

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ECONOMÍA



“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA REESTRUCTURACIÓN DE LA DISCOTECA VELVET”

DISEÑO DE MONOGRAFÍA PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA EMPRESARIAL

AUTORES:

WILSON ENRIQUE TALBOT ORDOÑEZ

IVÁN DARÍO ZAMBRANO BERNAL

DIRECTOR:

INGENIERO JOSÉ ROVALINO SÁNCHEZ

CUENCA – ECUADOR

2011

DEDICATORIA

El presente proyecto dedicamos principalmente a nuestros padres, ya que son las personas que han brindado toda su confianza en nosotros y han estado en cada momento de nuestras vidas, sin hacernos a un lado y apoyándonos en cada momento; sea este malo o bueno.

Nunca dudaron de nuestras capacidades ni de nuestra inteligencia y siempre nos dieron aliento para seguir adelante y no darnos por vencidos en esta importante etapa de nuestras vidas, por lo tanto dedicamos con mucho cariño este gran esfuerzo dentro del presente proyecto.

AGRADECIMIENTO

Como lo señalamos anteriormente queremos agradecer principalmente a nuestros padres ya que ellos nos han dado todo el apoyo moral, económico e incondicional para impulsarnos en esta carrera, y de esta manera nos desmoralizarnos ni dar un pie atrás con todos los obstáculos que se encontraron en el camino. Agradecemos también a los integrantes de la Discoteca Velvet por brindarnos la confianza para poder realizar el presente proyecto y así mismo brindarnos toda la información disponible para poder concluir el mismo. Igualmente expresamos nuestra gratitud a la Universidad del Azuay, a todos sus integrantes y profesores de la facultad, que nos hicieron unos buenos profesionales y nos transmitieron todos sus conocimientos teóricos y experiencias dentro de sus campos profesionales, especialmente, al Ingeniero José Robalino por su gran ayuda y asesoría dentro de la presente monografía.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
TABLA DE CONTENIDO	III
RESUMEN.....	V
ABSTRAC	VI
 CAPITULO 1	 2
GENERALIDADES.....	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Nombre del proyecto.....	4
1.3 Localización	4
1.4 Tipo de proyecto	4
1.5 Objetivos	4
1.5.1 Objetivo específico	4
1.5.2 Objetivos generales.....	4
1.5.3 Objetivo de la formulación	5
1.6 Dueño	5
1.7 Formuladores / ejecutores.....	5
1.8 Inversión inicial	5
1.9 Rentabilidad	5
1.10 Vida útil	6
 CAPITULO 2	 7
ESTUDIO DE MERCADO	7
2.1 Análisis de los productos y/o servicios	7
2.1.1 Servicio de entretenimiento nocturno	7
2.1.1.1 Tipo de servicio	7
2.1.1.2 Unidad de medida	7
2.1.1.3 Cualidades	7
2.1.1.4 Ciclo de vida.....	8
2.1.2 Venta de bebidas	12
2.1.2.1 Tipo de servicio	12
2.1.1.2 Unidad de medida	12
2.1.1.3 Cualidades	12
2.1.1.4 Ciclo de vida.....	12
2.1.1.5 Representaciones Gráficas del mix de productos	13
2.2 Análisis de la demanda	14
2.3 Análisis de la competencia.....	16
2.3.1 Análisis cuantitativo.....	16
2.3.2 Análisis cualitativo	17
2.4 Análisis del precio	18
2.4.1 Entradas (cover).....	18
2.4.2 Bebidas	19
2.5 Análisis de la comercialización y estrategias.....	20

2.5.1. Cambio de nombre	20
2.5.2. Cambio de logo	21
2.5.3. Slogan	21
2.5.4. Canales de distribución	21
2.5.5. Plan de medios.....	21
CAPITULO 3	23
ESTUDIO TÉCNICO	23
3.1 Análisis del proceso de producción / servucción	23
3.1.1 Listado de las actividades del proceso de producción y servucción.....	23
3.1.2 Descripción de cada una de las actividades	23
3.1.3 Diagrama del proceso de servucción.....	25
3.2 Análisis de los recursos.....	26
3.2.1 Matriz de recursos.....	26
3.2.2 Descripción de recursos de inversión	27
3.2.3 Descripción de los recursos de operación	27
3.3 Análisis del tamaño	29
3.4 Análisis de la Localización	29
CAPITULO 4	31
ESTUDIO FINANCIERO	31
4.1 Análisis de las inversiones	31
4.1.1 Inversiones fijas.....	31
4.1.2 Inversiones en capital de trabajo	32
4.1.3 Inversión total	32
4.2 Análisis del financiamiento	32
4.2.1 Fuentes propias.....	32
4.2.2 Fuentes de terceros	32
4.3 Análisis de los ingresos.....	32
4.3.1 Ingresos operacionales	32
4.3.2 Ingresos no operacionales:	36
4.4 Análisis de los egresos.....	37
4.4.1 Gastos administrativos	37
4.4.2 Gastos de operación	37
4.4.3 Gastos financieros.....	37
4.5 Análisis de la rentabilidad.....	37
4.5.1 Vida útil del proyecto	37
4.5.2 Criterio de crecimiento de ingresos y egresos	38
4.5.3 Valor de salvamento o valor residual.....	38
4.5.4 Flujo de caja.....	38
CONCLUSION	41
BIBLIOGRAFIA.....	43
ANEXOS	44

RESUMEN

El Estudio de Factibilidad para la Reestructuración de la Discoteca Velvet consiste en remodelar el interior de la misma, cambiando la decoración de sus espacios en su totalidad y haciendo que sus clientes se sientan en un ambiente completamente nuevo y diferente. Esto se hace luego de un año de funcionamiento aproximadamente, mientras la discoteca se encuentre en período de auge, ya que con la experiencia del dueño y de personas en el medio se ha establecido que es más beneficioso en ese momento para no perder la clientela establecida.

ABSTRAC

The Project of Restructuring of Velvet Discotheque is based on the modeling of its interior by entirely changing the decoration and making the customers feel in a completely new and different environment. This remodeling takes place after approximately one year of operation, while the club is still at its finest, since according to the owner and other people in this line of work it is better to do it at this time in order to maintain and encourage customer loyalty.

INTRODUCCION

La imagen corporativa dentro de un negocio es de suma importancia para que este se pueda posicionar en el mercado y pueda obtener una ventaja competitiva con respecto a la competencia, siendo esta la razón principal por la que se planteó el proyecto de Reestructuración de la Discoteca Velvet, ya que este es un negocio existente en la actualidad y se vio obligado a una reestructuración para brindar un mejor servicio y ofrecer un nuevo ambiente de diversión a sus clientes, y de esta manera satisfacer las necesidades de los mismos y aumentar la vida útil del negocio.

