ✓ 3 tomates
- ✓ 20 aceitunas negras
- ✓ 6 cucharadas de aceite de oliva
- ✓ 3 cucharadas de aceto balsámico
- ✓ Sal y pimienta a gusto.

Para la preparación en primer lugar se debe colocar el aceite de oliva en la sartén y calentarlo, después se dora un poco las berenjenas picadas en láminas finas, las cebollas en rodajas y el ají en trozos, luego se corta los tomates y el pepino, se filetea los ajos y se los dora también en el aceite de oliva. Para la vinagreta se debe utilizar el aceite, el aceto balsámico, la sal, la pimienta, y los ajos dorados. Por último se acomoda todas las verduras y el queso cortado en cubos en una fuente cuidando su presentación se condimenta con la vinagreta y se sirve.

- **Lasaña Vegetariana:**

Los ingredientes son:

- ✓ 3 cucharadas de aceite de oliva.
- ✓ 2 cebolla mediana picada.
- ✓ 6 flores de brócoli picado.
- ✓ 1 calabaza cortada en rodajas.
- ✓ 1 lata de champiñones picados.

- ✓ 1 lata de tomates.
- ✓ 1/2 kg. de tomate en rodajas.
- ✓ 1 paquete de fideos lasaña.

Se debe poner a calentar el aceite en un sartén sobre fuego fuerte, agregar las cebollas y los brócolis; luego cocinar durante 4 minutos; y, después, añadir los champiñones que han sido previamente cortados y la calabaza. Cocinar por otros dos minutos, posteriormente agregar los tomates y revolver. Colocar sobre el fuego a baja temperatura por otros 5 minutos.

Aparte cocinar los fideos de lasaña según las especificaciones de los mismos. Después es necesario situarlos en un molde untado con manteca previamente. Luego se debe cubrir con la mezcla de verduras; nuevamente, revestir con los fideos; y, así sucesivamente hasta terminar con los ingredientes.

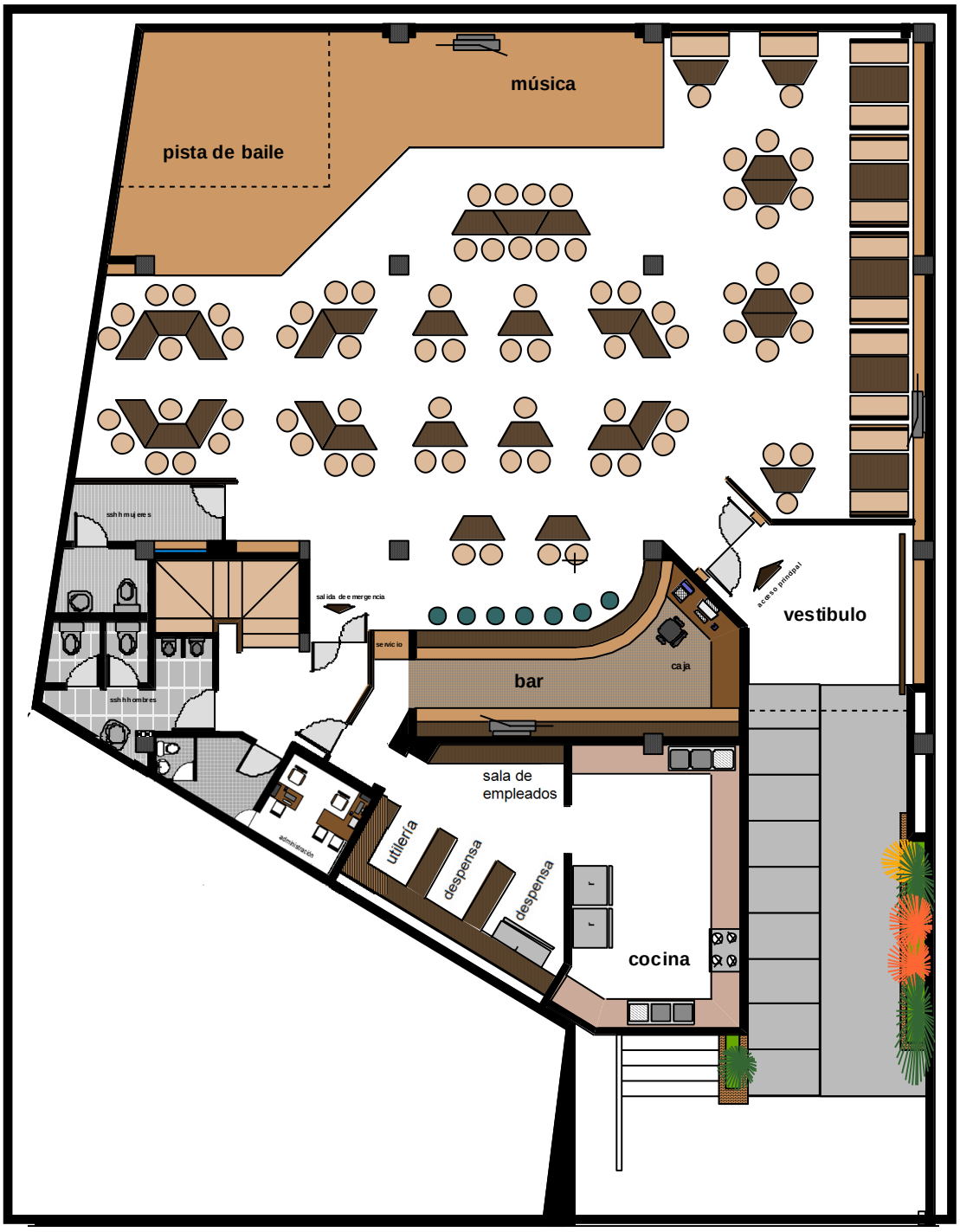
- **Ensalada César con Pollo:**

Los ingredientes son:

- ✓ ½ libra de pollo
- ✓ Lechuga romana
- ✓ Salsa César
- ✓ Pan
- ✓ Queso Parmesano
- ✓ Tocino
- ✓ Especias

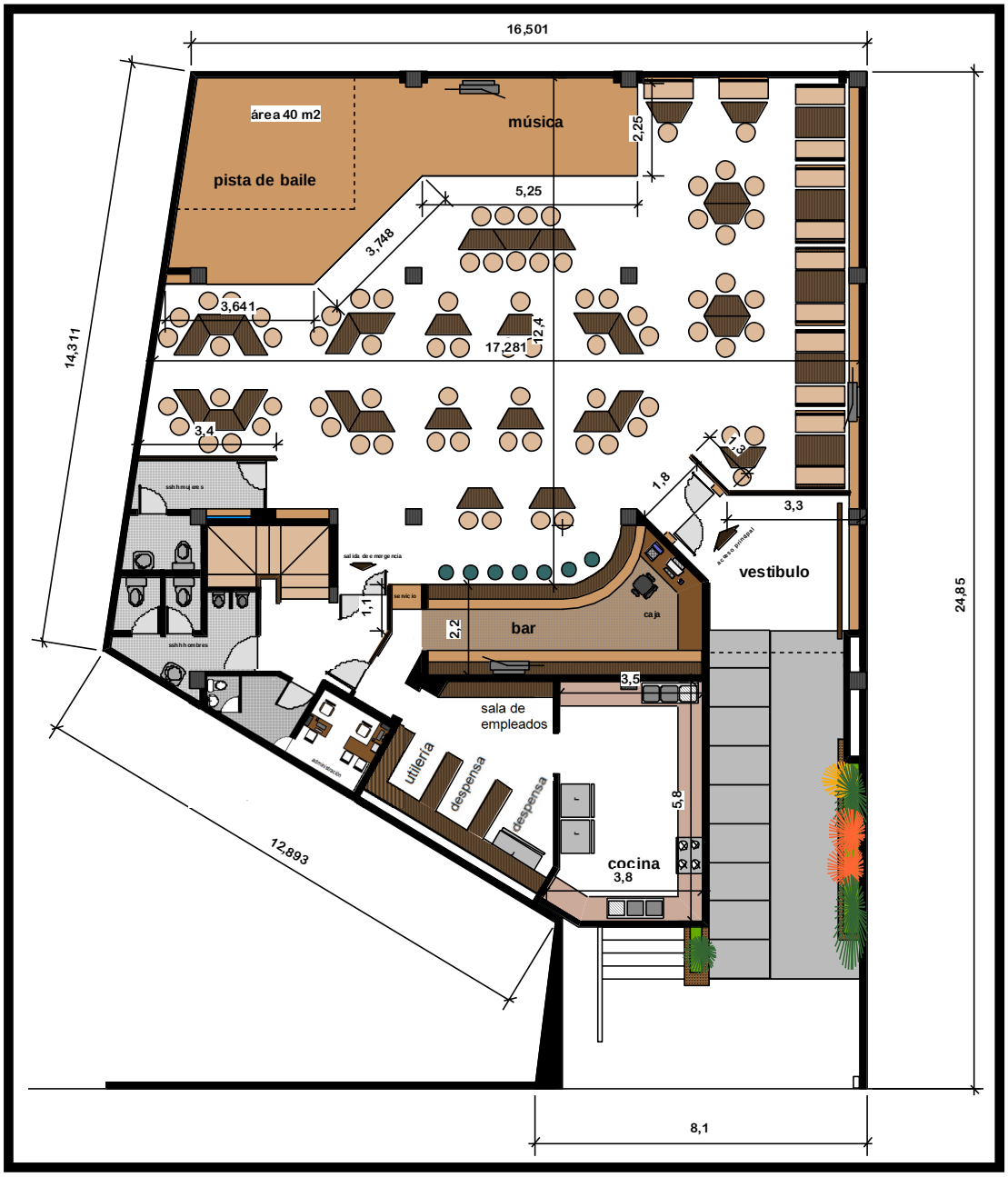
La preparación consiste en poner a cocinar el pollo con las especias; lavar la lechuga con agua y unas gotas de cloro por pocos segundos; luego de esto se la procede a enjuagar con abundante agua hasta quitar completamente el cloro de la lechuga; después se mezcla la misma con el pan que previamente ha sido cortado en pedazos pequeños junto al tocino que también ha sido picado en porciones pequeñas y al pollo que se ha desmenuzado; posteriormente se le agrega el queso parmesano rallado y para servir se baña toda esta mezcla con la salsa césar.