Al ser un proyecto de una Discoteca, se conoce que estas tienen una vida útil corta, que no es más de dos años, por lo tanto el motivo de este proyecto es analizar la factibilidad de una reestructuración para así aumentar la vida útil antes mencionada.

CAPITULO 1

GENERALIDADES

1.1 Antecedentes

Tras la experiencia de Juan Andrés Piedra, uno de los colaboradores actuales de Velvet, de más de 10 años en el mercado de los clubes nocturnos, se logró establecer entre un grupo de amigos la idea de que es un mercado nuevo en la ciudad de Cuenca, ya que antes se lo tomaba como diversión y no como realmente un negocio, siendo este muy rentable. Por lo tanto tuvieron la idea de crear un nuevo tipo de discoteca al establecerla como un modelo de negocio, teniendo un eficiente manejo en cada etapa del servicio.

Con la intención de crear una nueva discoteca, el dueño y unos amigos empezaron a buscar nuevas ideas y nuevos lugares dentro de la ciudad, para abrir una discoteca con un ambiente diferente y logre sobresalir ante la competencia. Por lo que se empezó a buscar lugares fuera del centro histórico de la ciudad ya que la gente estaba cansada de ir a ese lugar por lo peligroso del mismo y por la falta de estacionamiento. Después de varios meses de buscar el sitio ideal se logró encontrar un lugar que cumplía con las expectativas, ubicado en la av. 12 de abril y Florencia Astudillo, predio de propiedad del Centro Agrícola.

Este lugar era el indicado por que es una casa que no se encuentra dentro del centro histórico pero muy cerca del mismo, además es una zona comercial que no tiene problemas de estancamiento de tráfico y está rodeado de una amplia gama de parqueaderos tarifados, en donde se pueden estacionar los vehículos sin ninguna preocupación. Otra ventaja de este lugar es que es una casa de un solo piso con varios cuartos, en donde se pueden crear distintos ambientes, además teniendo en cuenta que los techos son bastante altos lo que crea una buena circulación de aire y no genera mucho calor. Sin embargo esta casa presentaba un inconveniente y es que este lugar es considerado patrimonio cultural de la ciudad de Cuenca, por lo que tiene ciertas restricciones en las adecuaciones que se pueden realizar en la misma como la eliminación de paredes, cambio de techo, de piso y los cambios en la fachada.

De acuerdo a las características del local, se creó un espacio conceptual, tratando que el cliente se sienta en otra realidad, creando un ambiente desde un bar retro hasta una discoteca moderna y sumamente elegante, teniendo como objetivo: sumergirse en un lugar que saque de la cotidianidad.

Los ambientes se crearon con la intención de sobresaltar el puro estilo francés, destacando el brillo, la elegancia y el glamour*. Estos ambientes encierran siete espacios temáticos, cada uno con su propia identidad:

- Thequeen: elegante y moderno, creado para sentirse parte de la realeza.
- Retro: Recargado en un antiguo bar al estilo inglés.
- Japan: ambiente inspirado en el lejano oriente.
- Divas: Rosa y Negro, inspirado en las bellas divas francesas.
- Cara o que?: al estilo de un estudio de grabación, un espacio para cantar.
- Discotek: elegancia francesa de la época de Luis XV
- Vip (disco): terciopelo francés utilizado en cómodos camastros.

Ahora lo que se piensa hacer es cambiar el tema y los nombres de los ambientes, los cuales se detallan a continuación:

- Cyberdance: es un mega cuarto lleno de psicoglam donde te lleva a una cibercultura del movimiento.
- Gigablueroom: es una sala para recostarse y mirar y que las sensaciones suban con cada cambio de decibel
- Megaviolet: te lleva a un siguiente nivel destacado por el violeta
- Orangetech: un cuarto diferente, lleno de tecnología y energía.
- Greenbite: llegas a un cuarto verde que te muestra descanso, paz y relax.
- Standby: es la entrada llena de láser y neón donde se retroalimentan tus sentidos

1.2 Nombre del proyecto

Estudio de Factibilidad para la Reestructuración de la Discoteca Velvet

1.3 Localización

País: Ecuador

Ciudad: Cuenca

Zona: Urbana

Parroquia: Sucre

Dirección: Avenida 12 de Abril y Florencia Astudillo

Sector: El Estadio

Teléfono: 084360637 Móvil

Página de Internet: www.velvet.com.ec

Correo electrónico: velvetdiscoteca@gmail.com

1.4 Tipo de proyecto

- Es un proyecto de reestructuración de la existente discoteca Velvet
- Objetivo: Es un proyecto de tipo privado
- Actividad: Es un servicio de entretenimiento nocturno y de venta de bebidas con y sin alcohol
- Operación: Es de tipo discontinuo, ya que funcionan solamente los días jueves, viernes y sábado

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo específico

- Maximizar la Utilidad del Dueño

1.5.2 Objetivos generales

- Aumentar la vida útil de la discoteca
- Incrementar las ventas
- Mejorar el servicio ante los consumidores
- Ofrecer ambientes completamente nuevos y renovados
- Brindar nuevos servicios
- Lograr una diferenciación ante la competencia

1.5.3 Objetivo de la formulación

El objetivo de la formulación es reducir el riesgo para el dueño, que la reestructuración de la discoteca implica. Haciendo un estudio técnico, estudio de mercado y estudio financiero, lo cual permitirá al dueño establecer la viabilidad del proyecto.

1.6 Dueño

Nombre: Sebastián Ernesto Arteaga Landívar

Profesión: Ingeniero Industrial

Edad: 31 años

1.7 Formuladores / ejecutores

Nombre: Wilson Enrique Talbot Ordoñez

Profesión: Egresado de Economía Empresarial

Edad: 25 años

Teléfono: 099-954-249 / 2883-211

Mail: andrestalbot@hotmail.com

Nombre: Iván Darío Zambrano Bernal

Profesión: Egresado de Economía Empresarial

Edad: 22 años

Teléfono: 095-701-058 / 2844-173

Mail: ivan_darza@yahoo.es

1.8 Inversión inicial

La inversión para poder llevar a cabo este proyecto es de \$34.417,86.

1.9 Rentabilidad

La rentabilidad de este proyecto será de 28%.

1.10 Vida útil

Para la vida útil de este proyecto tomamos en consideración el negocio en el cual se va a desarrollar el mismo, con lo que debido a que es un negocio de muy corta duración en donde se tiene que estar constantemente cambiando y presentando algo nuevo, sumado a la decisión del dueño de buscar otro lugar para realizar una nueva discoteca, se tomó la decisión de que el proyecto tenga una duración de 1 año.

CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis de los productos y/o servicios

Se va ofrecer dos tipos de productos / servicios: el servicio de entretenimiento nocturno y la venta de bebidas

2.1.1 Servicio de entretenimiento nocturno

2.1.1.1 Tipo de servicio

Es un producto intangible ya que lo que se ofrece es un entretenimiento dentro del local, con música para bailar y compartir un nuevo ambiente social.

2.1.1.2 Unidad de medida

Al ser un servicio individual o personal, nuestra unidad de medida es el número de personas con distinción de género.

2.1.1.3 Cualidades

La discoteca se caracteriza por:

- **Espacio Amplio:** El área de la discoteca es bastante amplia, ya que se dispone de una capacidad hasta de 900 personas.
- **Diversidad de Ambientes:** Se cuenta con diferentes espacios, que se distinguen por su decoración y estos ambientes están divididos en dos grupos que se caracterizan por el tipo de música en cada lugar.
- **Calidad de Sonido:** Se tiene distribuido por todo el local los parlantes, de tal manera que el sonido llega equitativamente a todo el lugar.
- **Distinción de Género:** En el momento en que hay una mayor cantidad de mujeres en la discoteca, se atrae a una mayor cantidad de hombres y por esta razón los precios de entrada son de menor valor para las mujeres.
- **Reservas:** Existe un área especial, que es más privada, la cual se puede solicitar con previa anticipación para tener un lugar más exclusivo para

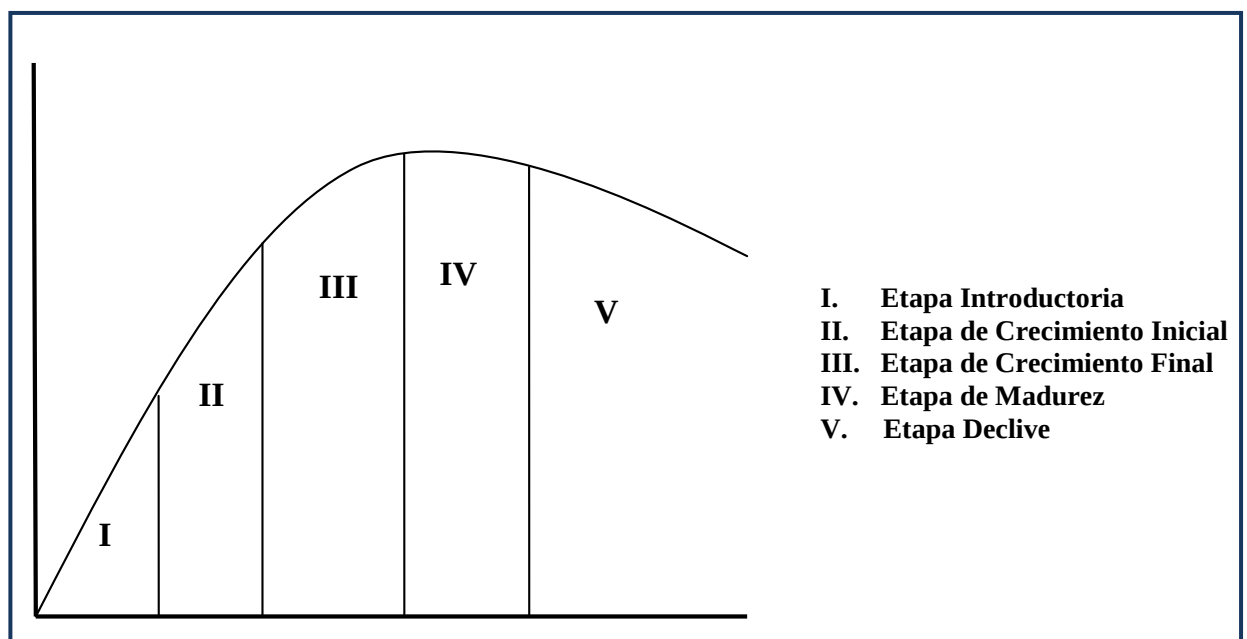
compartir con un selecto grupo de personas escogidas por la persona que realizó la reservación.

- Seguridad: Se cuenta con un amplio personal de seguridad debidamente capacitado, para que en cualquier momento en que se suscite algún problema dentro de la discoteca, estos lo puedan solucionar de la manera más efectiva y protegiendo la integridad de todas las personas. De igual manera existe una preselección al momento de ingresar al local, con la intención de asegurar que las personas que ingresen lo hagan por diversión y no para cometer daños dentro del mismo.
- Valor Agregado: Cuenta con espacio especial y completamente privado de Karaoke, en donde las personas tienen la posibilidad de cantar y de salir a bailar si lo desean.

2.1.1.4 Ciclo de vida

El ciclo de vida es el tiempo estimado de duración de una empresa, que les sirve a los accionistas para tomar decisiones durante cada etapa.

Dentro de la discoteca Velvet se han tomado diferentes decisiones de acuerdo a estas etapas del ciclo de vida, las cuales se detallan a continuación:



Etapas del ciclo de vida Discoteca Velvet

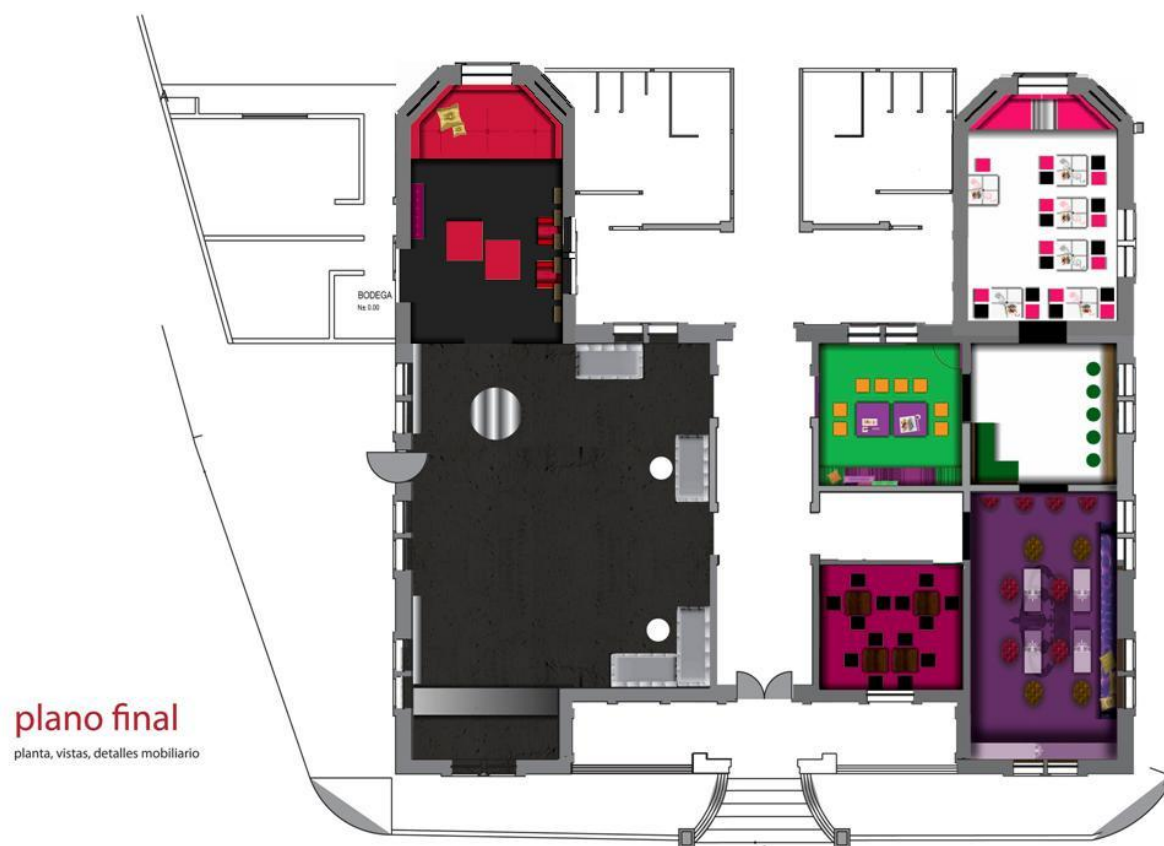
En la etapa introductoria se realizó una investigación de nuevos locales fuera del centro histórico, buscando un espacio diferente con características especiales, tales como: facilidad de parqueo, ubicación dentro de una zona comercial y un espacio amplio de un solo piso que cuente con una gran fluidez de aire debido a su altitud. Además se hizo una investigación de mercado de la competencia buscando dar una diferenciación con lo que se concluyó entre los aspectos más importantes la creación de 3 ambientes con distinción de género de música, siendo uno de los más importantes el espacio del karaoke, donde las personas pueden cantar lo que deseen.

En el crecimiento inicial la discoteca empezó a publicitarse principalmente por medio de las redes sociales tales como *Facebook* y mediante la publicidad de boca a boca, dándose a conocer por sus grandes fiestas temáticas, las cuales tuvieron mucha acogida.

En la etapa de crecimiento final es donde se encuentra actualmente la empresa. En esta etapa se han hecho fiestas privadas, con nuevas ideas, presentando reconocidos DJ's internacionales, brindando nuevos tipos de licores; con el fin de conservar los clientes actuales y de atraer nuevos. También el dueño ha tomado la decisión de hacer una reestructuración con el fin de incrementar el ciclo de vida de la empresa, para así a esta etapa mantenerla por más tiempo, lo que se da con la reestructuración planteada, al darle un nuevo enfoque y una nueva imagen, dando la impresión de ser una nueva empresa, con nuevo nombre y nuevos valores agregados, pero conservando el manejo operativo establecido. En esta etapa se piensa mantener la publicidad por medio de las redes sociales y hacer un lanzamiento exclusivo de la nueva discoteca, mostrando los cambios y lo nuevo que se tiene por ofrecer. En esta misma etapa se va a ofrecer un nuevo tipo de fiestas temáticas con la presentación de artistas musicales, además de dar fiestas privadas y lanzamientos de nuevas marcas del mercado.

En la etapa de madurez y declive se mantienen las fiestas hasta el momento en que empieza a disminuir notablemente la rentabilidad, con lo que se toma la decisión de cerrar la discoteca, para buscar nuevos locales con el fin de crear un nuevo negocio.

2.1.1.5 Representaciones gráficas de los nuevos ambientes





2.1.2 Venta de bebidas

2.1.2.1 Tipo de servicio

Es un producto tangible que se ofrece dentro de la discoteca, ya que se ofrece el producto en ese momento para su consumo.

2.1.1.2 Unidad de medida

De acuerdo al tipo, marca y cantidad de la bebida que el cliente desee.

2.1.1.3 Cualidades

Las bebidas se caracterizan por:

- Diversidad: Se tiene una amplia variedad de bebidas para satisfacer todo tipo de gustos.
- Grados de alcohol: Se ofrece diferente tipos de bebidas con diferentes grados de alcohol, y así la gente que no busca embriagarse puede conseguir su tipo de bebida y de igual manera las personas que buscan embriagarse pueden hacerlo con otras.
- Presentación: Cada bebida tiene su presentación, de acuerdo al tipo que es, de tal manera que el cliente las pueda degustar de una mejor manera.
- Preparación instantánea: Las bebidas son preparadas en el momento en el cliente las solicita, de esta manera se asegura la calidad de las mismas y ofreciendo un servicio personalizado.

2.1.1.4 Ciclo de vida

El ciclo de vida de la venta de bebidas es el mismo que el de servicio de entretenimiento, ya que si este se encuentra en una etapa cualquiera, las bebidas se van a encontrar en la misma etapa, por que dicha venta depende directamente de las personas que ingresen. Si no entran personas, no se vende el producto.

2.1.1.5 Representaciones Gráficas del mix de productos





2.2 Análisis de la demanda

La discoteca cuenta con una superficie de 530,58 m², en donde el número máximo de personas que pueden ingresar es de 900, por lo tanto tenemos que basarnos en nuestra capacidad máxima para de esta forma poder planificar las proyecciones tomando en cuenta esta limitación.

Para determinar nuestro mercado meta, vamos a segmentar tomando en cuenta variables demográficas como: edad y la clase social (Anexo 1).

Para la edad, tomamos solamente en cuenta a personas entre 20 y 29 años. Mientras que para la clase social incluimos a personas de clase media, media-alta y alta. Esto lo hacemos basados en las características observadas de las personas que han recurrido regularmente a la discoteca. De esta manera nuestro mercado objetivo sería el siguiente:

	Consideración	Personas
Habitantes ¹	Azuay	714.341
Edad	entre 20 y 29 años	117.699
Clase Social	60,90%	71.679
Mercado Meta		71.679
Mercado Objetivo	10%	7.168

En el cuadro anterior podemos darnos cuenta de que nuestro mercado objetivo sería de 7.168 personas.