Gráfico A.12. "Plano del establecimiento"



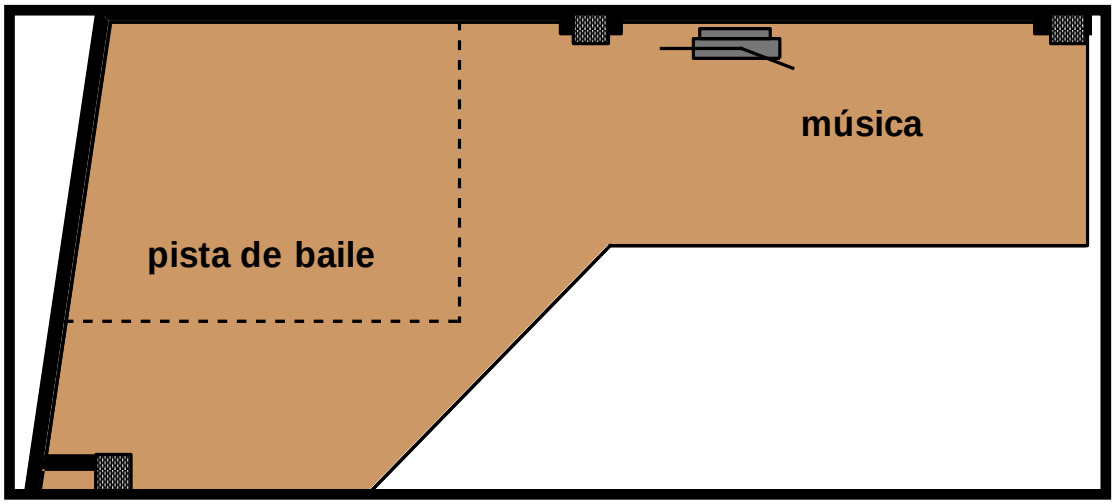
Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.13. "Plano del establecimiento con medidas"



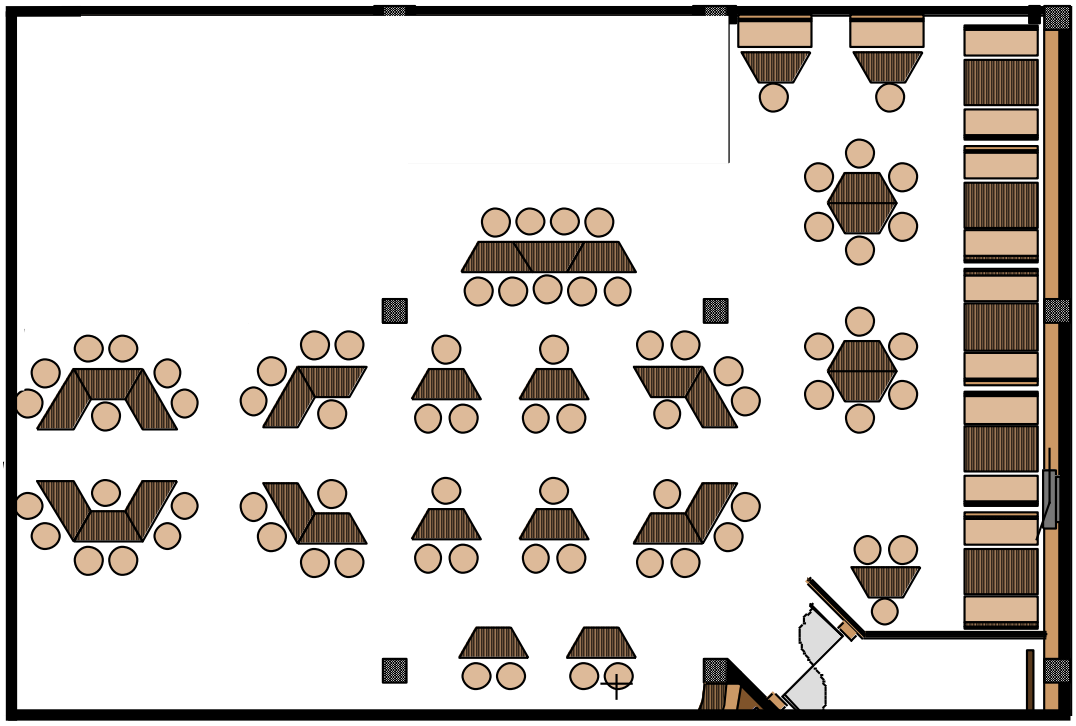
Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.14. “Tarima”



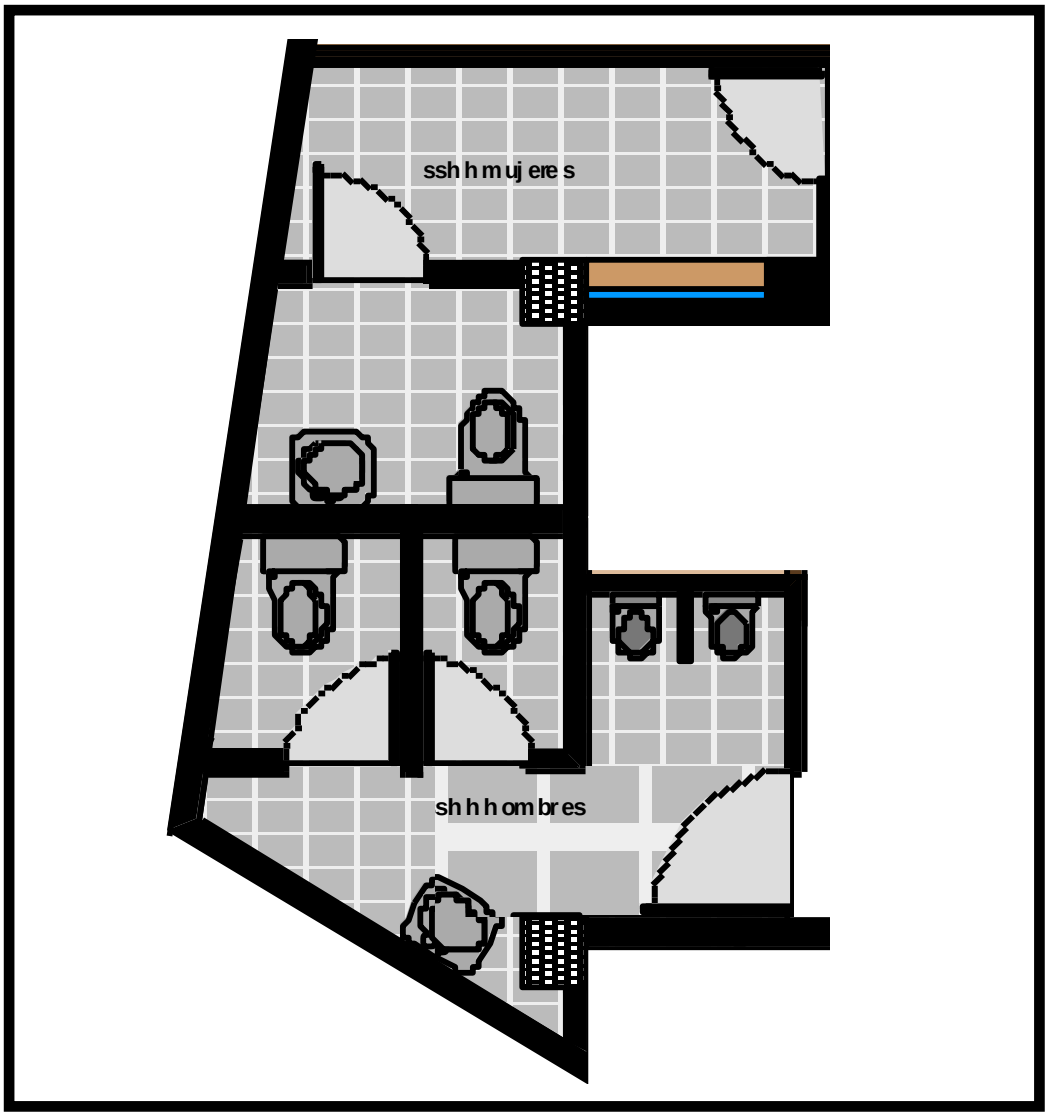
Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.15. "Salón"



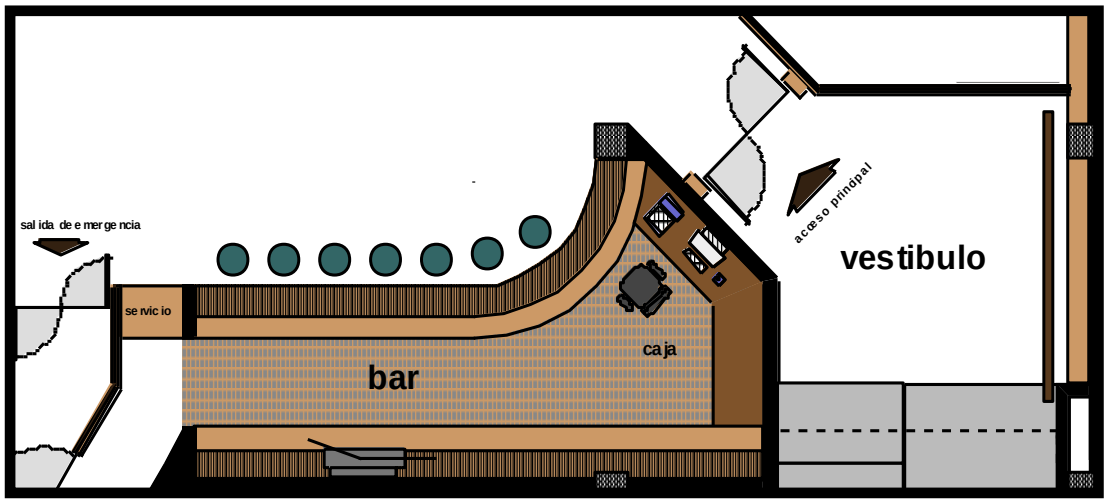
Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.16. "Baños"



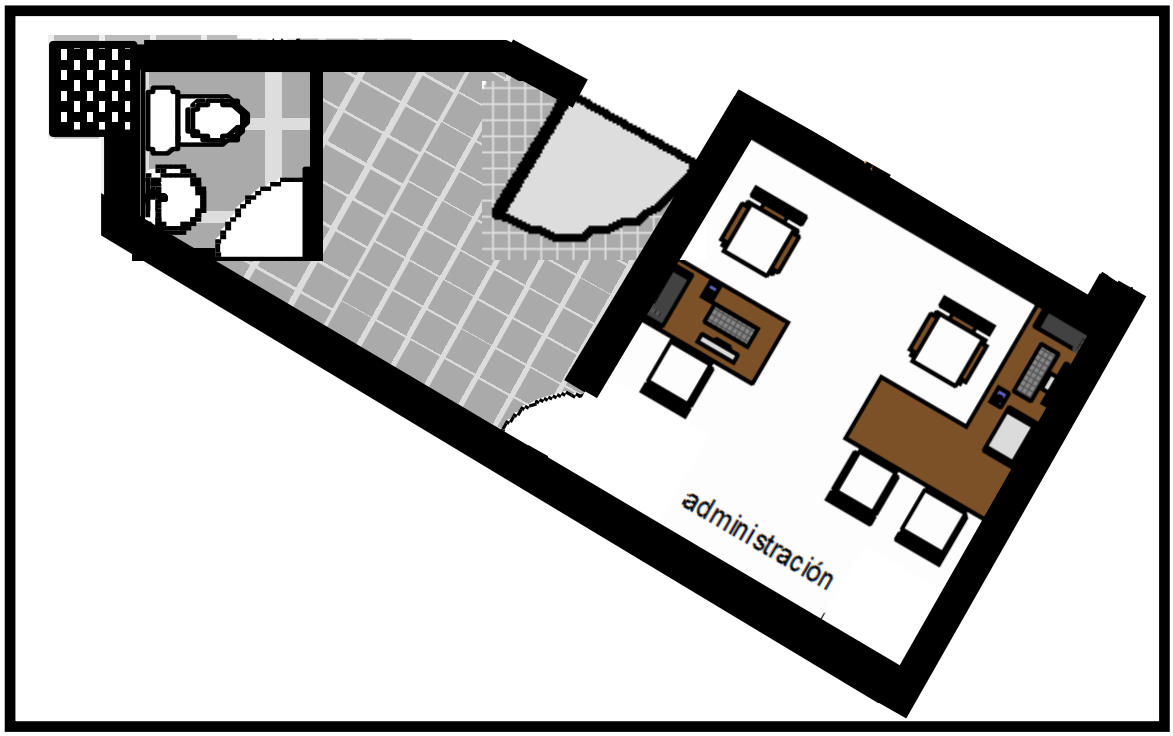
Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.17. "Barra, recepción y vestíbulo exterior"



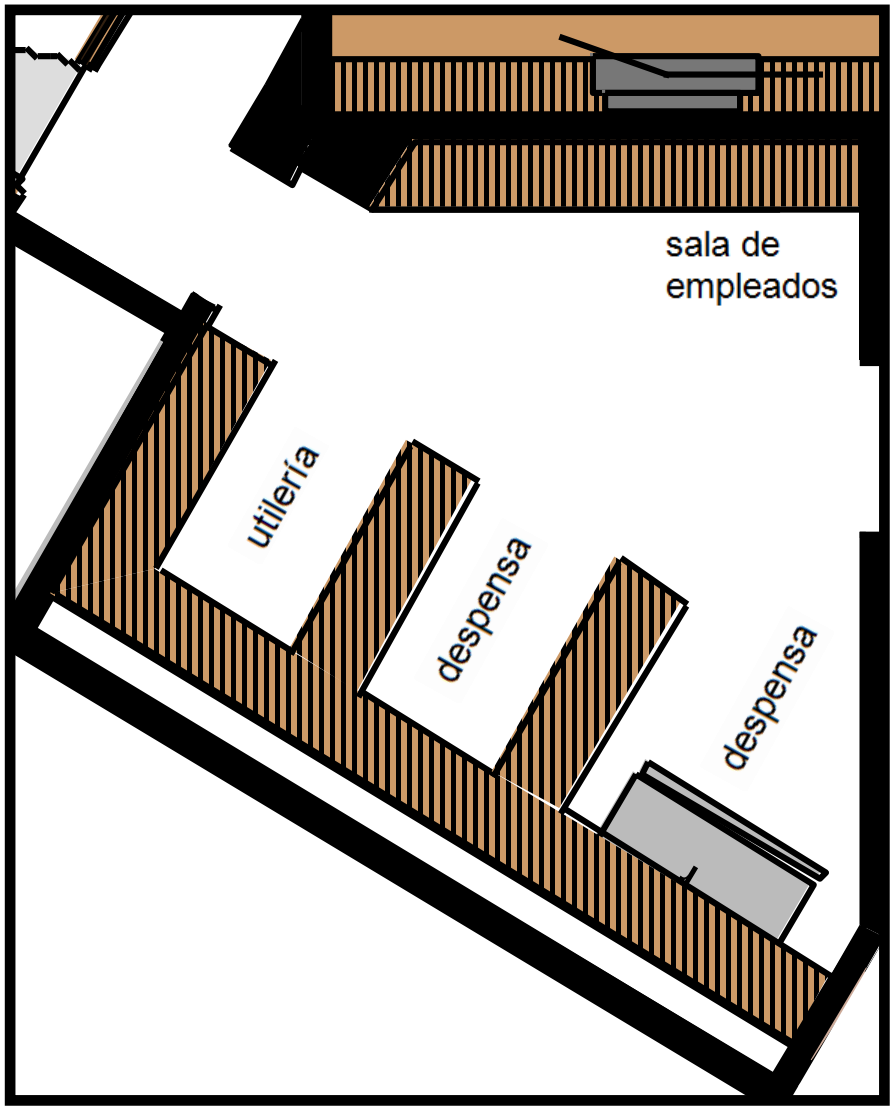
Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.18. "Administración y baños de empleados"



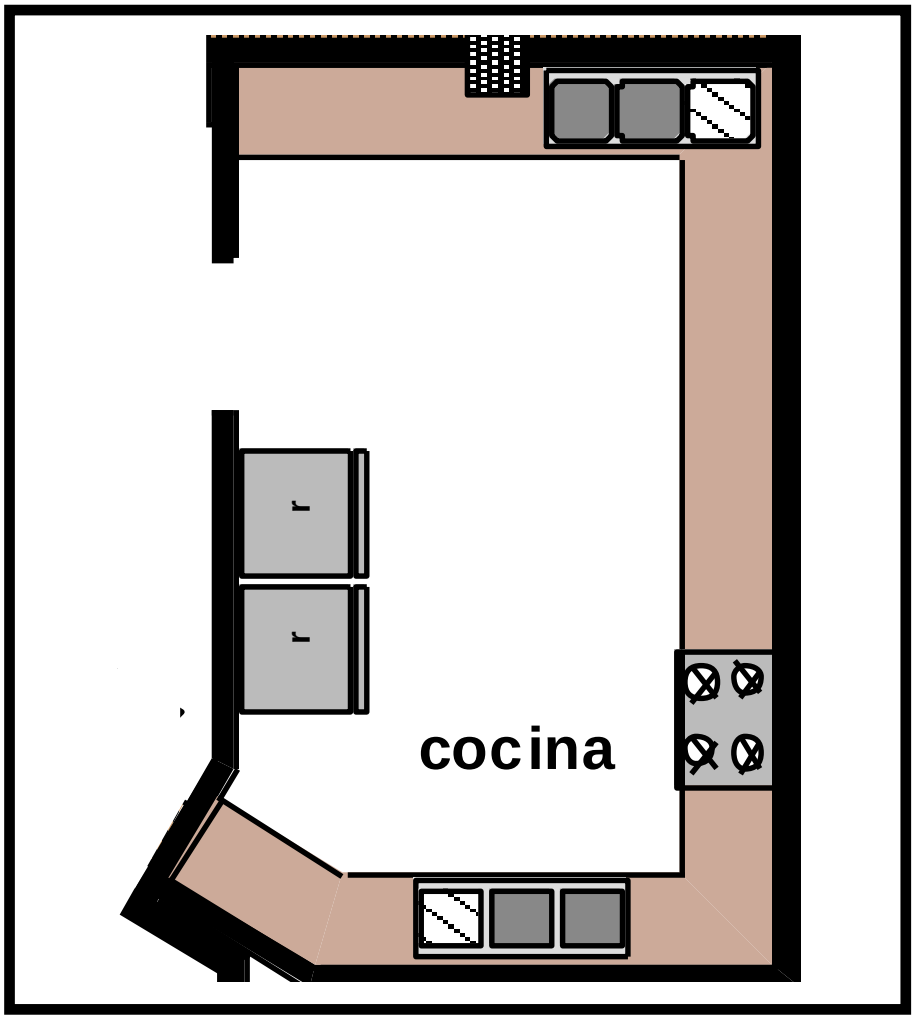
Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.19. "Despensa, sala de empleados y utilería"



Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.20. "Cocina"



Elaborado por: Arq. Marco Nieto Rodríguez

Gráfico A.21. "Parqueadero y guardianía. Foto N° 1"

Fotos tomadas por los autores

Gráfico A.22. "Parqueadero y guardianía. Foto N° 2"

Fotos tomadas por los autores

MODELO DE MINUTA DE COMPAÑÍA

SEÑOR NOTARIO:

En el correspondiente protocolo de instrumentos públicos a su cargo sírvase incorporar uno en el que conste la **CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA "TIEMPOS AQUELLOS CIA. LTDA."**, al tenor de las siguientes cláusulas y estipulaciones:

PRIMERA.-COMPARECIENTES.- Intervienen en la celebración del presente contrato los señores **MONICA ALEXANDRA DUQUE RODRIGUEZ Y ALEXANDER ENRIQUE AGUIRRE GAONA,** de estado civil solteros, ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en este cantón Cuenca, y capaces ante la Ley para contratar, quienes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, una compañía de responsabilidad limitada que se regirá por los siguientes estatutos:

ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA "TIEMPOS AQUELLOS CIA. LTDA."

CAPITULO PRIMERO.-
DENOMINACION, OBJETO SOCIAL, DOMICILIO Y PLAZO:

ARTICULO PRIMERO.- DENOMINACION.- La compañía se denominará **"TIEMPOS AQUELLOS CIA. LTDA."** la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas y los presentes estatutos.

ARTICULO SEGUNDO.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía es el cantón Cuenca, provincia del Azuay, pudiendo establecer sucursales en cualquier otra parte del territorio ecuatoriano o del extranjero según lo resuelva la Junta General de Socios.

ARTICULO TERCERO.- OBJETO SOCIAL.- El objeto social de la compañía es, ser un centro de entretenimiento para personas mayores. Para el cumplimiento del objeto, la compañía podrá realizar cualquier acto o contrato permitido por la Ley y podrá también participar en el capital de otras compañías como socia.

ARTICULO CUARTO.- PLAZO.- La compañía tendrá una duración de cinco años, a contarse desde la fecha de la inscripción de este contrato en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser restringido y prorrogado por resolución de la Junta General, de conformidad con la Ley.

CAPITULO SEGUNDO
DEL CAPITAL SUSCRITO, Y SOCIOS

ARTICULO QUINTO.- DEL CAPITAL SUSCRITO.- El capital suscrito de la compañía es de 1.000 Dólares de los Estados Unidos de América, dividido en mil participaciones nominativas y ordinarias, de un dólar de los Estados Unidos de América cada una. El aumento o disminución del capital suscrito se podrá acordar por resolución de la Junta General de Socios, de conformidad con la Ley.

ARTICULO SEXTO.- Los títulos de participaciones, se expedirán de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Compañías y podrán representar una o más participaciones. En lo referente a la propiedad de las participaciones, traspasos, constitución de gravámenes, pérdidas o deterioros, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

ARTICULO SEPTIMO.- AUMENTO DE CAPITAL.- Los socios tendrán derecho preferente para suscribir los aumentos de capital en proporción a sus participaciones, salvo que se encuentren en mora en el pago de la suscripción anterior, todo de conformidad con lo que establece al respecto la Ley de Compañías. De no hacerse uso de tal derecho, las nuevas participaciones podrán ser ofrecidas inclusive a terceros, de acuerdo a las regulaciones legales.

CAPITULO TERCERO
DE LOS SOCIOS, DE SUS DERECHOS Y ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDAD.

ARTICULO OCTAVO.- Son derechos y obligaciones de los socios: a) intervenir en las Juntas Generales, en todas las deliberaciones y decisiones de la Compañía, personalmente o por medio de representante que acredite tal calidad mediante carta dirigida al presidente o gerente para cada Junta o por medio de poder notariado que conceda la representación general; b) votar en las Juntas Generales. Para este efecto cada participación pagada dará derecho a un voto; c) ser preferido para la suscripción de participaciones en el caso de aumento de capital, d) No negociar libremente sus participaciones y, e) todos los demás señalados en la Ley y estos estatutos.

ARTICULO NOVENO.- RESPONSABILIDAD.- La responsabilidad de los socios se limitará al monto de sus participaciones.

CAPITULO CUARTO
GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO DECIMO.- La Junta General, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía, con amplios poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgare convenientes en defensa de la misma. La administración corresponderá al Presidente y al Gerente General, dentro de las atribuciones y obligaciones que para cada uno señala la Ley y estos estatutos.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.- DE LA JUNTA GENERAL- La Junta General conformada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. Sus decisiones, tomadas de conformidad con la Ley y estos estatutos, obligan a todos los socios y no pueden ser revisadas o cambiadas o reformadas sino por la misma Junta General. Obligarán a todos los socios hayan

concurrido o no, hayan votado o no a favor, salvo el derecho de oposición que será ejercido de conformidad con la Ley.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- Las Juntas Generales son Ordinarias y Extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la Compañía, previa convocatoria del Presidente o del Gerente General, la misma que se realizará mediante comunicación por la prensa en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio de la Compañía de conformidad con lo dispuesto en la Ley con ocho días de anticipación, al fijado para la reunión. Sin embargo la Junta se entenderá convocada y válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la Junta, debiendo suscribir el acta, bajo sanción de nulidad. Las Junta serán presididas por el Presidente y actuará como Secretario el Gerente General. En caso de ausencia de cualquiera de ellos, la Junta designará un Presidente o un Secretario Ad-hoc.