Para determinar la demanda que vamos a tener en la discoteca durante el año sacamos un promedio de los datos históricos, diferenciando los días viernes de los días sábados ya que en los viernes se tiene una mayor demanda debido a que las personas no acostumbran a salir a discotecas los días sábados, según se ha podido observar cada fin de semana en la ciudad.

Cabe mencionar que este promedio diario puede variar según el tipo de evento que se esté ofreciendo y a la fecha del mismo, ya que se trata de un negocio estacionario en donde algunos meses como julio y agosto tienen poca acogida, mientras que en noviembre los ingresos aumentan. Por lo que este promedio simplemente es para tener una idea de la cantidad de personas que se podrían esperar en un día cualquiera.

¹Fuente: INEC, encuesta condiciones de Vida.

Día	Personas	Capacidad
Viernes	492	900
Sábado	157	900

2.3 Análisis de la competencia

En un negocio como el de discotecas que es de muy corto tiempo y depende directamente de la competencia, un análisis de la misma es muy importante ya que nos brinda información valiosa para manejar de mejor manera nuestra empresa y buscar una marcada diferenciación.

2.3.1 Análisis cuantitativo

- **Competidores directos:** son considerados los más importantes de acuerdo al target de personas que asisten a la discoteca que son de nivel medio, medio-alto y alto.

Discotecas	Dirección
Dos Dos	Av. 12 de Abril Plaza del Farol
YokobyFrodia	Centro Comercial Milenium Plaza

- **Competidores Indirectos:** son todos aquellos que aunque en la mayoría de ocasiones no atraen al target propio de la empresa, existen eventos especiales en las que si lo hacen.

Discotecas	Dirección
Gabbia	Presidente Córdova 5-58 y Hermano Miguel
May Day	Remigio Crespo sector Los Totems
NikitaBistro	Centro Comercial Milenium Plaza
Lillet	Calle Larga y Benigno Malo

2.3.2 Análisis cualitativo

Discotecas	Días en Funcionamiento	Productos	Posicionamiento	Target
Dos Dos	Mie-Jue-Vie-Sab	Licores y Entretenimiento	Muy Bueno	RDA
YokobyFrodia	Jue-Vie-Sab	Licores y Entretenimiento	Muy Bueno	RDA
Gabbia	Jue-Vie-Sab	Licores y Entretenimiento	Bueno	TP
May Day	Vie-Sab	Licores y Entretenimiento	Malo	TP
NikitaBistro	Mar a Dom	licores, Comida y Entretenimiento	Bueno	RDA
Lillet	Mie-Jue-Vie-Sab	Licores, Comida y Entretenimiento	Muy Bueno	RDA

RDA= Reserva el Derecho de Admisión

TP= Todo Público

Algo adicional que tenemos que tomar en cuenta de la competencia es la capacidad que estas tienen y características adicionales tales como parqueo y forma de pago.

Discotecas	Capacidad	Parqueo	Forma de Pago
Dos Dos	250 personas	Calle	Final
YokobyFrodia	300 personas	Privado-Calle	Final
Gabbia	800 personas	Privado-Calle	Instantánea
May Day	1600 personas	Privado-Calle	Final
NikitaBistro	80 personas	Privado-Calle	Final
Lillet	100 personas	Calle	Final

Final= primero se realiza el consumo y al momento de salir se efectúa el pago total.

2.4 Análisis del precio

2.4.1 Entradas (cover)

Para fijar el precio de las entradas a la discoteca nos vamos a basar en los precios de la competencia, pero sin dejar de cubrir nuestros gastos y obtener una rentabilidad.

Los competidores que vamos a tomar en cuenta son los que presentan el mismo tipo de servicio, es decir entrenamiento y la venta de bebidas.

Discotecas	Precios (Cover)	
	Hombres	Mujeres
Dos Dos	\$10	\$5
YokobyFrodia	\$10	\$10
Gabbia	\$5	\$5
May Day	\$5	\$5

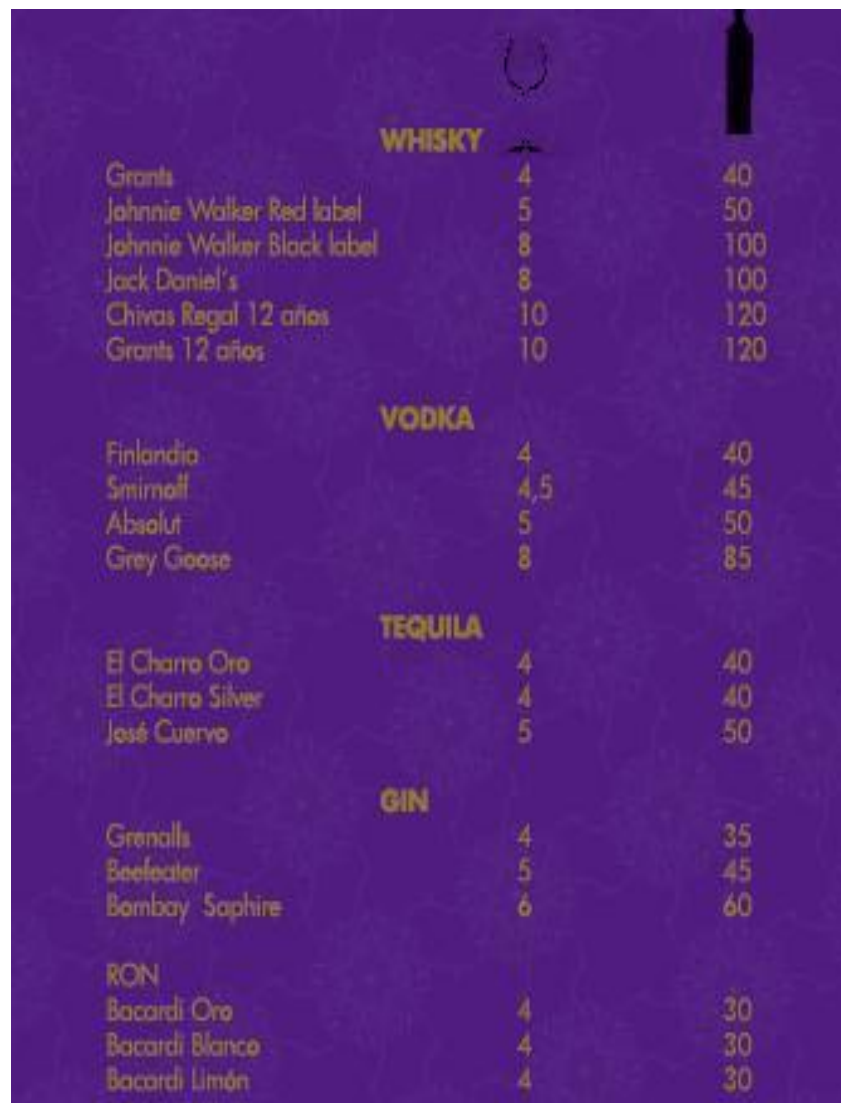
Basados en los datos anteriores y según la decisión del dueño, se llegó a la conclusión de mantener los precios actuales (Hombres \$10,00 – Mujeres \$5,00) ya que los precios de los mismos no han tenido ningún cambio dentro del mercado.