ARTICULO DECIMO TERCERO.- La Junta General de Socios se reunirá ordinariamente dentro de los tres primeros meses de cada año calendario, para conocer y resolver las cuentas, el balance anual, previo el informe del comisario la cuenta de pérdidas y ganancias; la propuesta de distribución de beneficios que presente el Gerente General y el informe de éste sobre la gestión social, así como cualquier otro asunto puntualizado en la respectiva convocatoria. El ejercicio económico de la Compañía, comprende del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año.

ARTICULO DECIMO CUARTO.- La juntas generales extraordinarias se reunirán en cualquier, época en que fueren convocadas. En las Juntas Generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad.

ARTICULO DECIMO QUINTO.- La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan por lo menos la mitad del capital pagado. La Junta General se reunirá, en segunda convocatoria, con un intervalo no mayor de 30 días con el

número de socios presentes, debiendo expresarse este particular en la referida convocatoria. Para tratar sobre los asuntos establecidos en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se estará a lo que dispone dicha norma.

ARTICULO DECIMO SEXTO.- Las resoluciones de las juntas generales se tomarán por mayoría absoluta de votos de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO DECIMO SEPTIMO.- Son atribuciones de la Junta General:
a) reformar e interpretar los presente estatutos; b) aprobar las cuentas y balances que presenten los administradores; c) resolver a cerca de la distribución de las utilidades; d) resolver a cerca de la amortización de las participaciones; e) decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social; f) decidir sobre la apertura o clausura de sucursales y agencias; g) nombrar para periodos de dos años, al Presidente y Gerente General y removerlos de sus cargos; h) fijar las remuneraciones del presidente y del Gerente General; i) nombrar comisario; j) resolver sobre la fusión, transformación y disolución anticipada de la compañía y en general los asuntos puntualizados en el art. 33 de la Ley de Compañías; k) resolver sobre la adquisición, venta o gravamen de los inmuebles de la compañía; y, l) todas las demás atribuciones que le concede la Ley.

CAPITULO QUINTO
DEL PRESIDENTE, GERENTE GENERAL Y COMISARIO

ARTICULO DECIMO OCTAVO.- DEL PRESIDENTE.- El Presidente será elegido por la Junta General de Socios, para un periodo de dos años, pudiendo ser reelegido indefinidamente.

ARTICULO DECIMO NOVENO.- ATRIBUCIONES Y DEBERES.- Son atribuciones y deberes del presidente: a) Convocar y presidir las sesiones de las Juntas Generales de Socios, b) suscribir las comunicaciones que contengan las

resoluciones de las Juntas Generales así como las actas conjuntamente con el secretario, c) remplazar al Gerente General en caso de ausencia o impedimento, d) suscribir conjuntamente con el Gerente General los certificados provisionales por el aporte de los socios, así como los títulos de participaciones que se emitan. En caso de impedimento o ausencia del Presidente, lo reemplazará el Gerente General.

ARTICULO VIGESIMO.- DEL GERENTE GENERAL.- El Gerente General será nombrado por la Junta General para el periodo de dos años, sin que se requiera ser accionista de la Compañía y podrá ser indefinidamente reelegido.

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO.- ATRIBUCIONES Y DEBERES - Son atribuciones y deberes del gerente general: a) representar a la compañía en cualquier acto o contrato, legal, judicial y extrajudicialmente, b) manejar los fondos económicos de la compañía y controlar su movimiento, c) presentar cada año a la junta general un informe de sus labores, así como el balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, junto el proyecto de distribución de utilidades, d) Convocar y actuar como secretario de las juntas generales y dar fe de todos los asuntos de la compañía, e) llevar la correspondencia y firmar las comunicaciones, f) dirigir la marcha de la compañía atendiendo a todas sus necesidades y realizar todos los actos de administración que se requieran para una buena marcha de la misma, g) conferir poderes generales con autorización de la junta y especiales de conformidad con la ley, h) nombrar empleados y fijar sus remuneraciones, i) firmar conjuntamente con el presidente los títulos de las participaciones; y, k) todas las demás atribuciones que le corresponden por estos estatutos y la Ley.

ARTICULO VIGÉSIMO SEGUNDO.- La Junta General nombrará un comisario principal y un suplente, quienes durarán dos años en el ejercicio de sus funciones, con las facultades y responsabilidades de establecidas en la Ley de Compañías, quienes estarán en general autorizados para la revisión de toda la documentación y manejo económico de la compañía. No requieren ser socios y podrán ser indefinidamente reelegidos.

ARTICULO VIGESIMO TERCERO.- El Comisario presentará al final del ejercicio económico, un informe detallado a la Junta General, respecto del estado financiero de la compañía.

CAPITULO SEXTO
DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTICULO VIGESIMO CUARTO.- La Compañía se disolverá en los casos previstos en la Ley de Compañías y anticipadamente por resolución de la Junta General de Socios.

ARTICULO VIGESIMO QUINTO.- Una vez disuelta, se pondrá en proceso de liquidación salvo los casos de fusión o escisión. La liquidación se realizará de conformidad con la Ley de Compañías, y actuará como liquidador al Gerente General, salvo que exista resolución en contrario de la Junta General.

Atentamente,

Dr. Manolo Bonilla.
Abogado Mat. 1317 C.A.A.

MODELO DE RESERVA DEL NOMBRE.

SEÑOR

Econ. René Bueno.
INTENDENTE DE COMPAÑÍAS (E) DE CUENCA.
Ciudad.

De mis consideraciones:

Dr. Manolo Bonilla, abogado en libre ejercicio de la profesión, ante usted debidamente comparezco y le solicito:

Que al encontrarse realizando los trámites legales para la constitución de una compañía, la misma que elevo a su conocimiento para la aprobación del respectivo nombre, planteando como posibilidad la siguiente: **"TIEMPOS AQUELLOS CIA. LTDA."**

Por la favorable acogida que sepa brindar a la presente le anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,

Dr. Manolo Bonilla.
Mat. 1317 C.A.A.
ABOGADO.

MODELO DE OFICIO AL BANCO

Señor
Gerente
BANCO DE GUAYAQUIL
Ciudad

De nuestras consideraciones:

Por medio de la presente solicitamos a Usted, se sirva abrir una cuenta de integración de capital de la Compañía "TIEMPOS AQUELLOS CIA. LTDA.", la misma que será en depósito en efectivo. Adjunto la correspondiente Reserva de Denominación.

1.- Mónica Alexandra Duque Rodríguez	$500	(Representante legal)
2.- Alexander Enrique Aguirre Gaona	$500	
TOTAL	$1000	

Por la atención que sirva dar a la presente, le anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Mónica Alexandra Duque Rodríguez
Representante legal

Dr. Manolo Bonilla
Mat. 1317 C.A.A.
ABOGADO

Cuadro A.15 "Artículos varios"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Bandeja mesera	6	$ 15,16	$ 90,96
Batidoras	2	$ 40,99	$ 81,98
Caldero	1	$ 57,62	$ 57,62
Charoles	60	$ 30,01	$ 1.800,60
Coladores	3	$ 5,15	$ 15,45
Escobas	2	$ 4,99	$ 9,98
Especiero	1	$ 34,33	$ 34,33
Espejos	6	$ 20,00	$ 120,00
Extintores	5	$ 25,00	$ 125,00
Focos fluorescentes	20	$ 17,17	$ 343,40
Jarras	40	$ 6,29	$ 251,60
Juego de cubiertos	100	$ 3,00	$ 300,00
Juego de cucharones	1	$ 57,62	$ 57,62
Juego de cuchillos	1	$ 24,14	$ 24,14
Juego de luces	2	$ 150,00	$ 300,00
Juego de ollas	2	$ 353,00	$ 706,00
Juegos de micrófonos	2	$ 111,15	$ 222,30
Lámpara	1	$ 35,00	$ 35,00
Licuadoras	3	$ 32,77	$ 98,31
Platillos	100	$ 1,59	$ 159,00
Platones	40	$ 9,37	$ 374,80
Platos	100	$ 2,71	$ 271,00
Porta vajilla	2	$ 33,18	$ 66,36
Recipientes varios	40	$ 10,00	$ 400,00
Recogedores	4	$ 0,80	$ 3,20
Relojes	4	$ 13,63	$ 54,52
Sartenes	4	$ 28,04	$ 112,16
Tablas de cortar	6	$ 14,99	$ 89,94
Tablitas	40	$ 7,00	$ 280,00
Tazas	50	$ 1,74	$ 87,00
Tracubo	20	$ 35,88	$ 717,60
Trapeadores	2	$ 4,99	$ 9,98
Vasos de vidrio	100	$ 1,00	$ 100,00
Vasos mezcladores	3	$ 13,99	$ 41,97
TOTAL			**$ 7.441,82**

Elaborado por los autores

Cuadro A.16. "Inversión en activos fijos"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Abrillantadora	1	$ 900,00	$ 900,00
Aspiradora	1	$ 450,00	$ 450,00
Bancos para mesas trapezoides	76	$ 50,00	$ 3.800,00
Barra	1	$ 3.700,00	$ 3.700,00
Caja mezcladora	1	$ 489,05	$ 489,05
Cajas registradoras	3	$ 570,00	$ 1.710,00
Cámaras de seguridad	4	$ 193,33	$ 773,32
Casilleros	1	$ 500,00	$ 500,00
Cocina industrial	1	$ 350,00	$ 350,00
Computadoras	2	$ 643,78	$ 1.287,56
Congelador	1	$ 740,95	$ 740,95
Equipo de Karaoke	1	$ 680,00	$ 680,00
Escritorio	1	$ 60,00	$ 60,00
Escritorio ejecutivo	2	$ 80,00	$ 160,00
Horno	1	$ 540,55	$ 540,55
Impresora	1	$ 105,00	$ 105,00
Mesas Rectangulares	5	$ 125,00	$ 625,00
Mesas Trapezoides	30	$ 105,00	$ 3.150,00
Microondas	2	$ 120,34	$ 240,68
Muebles para mesas rectangulares	12	$ 400,00	$ 4.800,00
Parlantes	5	$ 371,25	$ 1.856,25
Piano vertical	1	$ 2.500,00	$ 2.500,00
Proyector	1	$ 648,00	$ 648,00
Refrigeradora	1	$ 813,10	$ 813,10
Sillas clientes Adm.	3	$ 60,00	$ 180,00
Sillas ejecutivas	2	$ 75,00	$ 150,00
Sillas empleados	8	$ 35,00	$ 280,00
Sillas Guardiania	1	$ 45,00	$ 45,00
Taburetes	7	$ 55,00	$ 385,00
Televisor plasma	1	$ 920,00	$ 920,00
TOTAL			**$ 32.839,46**

Elaborado por los autores

ADECUACIONES

El local en el que prestará sus servicios el bar, necesitará arreglos necesarios para quedar adecuado y adaptado físicamente a lo que se requiere para poder brindar una correcta atención al público, además de permitir un funcionamiento óptimo del establecimiento. A continuación se detalla los ajustes y reacomodos necesarios:

Cobertura de Pisos:

Cuadro A.17. "Adecuación de piso"

ZONA	AREA (m^2)	COSTO ($)	COSTO TOTAL
Salón	145	$ 15,00	$ 2.175,00
Barra	20	$ 15,00	$ 300,00
Vestíbulo Exterior	12,5	$ 15,00	$ 187,50
Vestíbulo interior	10	$ 15,00	$ 150,00
Tarima (incluye entablado)	40	$ 40,00	$ 1.600,00
TOTAL			**$ 4.412,50**

Elaborado por los autores

Tabiques:

Cuadro A.18. "Construcción de tabiques"

LONGITUD (m)	ALTURA (m)	COSTO	COSTO TOTAL
3,3	2,4	$ 30,00	$ 237,60
1,3	2,4	$ 30,00	$ 93,60
3,4	2,4	$ 30,00	$ 244,80
1,1	2,4	$ 30,00	$ 79,20
1,9	2,4	$ 30,00	$ 136,80
TOTAL			**$ 792,00**

Elaborado por los autores

Adecuación de puerta:

Cuadro A.19. "Compra de puerta"

ADECUACIÓN	COSTO	COSTO TOTAL
Puerta	$ 500,00	$ 500,00
TOTAL		**$ 500,00**

Elaborado por los autores

Mesón de cocina:

Cuadro A.20. "Construcción del mesón de cocina"

AREA (m^2)	COSTO	COSTO TOTAL
3,5	$ 200,00	$ 700,00
5,8	$ 200,00	$ 1.160,00
3,8	$ 200,00	$ 760,00
TOTAL		**$ 2.620,00**

Elaborado por los autores

Pintura:

Cuadro A.21. "Pintado de paredes"

LONGITUD (m)	ALTURA (m)	COSTO (MK1 PINTURA PARA LADRILO VISTO)	COSTO TOTAL
13,4	2,5	$ 15,00	$ 502,50
16,4	2,5	$ 15,00	$ 615,00
9,5	2,5	$ 15,00	$ 356,25
TOTAL			**$ 1.473,75**

Elaborado por los autores

Alumbrado dicroico:

Cuadro A.22. "Alumbrado del salón"

NUMERO DE FOCOS	COSTO DEL PUNTO DE ILUMINACIÓN	COSTO TOTAL
40	$ 20,00	$ 800,00
TOTAL		**$ 800,00**

Elaborado por los autores

Alumbrado luminaria del escenario:

Cuadro A.23. "Alumbrado de la tarima"

NUMERO DE FOCOS	COSTO DEL PUNTO DE ILUMINACIÓN	COSTO TOTAL
4	$ 50,00	$ 200,00
TOTAL		**$ 200,00**

Elaborado por los autores

Forrado de columnas:

Cuadro A.24. "Adecuación de columnas"

NUMERO DE COLUMNAS	LONGITUD (m^2)	COSTO	COSTO TOTAL
5	4	$ 20,00	$ 400,00
TOTAL			**$ 400,00**

Elaborado por los autores

Adecuación de tumbado:

Cuadro A.25. "Adecuación de tumbado"

ZONA	AREA (m^2)	COSTO	COSTO TOTAL
Salón	145	$ 15,00	$ 2.175,00
Barra	20	$ 15,00	$ 300,00
Tarima	40	$ 15,00	$ 600,00
Vestíbulo exterior	12,5	$ 15,00	$ 187,50
Vestíbulo interior	10	$ 15,00	$ 150,00
TOTAL			**$ 3.412,50**

Elaborado por los autores

Cuadro A.26. "Diagrama de Gantt"

ACTIVIDADES	MESES																																						
	DICIEMBRE																													ENERO							
	DÍAS																													DÍAS							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
Constitución de la empresa																																							
Tramitación de financiamiento																																							
Firma del contrato de arriendo																																							
Compra de enseres																																							
Recepción de enseres																																							
Colocación de enseres																																							
Inauguración																																							

Elaborado por los autores

Cuadro A.27. "Depreciación de artículos destinados para el ambiente"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Bancos para mesas trapezoides	76	$ 50,00	10%	$ 3.800,00	$ 380,00
Barra	1	$ 3.700,00	10%	$ 3.700,00	$ 370,00
Cámaras de seguridad	4	$ 193,33	33%	$ 773,32	$ 255,20
Equipo de Karaoke	1	$ 680,00	33%	$ 680,00	$ 224,40
Mesas rectangulares	5	$ 125,00	10%	$ 625,00	$ 62,50
Mesas trapezoides	30	$ 105,00	10%	$ 3.150,00	$ 315,00
Muebles para mesas rectangulares	12	$ 400,00	10%	$ 4.800,00	$ 480,00
Proyector	1	$ 648,00	33%	$ 648,00	$ 213,84
Televisor	1	$ 920,00	33%	$ 920,00	$ 303,60
Taburetes	7	$ 55,00	10%	$ 385,00	$ 38,50
				TOTAL	**$ 2.643,04**

Elaborado por los autores

Cuadro A.28. "Depreciación de artículos destinados para la cocina"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Cocina industrial	1	$ 350,00	10%	$ 350,00	$ 35,00
Congelador	1	$ 740,95	10%	$ 740,95	$ 74,10
Horno	1	$ 540,55	10%	$ 540,55	$ 54,06
Microondas	2	$ 120,34	10%	$ 240,68	$ 24,07
Refrigeradora	1	$ 813,10	10%	$ 813,10	$ 81,31
				TOTAL	$ 268,53

Elaborado por los autores

Cuadro A.29. "Depreciación de artículos destinados para los empleados"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Casilleros	1	$ 500,00	10%	$ 500,00	$ 50,00
Sillas empleados	8	$ 35,00	10%	$ 280,00	$ 28,00
				TOTAL	$ 78,00

Elaborado por los autores

Cuadro A.30. "Depreciación de artículos destinados para la guardianía"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Escritorio	1	$ 60,00	10%	$ 60,00	$ 6,00
Silla	1	$ 45,00	10%	$ 45,00	$ 4,50
				TOTAL	$ 10,50

Elaborado por los autores

Cuadro A.31. "Depreciación de artículos destinados para la limpieza"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Aspiradora	1	$ 450,00	10%	$ 450,00	$ 45,00
Abrillantadora	1	$ 900,00	10%	$ 900,00	$ 90,00
				TOTAL	$ 135,00

Elaborado por los autores

Cuadro A.32. "Depreciación de artículos destinados para la música"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Caja mezcladora	1	$ 489,05	10%	$ 489,05	$ 48,91
Parlantes	5	$ 371,25	10%	$ 1.856,25	$ 185,63
Piano vertical	1	$ 2.500,00	10%	$ 2.500,00	$ 250,00
				TOTAL	$ 484,53

Elaborado por los autores

Cuadro A.33. "Depreciación de artículos destinados para las oficinas"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Computadoras	2	$ 643,78	33%	$ 1.287,56	$ 424,89
Escritorios ejecutivos	2	$ 80,00	10%	$ 160,00	$ 16,00
Impresora	1	$ 105,00	33%	$ 105,00	$ 34,65
Sillas clientes Adm.	3	$ 60,00	10%	$ 180,00	$ 18,00
Sillas ejecutivas	2	$ 75,00	10%	$ 150,00	$ 15,00
				TOTAL	$ 508,54

Elaborado por los autores

Cuadro A.34. "Depreciación otros artículos"

ENSERES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	DEPRECIACIÓN	SUB-TOTAL	TOTAL
Cajas registradoras	3	$ 570,00	33%	$ 1.710,00	$ 564,30
				TOTAL	$ 564,30

Elaborado por los autores

Cuadro A.35. "Depreciación Total destinada por ambiente"

DEPRECIACIONES	VALOR
Artículos para el ambiente	$ 2.643,04
Artículos para la cocina	$ 268,53
Artículos para los empleados	$ 78,00
Artículos para la guardianía	$ 10,50
Artículos para la limpieza	$ 135,00
Artículos para la música	$ 484,53
Artículos para las oficinas	$ 508,54
Otros artículos	$ 564,30
TOTAL	**$ 4.692,44**

Elaborado por los autores

Cuadro A.36. "Depreciación Total"

CONCEPTO	VALOR
Depreciación en activos fijos	$ 4.692,44
TOTAL	**$ 4.692,44**

Elaborado por los autores

Cuadro A.37. "Amortización de activos diferidos"

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	DEPRECIA-CIÓN	TOTAL
Abogado	$ 600,00	20%	$ 120,00
Adecuaciones	$ 14.610,75	20%	$ 2.922,15
Arquitecto	$ 1.000,00	20%	$ 200,00
Escritura de Constitución	$ 200,00	20%	$ 40,00
TOTAL			**$ 3.282,15**

Elaborado por los autores

Cuadro A.38. "Amortización total de activos diferidos"

CONCEPTO	TOTAL
Activos diferidos	$ 3.282,15
TOTAL	**$ 3.282,15**

Elaborado por los autores

Cuadro A.39. "Valor de salvamento de los activos"

ENSERES	COSTO DE ADQUISICIÓN	DEPRECIA-CIÓN ANUAL	VALOR DEPRECIADO	VALOR EN LIBROS
PARA EL AMBIENTE				
Bancos para mesas trapezoides	$ 3.800,00	$ 380,00	$ 1.900,00	$ 1.900,00
Barra	$ 3.700,00	$ 370,00	$ 1.850,00	$ 1.850,00
Mesas rectangulares	$ 625,00	$ 62,50	$ 312,50	$ 312,50
Mesas trapezoides	$ 3.150,00	$ 315,00	$ 1.575,00	$ 1.575,00
Muebles para mesas rectangulares	$ 4.800,00	$ 480,00	$ 2.400,00	$ 2.400,00
Taburetes	$ 385,00	$ 38,50	$ 192,50	$ 192,50
PARA LA COCINA				
Cocina industrial	$ 350,00	$ 35,00	$ 175,00	$ 175,00
Congelador	$ 740,95	$ 74,10	$ 370,48	$ 370,48
Horno	$ 540,55	$ 54,06	$ 270,28	$ 270,28
Microondas	$ 240,68	$ 24,07	$ 120,34	$ 120,34
Refrigeradora	$ 813,10	$ 81,31	$ 406,55	$ 406,55
PARA LOS EMPLEADOS				
Casilleros	$ 500,00	$ 50,00	$ 250,00	$ 250,00
Sillas empleados	$ 280,00	$ 28,00	$ 140,00	$ 140,00
PARA LA GUARDIANÍA				
Escritorio	$ 60,00	$ 6,00	$ 30,00	$ 30,00
Silla	$ 45,00	$ 4,50	$ 22,50	$ 22,50
PARA LA LIMPIEZA				
Aspiradora	$ 450,00	$ 45,00	$ 225,00	$ 225,00
Abrillantadora	$ 900,00	$ 90,00	$ 450,00	$ 450,00
PARA LA MÚSICA				
Caja mezcladora	$ 489,05	$ 48,91	$ 244,53	$ 244,53
Parlantes	$ 1.856,25	$ 185,63	$ 928,13	$ 928,13
Piano vertical	$ 2.500,00	$ 250,00	$ 1.250,00	$ 1.250,00
PARA LAS OFICINAS				
Escritorios ejecutivos	$ 160,00	$ 16,00	$ 80,00	$ 80,00
Sillas clientes Adm.	$ 180,00	$ 18,00	$ 90,00	$ 90,00
Sillas ejecutivas	$ 150,00	$ 15,00	$ 75,00	$ 75,00
TOTAL				**$ 13.357,79**