Pero debemos tener en cuenta que hay eventos especiales en donde el precio del cover es diferente, ya que se ofrecen otro tipo de servicios, como es barra libre, presentación de artistas, etc.

2.4.2 Bebidas

Los precios de las bebidas se van a mantener con los actuales, ya que a pesar del aumento de los impuestos a los consumos especiales, no se puede cargar esto al precio por que el mercado de Cuenca según la experiencia del dueño y de personas experimentadas en el medio, es muy sensible a estos cambios.

Los precios se habían establecido por un estudio de la competencia y por la experiencia dada.



WHISKY		
Grants	4	40
Johnnie Walker Red label	5	50
Johnnie Walker Black label	8	100
Jack Daniel's	8	100
Chivas Regal 12 años	10	120
Grants 12 años	10	120
VODKA		
Finlandia	4	40
Smirnoff	4,5	45
Absolut	5	50
Grey Goose	8	85
TEQUILA		
El Charro Oro	4	40
El Charro Silver	4	40
José Cuervo	5	50
GIN		
Grenalla	4	35
Beefeater	5	45
Bombay Sapphire	6	60
RON		
Bacardi Oro	4	30
Bacardi Blanco	4	30
Bacardi Limón	4	30

CHAMPAGNE Y ESPUMANTES		
Chandon		35
Henkell		35
Moet y Chandon brut imperial		170
OTROS		
Baileys	5	
Jagermeister	5	65
Hpnotiq	8	90
CERVEZA		
Corona (botella)	3	3
Heineken (botella)	3	3
Franziskaner	7	7
COCTELES		
Velvet	5	
Long Island	5	
Margarita	5	
Tequila Sunrise	5	
Martini	5	
Cosmopolitan	5	
Mojito	5	
Amaretto	5	
VARIOS		
Red bull	4	
Smirnoff Ice	4	
Agua	2	
Soda	2	
Tabacos 1/2	4	

2.5 Análisis de la comercialización y estrategias

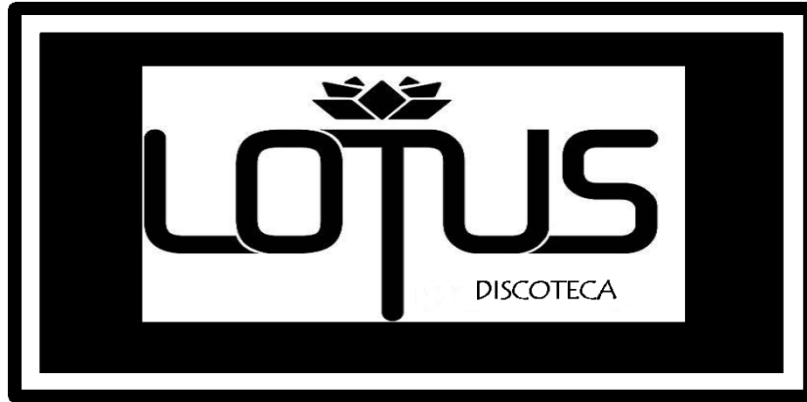
2.5.1. Cambio de nombre

Se va realizar un cambio de nombre, para así poder dar una impresión de que es una nueva discoteca, una nueva empresa, ya que la gente siempre busca algo nuevo en este tipo de negocio.

El nuevo nombre que se va a utilizar es “Lotus”, el cual escogimos porque uno de los símbolos principales de la casa es la flor de loto, que en inglés es Lotus y que se encuentra en muchos lugares, como en la fachada principal, en los pisos, etc.

2.5.2. Cambio de logo

Al cambiar el nombre, se debe cambiar el logo para presentar una nueva imagen ante el público, el cual es el siguiente:



2.5.3. Slogan

El slogan que se quiere usar para la nueva discoteca será: “Siéntete como un rey”.

2.5.4. Canales de distribución

Nuestros canales de distribución tanto para las bebidas como el entrenamiento son directos, ya que no se depende de terceras personas para brindar el producto y el servicio.

2.5.5. Plan de medios

Debido a que el canal de distribución es directo y se tiene una relación directa con los clientes lo que se hace para llegar a ellos es un método personal mediante redes sociales, promotores y volantes informativos en ocasiones especiales.

Al principio para la inauguración se hace una fiesta de lanzamiento mediante invitaciones personales a un grupo selecto de invitados, entre los cuales están amigos y familiares del dueño, así como de los promotores, ofreciendo entretenimiento gratuito para darnos a conocer en el medio. Y así estas personas empiezan una publicidad de boca a boca por parte de ellos.

De acuerdo a la manera en que vamos a realizar la publicidad, se ha determinado el siguiente plan de medios:

Medio	Mensaje	Frecuencia	Alcance	Objetivo	Control	Presupuesto
Redes Sociales	Informativo	Pasando un día	Local	Posicionamiento	Dueño	Gratuito
Página de Internet	Informativo	Pasando un día	Local	Posicionamiento	Dueño	150 (anual)
Flyers	Informativo	Cada mes	Local	Posicionamiento	Dueño	300 (mensual)

El valor aproximado mensual que se gasta en publicidad es de \$300, con lo cual nos ayudará a un buen posicionamiento dentro del mercado de las discotecas, siendo este un costo bajo, ya que lo que realmente ayuda es la tecnología de hoy día como son las redes sociales, que nos permite llegar de una forma personal a la mayoría de usuarios y es de forma gratuita.

CAPITULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Análisis del proceso de producción / servucción

3.1.1 Listado de las actividades del proceso de producción y servucción

1. Remodelación de las distintas áreas de diversión
2. Determinar la capacidad de cada uno de los espacios
3. Publicidad para dar a conocer los nuevos espacios que se van a ofrecer
4. Abastecimiento de licor en el local
5. Dar a conocer el lugar físicamente por medio de una inauguración
6. Publicidad de cada evento
7. Apertura del local con normalidad
8. Pago de gastos administrativos

3.1.2 Descripción de cada una de las actividades

- **Remodelación de las distintas áreas de diversión**

Se va realizar una remodelación completa del área de diversión, es decir colocar las barras en otros lugares, cambiar la decoración, nuevo tipo de mobiliario y brindar nuevos espacios con nuevos conceptos con el objeto de ofrecer al consumidor un renovado lugar de diversión haciéndole percibir como un ambiente completamente nuevo

- **Determinar la capacidad de cada uno de los espacios**

De acuerdo a los nuevos ambientes y a la distribución de los espacios del local, se realiza un análisis de la organización y capacidad de los ambientes. Estos ambientes pertenecen a dos grupos, el primero compuesto por una zona exclusiva VIP para 350 personas y otra zona para la discoteca con una capacidad de 550 personas.

- **Publicidad para dar a conocer los nuevos espacios que se van a ofrecer**

Al momento de la remodelación se necesita una buena publicidad para dar a conocer lo que está por venir y hacer que la gente se encuentre emotivamente a la espera del mismo

Esto se va realizar mediante las redes sociales utilizadas y la base de datos de los contactos de la discoteca

- **Abastecimiento de licor en el local**

Para tener todo listo para empezar el funcionamiento de la renovada discoteca se necesita realizar el abastecimiento de las bebidas, para que nada falte al momento de funcionar. La cantidad mensual promedio es de \$5.000, porque ese es el cupo que dan los proveedores para brindar los auspicios y los beneficios que otorgan.

- **Dar a conocer el lugar físicamente por medio de una inauguración**

Realizar una llamativa inauguración mediante una fiesta temática diferente, invitando a reconocida clientela, medios y autoridades importantes de la ciudad de manera que puedan conocer en forma exclusiva el nuevo lugar a ofrecer

- **Publicidad de cada evento**

Antes de realizar un evento se realiza la publicidad del mismo por medio de los medios establecidos, para que este evento tenga la mayor acogida. La publicidad y el método dependen de la importancia de cada evento

- **Apertura del local con normalidad**

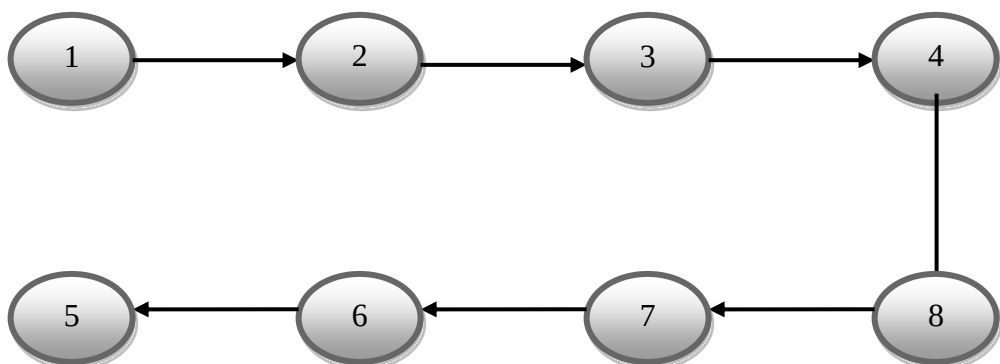
Después de la inauguración la discoteca va funcionar con normalidad los días establecidos anteriormente

- **Pago de gastos administrativos**

Al final de cada mes se realizan los pagos a empleados, proveedores, gastos básicos y al dueño.

Una vez realizado todo este proceso, se continúa con normalidad, es decir, se abastece de licor, se promociona las fiestas a realizar y al final se hacen los pagos correspondientes; este proceso se repite continuamente.

3.1.3 Diagrama del proceso de servucción



1. Remodelación de las distintas áreas de diversión
2. Determinar la capacidad de cada uno de los espacios
3. Publicidad para dar a conocer los nuevos espacios que se van a ofrecer
4. Abastecimiento de licor en el local
5. Dar a conocer el lugar físicamente por medio de una inauguración
6. Publicidad de cada evento
7. Apertura del local con normalidad
8. Pago de gastos administrativos

3.2 Análisis de los recursos

3.2.1 Matriz de recursos

RECURSOS OPERACIÓN					RECURSOS DE INVERSION		
Local	Recurso Humano	Insumos	Equipos	Proceso del Servicio	Insumos	Recurso Humano	Otros
				Remodelación de las distintas áreas de diversión	Materiales de remodelación	Diseñador y Arquitecto	Permisos
				Determinar la capacidad de cada uno de los espacios	Planos	Dueño	
				Publicidad para dar a conocer los nuevos espacios que se van a ofrecer	Computadora	Dueño	
	Administrador	Bebidas		Abastecimiento de licor en el local			
Espacios	Empleados	Bebidas y Otros	Sonido	Dar a conocer el lugar físicamente por medio de una inauguración			
	Dueño	Flyers	Computadora	Publicidad de cada evento			
Espacios	Administrador y Empleados	Bebidas y Otros	Sonido	Apertura del local con normalidad			
	Administrador	Papel y Otros	Computadora	Pago de gastos administrativos			

3.2.2 Descripción de recursos de inversión

Descripción de la Inversión
Descripción
ELABORACION DE MUEBLES
COMPRA DE LUMINARIAS CH 20
INSTALACION LUMINARIAS
INSTALACIONES VIDRIO, PVC Y ALUMINIO
COMPRA DE 5 CUADROS
COMPRA MUEBLE
MUEBLES CAJA (4)
TAPIZADO 6 BANCOS
REMODELACION CAMAS (10)
COMPRA MESON
TELEVISOR LCD 42' (5)
COMPRA DVD
MAQUINA DE HUMO
COMPRA 2 EQUIPOS LASER
TARGETAS MAGNETICAS
DECORACION

3.2.3 Descripción de los recursos de operación

	Descripción del Edificio	Cantidad
1	Ambientes	6

	Descripción de Recurso Humano	Cantidad
2	Contador	1
3	Administrador	1
4	Encargados Puerta	2
5	Encargado VIP	1
6	Dueño	4
7	Barman	4
8	Ropero	2
9	Cajeras	3
10	DJ	1
11	Personal de limpieza	1
12	Secretaria	1
13	Meseros	4
14	Guardias	5

	Descripción de Equipos	Cantidad
15	Amplificador	2
16	Parlantes	18
17	Caja Registradora	4
18	Televisiones	7
19	DVD	2
20	Láser	6
21	Máquina de Humo	2
22	Computadora	1
23	Escritorio	1

	Descripción de Insumos	Cantidad
24	Manillas	250
25	Papel Higiénico	6
26	Carta de Consumo	50
27	Tarjetas de Consumo	400
28	Bebidas	
29	Otros	

3.3 Análisis del tamaño

El tamaño del local es de 530,58 m², en donde pueden ingresar hasta un máximo de 900 personas, las cuales están distribuidas de la siguiente manera:

- Zona VIP, conformada por los ambientes Megavioletoom, Greenbyteroom y Orangetechroom. Estos en conjunto tienen una capacidad de 350 personas.
- Zona Discoteca: conformada por los ambientes Entradacyberglam, Cyberdancedisco y Gigablueroom. Estos ambientes en conjunto tienen una capacidad para 550 personas.