Elaborado por los autores

Cuadro A.40. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"

AÑO	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES	OFERTA ACTUAL EN VECES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN VECES	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES 5%
Año base 2.010	344.456	81.840	262.616	13.131
2.011	349.623	83.068	266.556	13.328
2.012	354.868	84.314	270.555	13.528
2.013	360.192	85.578	274.613	13.731
2.014	365.592	86.862	278.730	13.937
2.015	371.077	88.165	282.912	14.146

Elaborado por los autores

Cuadro A.41. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	VALOR[57] UNITARIO (P)	INGRESOS (P) * (Q)
Año base 2.010	13.131	17,88	$ 234.782,28
2.011	13.328	18,54	$ 247.098,08
2.012	13.528	19,22	$ 260.035,70
2.013	13.731	19,96	$ 274.020,19
2.014	13.937	20,72	$ 288.755,81
2.015	14.146	21,51	$ 304.281,89

Elaborado por los autores

Cuadro A.42. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	COSTO[58] PROMEDIO UNITARIO (C)	COSTOS DE LOS MATERIALES DIRECTOS (C) * (Q)
Año base 2.010	13.131	8,78	$ 115.290,18
2.011	13.328	9,10	$ 121.337,87
2.012	13.528	9,44	$ 127.690,91
2.013	13.731	9,80	$ 134.558,01
2.014	13.937	10,17	$ 141.793,96
2.015	14.146	10,56	$ 149.418,06

Elaborado por los autores

[57] Valor que cada cliente potencial está dispuesto a gastar cada vez que asiste a un bar.
[58] Precio promedio de compra

Cuadro A.43. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario de los intervalos de confianza de la población, límite inferior"

AÑO	COSTO DE PRODUCCIÓN
Año base 2.010	$ 193.434,47
2.011	$ 202.365,69
2.012	$ 214.468,82
2.013	$ 224.650,84
2.014	$ 235.328,33
2.015	$ 246.525,45

Elaborado por los autores

Cuadro A.44. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"

AÑO	UNIDAD MUESTRAL DEL PROYECTO (30 A 64 AÑOS DE EDAD)	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) PERSONAS	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES
Año base 2.010	114.926	80.771	323.082
2.011	116.650	81.982	327.929
2.012	118.400	83.212	332.848
2.013	120.176	84.460	337.841
2.014	121.978	85.727	342.907
2.015	123.808	87.013	348.052

Elaborado por los autores

Cuadro A.45. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"

AÑO	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES	OFERTA ACTUAL EN VECES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN VECES	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES 5%
Año base 2.010	323.082	81.840	241.242	12.062
2.011	327.929	83.068	244.861	12.243
2.012	332.848	84.314	248.535	12.427
2.013	337.841	85.578	252.263	12.613
2.014	342.907	86.862	256.045	12.802
2.015	348.052	88.165	259.887	12.994

Elaborado por los autores

Cuadro A.46. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	VALOR[59] UNITARIO (P)	INGRESOS (P) * (Q)
Año base 2.010	12.062	17,88	$ 215.670,62
2.011	12.243	18,54	$ 226.983,59
2.012	12.427	19,22	$ 238.867,31
2.013	12.613	19,96	$ 251.711,92
2.014	12.802	20,72	$ 265.245,36
2.015	12.994	21,51	$ 279.509,40

Elaborado por los autores

[59] Valor que cada cliente potencial está dispuesto a gastar cada vez que asiste a un bar.

Cuadro A.47. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	COSTO[60] PROMEDIO UNITARIO (C)	COSTOS DE LOS MATERIALES DIRECTOS (C) * (Q)
Año base 2.010	12.062	8,78	$ 105.905,37
2.011	12.243	9,10	$ 111.460,62
2.012	12.427	9,44	$ 117.296,14
2.013	12.613	9,80	$ 123.603,50
2.014	12.802	10,17	$ 130.249,12
2.015	12.994	10,56	$ 137.253,50

Elaborado por los autores

Cuadro A.48. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Indicio de escenarios desfavorables"

AÑO	COSTO DE PRODUCCIÓN
Año base 2.010	$ 184.049,66
2.011	$ 192.488,44
2.012	$ 204.074,05
2.013	$ 213.696,33
2.014	$ 223.783,50
2.015	$ 234.360,89

Elaborado por los autores

[60] Precio promedio de compra

Cuadro A.49. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"

AÑO	UNIDAD MUESTRAL DEL PROYECTO (30 A 64 AÑOS DE EDAD)	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) PERSONAS	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES
Año base 2.010	114.926	102.284	409.137
2.011	116.650	103.819	415.274
2.012	118.400	105.376	421.504
2.013	120.176	106.957	427.827
2.014	121.978	108.560	434.242
2.015	123.808	110.189	440.756

Elaborado por los autores

Cuadro A.50. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"

AÑO	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES	OFERTA ACTUAL EN VECES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN VECES	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES 5%
Año base 2.010	409.137	81.840	327.297	16.365
2.011	415.274	83.068	332.206	16.610
2.012	421.504	84.314	337.190	16.860
2.013	427.827	85.578	342.248	17.112
2.014	434.242	86.862	347.380	17.369
2.015	440.756	88.165	352.592	17.630

Elaborado por los autores

Cuadro A.51. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	VALOR[61] UNITARIO (P)	INGRESOS (P) * (Q)
Año base 2.010	16.365	17,88	$ 292.606,20
2.011	16.610	18,54	$ 307.945,61
2.012	16.860	19,22	$ 324.083,52
2.013	17.112	19,96	$ 341.492,50
2.014	17.369	20,72	$ 359.862,21
2.015	17.630	21,51	$ 379.223,08

Elaborado por los autores

[61] Valor que cada cliente potencial está dispuesto a gastar cada vez que asiste a un bar.

Cuadro A.52. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	COSTO[62] PROMEDIO UNITARIO (C)	COSTOS DE LOS MATERIALES DIRECTOS (C) * (Q)
Año base 2.010	16.365	8,78	$ 143.684,70
2.011	16.610	9,10	$ 151.217,14
2.012	16.860	9,44	$ 159.141,68
2.013	17.112	9,80	$ 167.690,39
2.014	17.369	10,17	$ 176.710,86
2.015	17.630	10,56	$ 186.218,05

Elaborado por los autores

Cuadro A.53. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy optimista"

AÑO	COSTO DE PRODUCCIÓN
Año base 2.010	$ 221.828,99
2.011	$ 232.244,96
2.012	$ 245.919,60
2.013	$ 257.783,22
2.014	$ 270.245,24
2.015	$ 283.325,43

Elaborado por los autores

[62] Precio promedio de compra

Cuadro A.54. "Proyección de la Demanda. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"

AÑO	UNIDAD MUESTRAL DEL PROYECTO (30 A 64 AÑOS DE EDAD)	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) PERSONAS	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES
Año base 2.010	114.926	79.299	317.196
2.011	116.650	80.489	321.954
2.012	118.400	81.696	326.784
2.013	120.176	82.921	331.686
2.014	121.978	84.165	336.659
2.015	123.808	85.428	341.710

Elaborado por los autores

Cuadro A.55. "Demanda potencial insatisfecha y demanda del proyecto. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"

AÑO	DEMANDA ACTUAL (ACEPTACIÓN) EN VECES	OFERTA ACTUAL EN VECES	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA EN VECES	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES 5%
Año base 2.010	317.196	81.840	235.356	11.768
2.011	321.954	83.068	238.886	11.944
2.012	326.784	84.314	242.470	12.124
2.013	331.686	85.578	246.107	12.305
2.014	336.659	86.862	249.797	12.490
2.015	341.710	88.165	253.545	12.677

Elaborado por los autores

Cuadro A.56. "Proyección de los ingresos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	VALOR[63] UNITARIO (P)	INGRESOS (P) * (Q)
Año base 2.010	11.768	17,88	$ 210.411,84
2.011	11.944	18,54	$ 221.439,04
2.012	12.124	19,22	$ 233.047,96
2.013	12.305	19,96	$ 245.562,49
2.014	12.490	20,72	$ 258.775,92
2.015	12.677	21,51	$ 272.683,55

Elaborado por los autores

[63] Valor que cada cliente potencial está dispuesto a gastar cada vez que asiste a un bar.

Cuadro A.57. "Proyección de los costes de los materiales directos. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"

AÑO	DEMANDA DEL PROYECTO EN VECES (Q)	COSTO[64] PROMEDIO UNITARIO (C)	COSTOS DE LOS MATERIALES DIRECTOS (C) * (Q)
Año base 2.010	11.768	8,78	$ 103.323,04
2.011	11.944	9,10	$ 108.737,96
2.012	12.124	9,44	$ 114.438,54
2.013	12.305	9,80	$ 120.583,82
2.014	12.490	10,17	$ 127.072,29
2.015	12.677	10,56	$ 133.901,65

Elaborado por los autores

Cuadro A.58. "Proyección del nuevo costo de producción total desde el año base 2.010 hasta el año 2.015. Análisis de Sensibilidad. Escenario muy pesimista"

AÑO	COSTO DE PRODUCCIÓN
Año base 2.010	$ 181.467,33
2.011	$ 189.765,78
2.012	$ 201.216,45
2.013	$ 210.676,65
2.014	$ 220.606,67
2.015	$ 231.009,04

Elaborado por los autores

[64] Precio promedio de compra

DOCTOR ROMEL MACHADO CLAVIJO,
SECRETARIO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY,
C E R T I F I C A:

Que, el H. Consejo de Facultad en sesión realizada el 29 de enero de 2010, conoció la petición formulada por el señor **ALEXANDER ENRIQUE AGUIRRE GAONA** y la señorita **MONICA ALEXANDRA DUQUE RODRIGUEZ**, previa la obtención del Grado de Ingeniero Comercial, que denuncian el tema de su tesis: "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN BAR PARA PERSONAS MAYORES A LOS 30 AÑOS DE EDAD, EN LA CIUDAD DE CUENCA**" el mismo que se sugiere sea modificado atendiendo el grupo social focalizado no solo por edad. El Consejo atendiendo el informe de la Junta de Facultad aprueba esta denuncia y designa como Director del trabajo a la ingeniera Aracelly Medina González y como miembros del Tribunal Examinador al doctor Giordano Torres Córdova y economista Lenin Zúñiga Condo. De conformidad a las disposiciones reglamentarias los denunciantes deberán presentar su trabajo en un plazo de **DIECIOCHO MESES** contados a partir de la fecha de aprobación, es decir **hasta el 29 de JUNIO de 2011.-**

Cuenca, enero 29 de 2010

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE ADMINISTRACION
SECRETARIA

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DOCTOR ROMEL MACHADO CLAVIJO,
SECRETARIO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY,
C E R T I F I C A:

Que, el H. Consejo de Facultad en sesión realizada el 29 de enero de 2010, conoció la petición formulada por el señor **ALEXANDER ENRIQUE AGUIRRE GAONA** y la señorita **MONICA ALEXANDRA DUQUE RODRIGUEZ**, previa la obtención del Grado de Ingeniero Comercial, que denuncian el tema de su tesis: "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN BAR PARA PERSONAS MAYORES A LOS 30 AÑOS DE EDAD, EN LA CIUDAD DE CUENCA**" el mismo que se sugiere sea modificado atendiendo el grupo social focalizado no solo por edad. El Consejo atendiendo el informe de la Junta de Facultad aprueba esta denuncia y designa como Director del trabajo a la ingeniera Aracelly Medina González y como miembros del Tribunal Examinador al doctor Giordano Torres Córdova y economista Lenin Zúñiga Condo. De conformidad a las disposiciones reglamentarias los denunciantes deberán presentar su trabajo en un plazo de **DIECIOCHO MESES** contados a partir de la fecha de aprobación, es decir **hasta el 29 de JULIO de 2011.-** En sesión del 5 de marzo de 2010 aprobó la reforma del título de la tesis la que dirá: "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN BAR PARA PERSONAS MAYORES EN LA CIUDAD DE CUENCA**". En los demás los plazos se mantienen sin modificaciones. De conformidad a las disposiciones reglamentarias la denunciante deberá presentar su trabajo en un plazo de **DIECIOCHO MESES** contados a partir de la fecha de aprobación, es decir **hasta el 29 de JULIO de 2011.-**

Cuenca, julio 26 de 2010

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE ADMINI-TRACIÓN
SECRETARÍA

CERTIFICO: Esta denuncia lo hacen en calidad de egresados de la Escuela de Administración de Empresas. —

Julio 26/2010.-

Edición autorizada de 20.000 ejemplares
Del 0438501 al 0458500
Nº 0457931

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Cuenca, 20 de enero de 2010

Economista
Luis Mario Cabrera
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad

De nuestras consideraciones:

Nosotros, MÓNICA ALEXANDRA DUQUE RODRÍGUEZ con código 39036 y ALEXANDER ENRIQUE AGUIRRE GAONA con código 40795, estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas, solicitamos a usted de la manera más respetuosa y por su intermedio al Honorable Consejo de Facultad, se sirvan revisar el diseño de tesis titulado: "Estudio de factibilidad de un bar para personas mayores a los 30 años de edad en la ciudad de Cuenca", previa la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

Me permito sugerir el nombre de la Ing. Quím. Aracely Medina González como directora, por cuanto nos ha asesorado en la elaboración del presente esquema y además contamos con su aceptación.

Por la favorable acogida que se sirva dar a la presente, suscribimos de usted.

Atentamente,

Alexander Enrique Aguirre Gaona
0703413542

Mónica Alexandra Duque Rodríguez
0103461760

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500 Nº 0435079

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Cuenca, 20 de enero de 2010

Econ.
Luis Mario Cabrera
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Su despacho

He procedido a revisar el diseño de tesis con el tema "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN BAR PARA PERSONAS MAYORES A LOS 30 AÑOS DE EDAD EN LA CIUDAD DE CUENCA", preparado por las estudiantes Mónica Alexandra Duque Rodríguez y Alexander Enrique Aguirre Gaona, el mismo que cumple con los requisitos metodológicos y los contenidos requeridos para llevar a cabo el trabajo.

Segura de contar con su aceptación y abierta a las sugerencias que Ud. pueda tener anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Aracely Medina
PROFESORA

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500
Nº 0435080

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN BAR PARA PERSONAS MAYORES A LOS 30 AÑOS DE EDAD EN LA CIUDAD DE CUENCA.

Diseño de Tesis de graduación,
previo a la obtención del Título
de "Ingeniero Comercial"

Directora de Tesis: Ing. Quím Aracely Medina

Alumnos: Mónica Alexandra Duque Rodríguez
Alexander Enrique Aguirre Gaona

Cuenca – Ecuador
2010

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500 Nº 0435091

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DISEÑO DE TESIS

1) DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA DE TESIS:

El ser humano por naturaleza es un ser social, por lo cual dentro de sus necesidades se encuentra el entretenimiento y la diversión en el ámbito en el que vive.

Las situaciones de estrés están propensas en todo momento y en toda circunstancia. Así pues toda persona sin importar su entorno económico tiende a ser proclive a este tipo de situaciones desfavorables, en especial los adultos, los cuales por lo general tienen la obligación de desarrollarse tanto en su ámbito laboral como en el personal.

Es indispensable que la sociedad ocupe parte de su tiempo en el esparcimiento y sana diversión con su entorno social; debido especialmente a que la rapidez y la presión con la que viven, pueden acarrear el desmedro de la salud mental y física.

Tanto las personas de negocio, cuanto los ejecutivos, y gente adulta necesitan de un lugar agradable, seguro y discreto en el entorno en el cual viven, donde puedan socializar e incluso hablar de negocios fuera de las horas y del lugar de trabajo.

La propuesta es instituir un lugar que cumpla con las expectativas de las personas adultas en el que se que se ofrezca un ambiente atrayente para que disfruten de buena música con artistas en vivo, picaditas, cócteles de todo tipo y una atención de calidad.

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500
Nº 0435350

1.2 DELIMITACIÓN DEL TEMA:

El contenido de este trabajo se encuentra centrado en la elaboración, evaluación y gestión de proyectos.

El presente proyecto se clasifica en las siguientes etapas:

- Descripción del Proyecto
- Análisis de Mercado
- Análisis Técnico Operativo
- Análisis Económico Financiero
- Análisis Socio Económico

Este trabajo de investigación se desarrollará en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay.

2) JUSTIFICACIÓN DEL TEMA:

Hemos escogido este tema debido a que nuestra formación académica nos ha dotado de suficientes fundamentos, información y conocimientos para llevar a cabo esta investigación. Además tenemos la seguridad de que mediante la realización de este tema, siendo estudiantes de la escuela de "Administración de Empresas", ampliaremos y reforzaremos nuestros conocimientos ya adquiridos.

En la Ciudad de Cuenca los centros de entretenimiento, en su mayoría están dirigidos a los adolescentes y jóvenes, por lo cual las personas mayores se sienten insatisfechas al no encontrar un lugar de diversión y distracción diferente, dirigido a sus gustos y necesidades, y se han tenido que acoplar a los bares y centros de entretenimiento existentes, sin sentirse completamente satisfechas.

El presente proyecto abre un espacio a este sector de la comunidad cuencana que propicie: entretenimiento, sana diversión, esparcimiento y socialización prestando atención nocturna los jueves, viernes y sábado que son los días en que las personas disponen de más tiempo libre.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Un bar, propiciará distracción con música, baile, cócteles y piqueos, lo cual satisfará las necesidades del individuo, reduciendo los niveles de estrés e insatisfacción que actualmente las estadísticas nos muestran que existen en la sociedad.

En estos últimos ciclos hemos aplicado los diferentes contenidos de las asignaturas pensando en la implementación real del bar. Ya que nuestro objetivo es realizar la inversión en función de los resultados hallados en esta tesis.

3) OBJETIVOS:

3.1 OBJETIVO GENERAL:

Determinar la factibilidad de implementar en la ciudad de Cuenca un bar para personas mayores a 30 años

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar el nivel de aceptación de los potenciales consumidores del servicio de bar.
- Identificar los atributos del bar que valoran los potenciales consumidores.
- Describir las características técnicas del negocio.
- Realizar el estudio económico del proyecto
- Determinar la rentabilidad de la empresa

4) HIPÓTESIS

Hipótesis: El proyecto se implementa si se cumplen las hipótesis 1, 2 y 3:

Hipótesis 1.- Si existe demanda potencial insatisfecha, el proyecto se implementará.

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500
Nº 0435562

Hipótesis 2.- Si el valor presente neto es mayor o igual a cero, el proyecto se implementará.

Hipótesis 3.- Si la Tasa Interna de Retorno obtenida en el proyecto es mayor o igual a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, el proyecto se implementará.

5) MARCO TEÓRICO:

5.1 MARCO TEÓRICO:

La teoría en la que se fundamenta el presente trabajo está dada por los fundamentos y cimientos que sustenta la materia de Evaluación y Gestión de Proyectos.

La decisión de elaborar un proyecto responde a las necesidades que existen dentro de una comunidad. Teniendo en cuenta que:

> "Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre mismo. Desde la ropa que vestimos, los alimentos procesados que consumimos hasta las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de venderse comercialmente, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, alguien tomó la decisión para producirlo en masa, por lo cual tuvo que realizar una inversión económica." [1]

En vista de que "Una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos" [2].

Para la ejecución del presente trabajo y tomando en consideración lo propuesto por el autor BACA URBINA, Gabriel: "Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado", es imprescindible realizar un análisis de mercado. Si

---

[1] BACA URBINA, Gabriel, **"Evaluación de Proyectos"**, 5ta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 2006. Pág. 2.

[2] IBIDEM, pág. 2.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Mediante la investigación de mercados se determinará los gustos y preferencias de los clientes potenciales que servirán de guía y referencia para los capítulos siguientes de nuestra tesis.

"Emprender un estudio o investigación de mercados implica dedicar tiempo y recursos en una tarea muchas veces compleja" [3]. Una vez realizada dicha investigación, se procederá a determinar las pautas, normas y procedimientos necesarios para la creación de este bar. Tomando en cuenta la concepción de este negocio, los productos que se va a ofrecer, la competencia y los presupuestos necesarios para la realización del mismo.

Se buscará un factor diferenciador para que las personas prefieran nuestros productos y servicios, por lo cual tendremos que analizar la competencia y sus estrategias; examinando precios, productos y marcas; no solo para igualarlos sino para mejorarlos.

Nuestro estudio técnico estará dirigido a aclarar el panorama de nuestro bar; todo esto considerando lo dicho por BACA URBINA, Gabriel, sobre este estudio: "Pretende resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto".[4]

Tanto el estudio económico como la evaluación económica del proyecto, representan una parte fundamental del análisis del mismo, puesto que están íntimamente ligados, ya que el primero establece los argumentos del estudio y el segundo constituye la base para la toma de decisiones, para saber si es rentable o no llevar a cabo el mismo.

Al finalizar esta investigación se determinarán las conclusiones y las recomendaciones respectivas que servirán como base fundamental de futuras investigaciones.

[3] TRESPALACIOS, Juan, **"Investigación de Mercados"**, 1ra edición, Editorial Thomson, España 2005, pág. 30.
[4] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 92.

Edición autorizada de 15.000 ejemplares Del 0423501 al 0438500 Nº 0435053

5.2 MARCO CONCEPTUAL:

En el desarrollo de la tesis se considerarán los siguientes conceptos:

PROYECTO DE INVERSIÓN:

"Un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general." [5]

EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN:

"Tiene por objeto conocer la rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable." [6]

MISIÓN:

"Es la razón de ser de la empresa, el porqué de la empresa en todas sus dimensiones. [7]

VISIÓN:

"Es una declaración breve y clara de donde se quiere que el negocio esté dentro de 3 o 5 años. Incluye los propósitos tangibles factibles pero desafiantes de la organización. Determina la evolución futura de la organización y establece su dirección a largo plazo." [8]

MERCADO:

"Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados." [9]

[5] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 2.
[6] IBIDEM, pág. 2.
[7] ROSALES, Pablo, Diapositivas de apoyo para la materia de Fundamentos de Mercadotecnia, Ecuador, 2008, pág. 12.
[8] IBIDEM, pág. 13
[9] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 14.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DEMANDA:

"Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado." [10]

OFERTA:

"Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado." [11]

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

"Implica el diagnóstico de necesidades de información y su búsqueda sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de identificar y solucionar problemas y aprovecha oportunidades en el campo del marketing." [12]

PRODUCTO:

"Es un conjunto de atributos fundamentalmente unidos en una forma identificable; y, constituye todos aquellos: Bienes, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas; que tienen la capacidad de satisfacer las necesidades, deseos y exigencias de los consumidores; es decir, es el objeto final obtenido luego de un proceso determinado. El producto puede ser algo tangible, que se puede ver y palpar; por ejemplo, vehículos, ladrillos, etc.); y/o, también puede ser algo intangible, inmaterial, que no se puede ver ni palpar; por ejemplo, servicio de hotelería, transporte, etc." [13]

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO:

"Es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)." [14]

---

[10] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 17.
[11] IBIDEM, pág. 48.
[12] TRESPALACIOS, Juan, et. Al. Op.Cit, pág. 31.
[13] ERAZO SORIA José, **"Mercadotecnia, un análisis global de gestión"**, Ecuador, pág. 242.
[14] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 107.

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500
Nº 0436071

TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO:

"Es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica." [15]

PROCESO PRODUCTIVO:

"Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura." [16]

COSTOS DE PRODUCCIÓN:

"Es el valor monetario de los elementos que se han consumido y los servicios que se han utilizado para obtener el producto." [17]. Existen tres elementos del costo: materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

COSTOS O GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:

"Son los costos que se originan en las oficinas generales." [18]

COSTOS O GASTOS DE VENTAS:

"Son los que se originan en el área de distribución o ventas." [19]

COSTOS O GASTOS FINANCIEROS:

"Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo."[20]

AMORTIZACIÓN:

Es el cargo anual que se hace a los activos diferidos o intangibles para recuperar la inversión.

---

[15] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 92.
[16] IBIDEM, pág. 110.
[17] ZALAMEA Guillermo, **"Contabilidad de Costos Primera Parte"**, Ecuador, 2007, pág. 7.
[18] IBIDEM, pág. 7.
[19] IBIDEM, pág. 7.
[20] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 173.

DEPRECIACIÓN:

Es la pérdida de valor que sufren los activos fijos por el transcurso de tiempo.

CAPITAL DE TRABAJO:

"Es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. Puede calcularse como el excedente de los activos sobre los pasivos de corto plazo." [21]

VALOR PRESENTE NETO:

"Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial." [22]

TASA INTERNA DE RETORNO:

"Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero. Es la tasa que igual la suma de los flujos descontados a la inversión inicial." [23]

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

"Es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible es) la tasa interna de retorno ante cambios en determinadas variables del proyecto." [24]

6) ESQUEMA DE CONTENIDOS

Capítulo I

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA:

1.5.1 Concepción del negocio

1.5.2 Misión

1.5.3 Visión

1.5.4 Principios y Valores

1.5.5 Análisis F.O.R.D.

---

[21] http://definicion.de/capital-de-trabajo/

[22] BACA URBINA, Gabriel, et. Al. Op.Cit, pág. 221.

[23] IBIDEM, pág. 224.

[24] IBIDEM, pág. 235.

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500 Nº 043972

Capítulo II

2. ANÁLISIS DEL MERCADO:

2.1 Producto

2.2 Análisis de la Demanda

2.3 Análisis de la Oferta

2.4 Demanda Insatisfecha y Demanda del Proyecto

2.5 Análisis de la Comercialización

2.6 Análisis de los Precios

2.7 Conclusiones del Análisis del Mercado

Capítulo III

3. ESTUDIO TÉCNICO:

3.1 Determinación de la Localización Óptima de la Planta

3.2 Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto

3.3 Descripción del Proceso Productivo

3.4 Selección de Equipos

3.5 La Organización

3.6 Distribución de la Planta

3.7 Marco Legal

3.8 Administración y Organización

3.9 Conclusiones del Estudio Técnico

Capítulo IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO:

4.1 Determinación de ingresos

4.2 Determinación de costos

4.3 Inversión Total Inicial

4.4 Cronograma de Inversiones

4.5 Depreciaciones y Amortizaciones

4.6 Capital de Trabajo

4.7 Punto de Equilibrio

4.8 Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

4.9 Financiamiento

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Capítulo V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1 Valor Presente Neto

5.2 Tasa Interna de Retorno

5.3 Razones Financieras

5.4 Punto de Equilibrio

5.5 Análisis de Sensibilidad

5.6 Impacto Ambiental

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

7) METODOLOGÍA DE TRABAJO:

Esta investigación es de tipo documental y de campo porque se utilizará material de consulta bibliográfica e investigación de campo ya que se hará análisis de información secundaria, investigación exploratoria (cualitativa), descriptiva e inferencial.

8) RECURSOS:

8.1 RECURSOS HUMANOS:

RESPONSABLES:

La realización de la presente tesis será llevada a cabo por Mónica Alexandra Duque Rodríguez y Alexander Enrique Aguirre Gaona, estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay.

Edición autorizada de 15.000 ejemplares Del 0423501 al 0438500 Nº 0435073

DIRECTORA DE TESIS:

La docente catedrática encargada de dirigir nuestra tesis será la Ing. Quím. Aracely Medina González quien con su sapiencia e ilustración nos guiará en la elaboración de este proyecto.

PERSONAL DE INTERVENCIÓN:

A más de nuestra directora de tesis, contamos con la colaboración y apoyo de diferentes docentes de la universidad; a más de profesionales de distintas áreas, tales áreas como: música, diseño, arquitectura, jurisdicción, turismo y gastronomía.

8.2 RECURSOS MATERIALES:

Como recursos materiales utilizaremos la bibliografía descrita al final de este presente diseño de tesis; así como material para impresiones, material para presentación y otros materiales generales. Se utilizará también una computadora portátil, flash memory, escáner, impresoras y diversos programas de computación de apoyo tales como: Word, Excel, SPSS, entre otros.

8.3 PRESUPUESTO:

A continuación detallaremos los gastos aproximados que se obtendrán durante la realización de nuestro proyecto, recalcando que los mismos se dividirán de forma equitativa entre los estudiantes responsables del mismo: Mónica Alexandra Duque Rodríguez y Alexander Enrique Aguirre Gaona.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

No.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	JUSTIFICACIÓN DEL GASTO
1	Derechos de tesis	2	$ 180,00	$ 360,00	Derechos de presentación de Tesis
2	Resma de 500 hojas de papel bond tamaño A4	2	$ 4,00	$ 8,00	Copias a realizarse de manera impertinente
3	Material de escritorio	6	$ 0,50	$ 3,00	Esferos para llenar las diversas encuestas respectivas a nuestro trabajo
4	CDS	3	$ 0,60	$ 1,80	Para entregar al jurado
5	Carpetas	5	$ 0,25	$ 1,25	Para la presentación de cada capítulo antes de su aprobación
6	Fotocopias	400	$ 0,02	$ 8,00	Fotocopias para encuesta piloto, encuestas aplicadas al proyecto y por cualquier impertinencia
7	Subsistencias	30	$ 1,50	$ 45,00	En investigaciones a realizarse fuera del lugar habitual de almuerzo
8	Movilización	-	$ 50,00	$ 50,00	Para movilizarse a diferentes lugares para el desarrollo del tema
9	Tóner para impresora laser Lexmark E-210	1	$ 100,00	$ 100,00	Impresiones de todo tipo para la realización y presentación del proyecto
10	Hojas de papel universitario	25	$ 0,30	$ 7,50	Presentación del diseño de Tesis
11	Investigación	-	$ 50,00	$ 50,00	Gastos de investigación
12	Imprevistos	-	$ 50,00	$ 50,00	Imprevistos a presentarse en el transcurso del desarrollo del proyecto
TOTAL:				$ 684,55	

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500 Nº 0435074

9) CRONOGRAMA DE TRABAJO:

ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN	TIEMPO DE EJECUCIÓN						RESPONSABLES
	1ero	2do	3ero	4to	5to	6to	
1) Descripción de la empresa	Feb.						Srta. Mónica Duque Sr. Alex Aguirre
2) Análisis del mercado		Marzo					Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alex Aguirre
3) Estudio técnico			Abril				Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alex Aguirre
4) Estudio económico				Mayo			Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alex Aguirre
5) Evaluación económica					Junio		Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alex Aguirre
CONCLUSIONES RECOMENDACIONES						Julio	Srta. Mónica Duque Sr. Alex Aguirre

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	TIEMPO DE EJECUCIÓN																								RESPONSABLES
	MESES	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				
	SEMANAS	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	1ra	2da	3ra	4ta	
1) Descripción de la empresa	1.- Concepción del negocio																									Srta. Mónica Duque Sr. Alexander Aguirre
	2.- Misión																									
	3.- Visión																									
	4.- Principios y Valores																									
	5.- Análisis F.O.R.D.																									
2) Análisis del mercado	1.- Producto																									Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alexander Aguirre
	2.- Análisis de la Demanda																									
	3.- Análisis de la Oferta																									
	4.- Demanda Insatisfecha y Demanda del Proyecto																									
	5.- Análisis de la Comercialización																									
	6.- Análisis de los Precios																									
	7.-Conclusiones del Análisis del Mercado																									
Estudio técnico	1.- Determinación de la Localización Óptima de la Planta																									Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alexander Aguirre
	2.- Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto																									
	3.- Descripción del Proceso Productivo																									
	4.- Selección de Equipos																									
	5.- La Organización																									
	6.- Distribución de la Planta																									
	7.- Marco Legal																									
	8.- Administración y Organización																									
	9.- Conclusiones del Estudio Técnico																									

Edición autorizada de 15.000 ejemplares Del 0423501 al 0438500 Nº 0435075
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

4) Estudio económico	1.- Determinación de ingresos 2.- Determinación de costos 3.- Inversión Total Inicial 4.- Cronograma de Inversiones 5.- Depreciaciones y Amortizaciones 6.- Capital de Trabajo 7.- Punto de Equilibrio 8.- Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento 9.- Financiamiento								Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alexander Aguirre
5) Evaluación económica	1.- Valor Presente Neto 2.- Tasa Interna de Retorno 3.- Razones Financieras 4.- Punto de Equilibrio 5.- Análisis de Sensibilidad 6.- Impacto Ambiental								Ing. Aracely Medina Srta. Mónica Duque Sr. Alexander Aguirre
CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	Resoluciones finales								Srta. Mónica Duque Sr. Alexander Aguirre

10) BIBLIOGRAFÍA:

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

9.1 LIBROS:

- BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 5ta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México 2006.
- TRESPALACIOS, Juan, "Investigación de Mercados", 1ra edición, Editorial Thomson, España, 2005.
- ERAZO SORIA José, "Mercadotecnia, un análisis global de gestión", Ecuador.
- ZALAMEA Guillermo, "Contabilidad de Costos Primera Parte", Ecuador, 2007.

9.2 PUBLICACIONES, FOLLETOS, AUTORES CORPORATIVOS:

- ROSALES, Pablo, Diapositivas de apoyo para la materia de Fundamentos de Mercadotecnia, Ecuador, 2008.
- LEY DE COMPAÑÍAS.
- LEY DE TURISMO.

9.3 DIRECCIONES DE INTERNET:

- www.inec.gov.ec/
- www.supercias.gov.ec/
- www.turismo.gov.ec/
- www.cfn.fin.ec/
- www.cuenca.gov.ec/
- http://definicion.de/capital-de-trabajo/

Edición autorizada de 15.000 ejemplares
Del 0423501 al 0438500 Nº 0435077