Este tamaño no varía durante ningún período ya que el local ya cuenta con las divisiones necesarias.

3.4 Análisis de la Localización

País: Ecuador

Ciudad: Cuenca

Zona: Urbana

Parroquia: Sucre

Dirección: Avenida 12 de Abril y Florencia Astudillo

Sector de Planeamiento: El Estadio

Características:

- Zona comercial cercana al centro histórico
- Cerca del Río Tomebamba y el Puente Roto, que es una zona muy turística de la ciudad
- Es una zona con una facilidad de acceso y facilidad de parqueo
- Se encuentra junto al Centro Comercial Millenium Plaza, el cual tiene una gran afluencia de gente
- Está rodeado de diferentes lugares de comida

CAPITULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Análisis de las inversiones

4.1.1 Inversiones fijas

Descripción de la Inversión	
Descripción	Valor
ELABORACION DE MUEBLES	\$ 2.755,00
COMPRA DE LUMINARIAS CH 20	\$ 161,72
INSTALACION LUMINARIAS	\$ 30,00
INSTALACIONES VIDRIO, PVC Y ALUMINIO	\$ 1.172,19
COMPRA DE 5 CUADROS	\$ 200,00
COMPRA MUEBLE	\$ 180,00
MUEBLES CAJA (4)	\$ 480,00
TAPIZADO 6 BANCOS	\$ 150,00
REMODELACION CAMAS (10)	\$ 761,36
COMPRA MESON	\$ 165,19
TELEVISOR LCD 42" (5)	\$ 5.262,15
COMPRA DVD	\$ 56,25
MAQUINA DE HUMO	\$ 284,00
COMPRA 2 EQUIPOS LASER	\$ 760,00
TARGETAS MAGNETICAS	\$ 2.000,00
DECORACION	\$ 20.000,00
TOTAL INVERSION	\$ 34.417,86

4.1.2 Inversiones en capital de trabajo

Debido a que este es un proyecto de una empresa en donde las operaciones mismas permiten cubrir el capital de trabajo una vez que entre en funcionamiento, no se necesita inversiones en capital de trabajo.

4.1.3 Inversión total

Debido a que las inversiones fijas son las únicas en este proyecto, la inversión final será igual a la inversión fija, o sea \$34.417,86.

4.2 Análisis del financiamiento

4.2.1 Fuentes propias

El proyecto será financiado en su totalidad por el dueño actual de la empresa.

4.2.2 Fuentes de terceros

El dueño no optó por un financiamiento externo ya que la inversión no era muy alta ni muy riesgosa, ya que se recupera la inversión a corto plazo.

4.3 Análisis de los ingresos

4.3.1 Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales se dan con el giro del negocio, es decir, con el servicio de la discoteca y las ventas del licor.

A continuación se presenta un cuadro de ingresos en base a los datos históricos de la discoteca, presentados mensualmente. Tomando en cuenta que los ingresos y su evolución de la empresa dependen primordialmente de la apertura y del tiempo que haya pasado de la misma, más no del mes calendario en que se encuentre, pero teniendo en cuenta que el mes de agosto y el mes de fiestas de cuenca son especiales y tienen su tendencia bien marcada. Esto se da porque el negocio depende mucho de lo nuevo e innovador y de los gustos y preferencias de los consumidores.

Según la experiencia del dueño y de personas con experiencia en este negocio, los cuales han realizado estos cambios en el pasado, se ha concluido que una renovación en el mismo local hace que las ventas no disminuyan en una gran cantidad, como cuando no se hace la respectiva reestructuración.

De acuerdo a lo observado con las experiencias de reestructuración, las ventas disminuyen entre un 15% y 20% con respecto al primer mes de apertura, mientras que sin realizar dicha reestructuración, las ventas continúan una tendencia de disminución, y siendo estas ventas menores a las conseguidas con la reestructuración.

- **Ingresos primer mes**

Según los datos históricos de la discoteca, al primer mes de apertura se tuvo unas Ventas Netas de \$36.356,87 y manteniendo un escenario pesimista, es decir de un 20% de disminución en las ventas, vamos a tener una Venta Proyectada de \$29.085,50

	Primer Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 36.356,87
Reducción Ventas	20%
Ventas Proyectadas	\$ 29.085,50

- **Ingresos segundo mes**

Para continuar con la proyección, se realizó la evolución histórica de la empresa en el tiempo con respecto al primer mes, por lo tanto se calculó la tendencia de variación en las ventas entre cada mes con respecto al primero, ya que este es el comportamiento que se da dentro de las discotecas. Siendo la tendencia a disminuir en este caso de un 9,54%. Las Ventas Netas Históricas de \$32.888,79 y disminuyen a \$26.311,03.

	Segundo Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 32.888,79
Tendencia Mensual	9,54%
Ventas Proyectadas	\$ 26.311,03

- **Ingresos tercer mes**

Las Ventas Netas Históricas en el tercer mes son de \$31.725,09 y con una tendencia del 12,74%, por lo tanto la Venta Proyectada sería de \$25.380,07.

	Tercer mes
Ventas Netas Históricas	\$ 31.725,09
Tendencia Mensual	12,74%
Ventas Proyectadas	\$ 25.380,07

- **Ingresos cuarto mes**

En el cuarto mes tenemos una tendencia del 38,08% de unas Ventas Netas Históricas de \$22.511,82 y teniendo una Venta Proyectada de \$18.009,46.

	Cuarto Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 22.511,82
Tendencia Mensual	38,08%
Ventas Proyectadas	\$ 18.009,46

- **Ingresos quinto mes**

Las Ventas Netas Históricas en el quinto mes son de \$25.553,54 y con una tendencia mensual de 29,71%, teniendo como resultado una venta proyectada de \$20.442,83.

	Quinto Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 25.553,54
Tendencia Mensual	29,71%
Ventas Proyectadas	\$ 20.442,83

- **Ingresos sexto mes**

En este mes se tiene una tendencia del 42%, de unas Ventas Netas Históricas de \$21.088,41 y teniendo como resultado unas Ventas Proyectadas de \$16.870,73.

	Sexto Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 21.088,41
Tendencia Mensual	42,00%
Ventas Proyectadas	\$ 16.870,73

- **Ingresos séptimo mes**

Las Ventas Netas Históricas del séptimo mes son de \$28.756,51 y con una tendencia del 20,90%, teniendo como resultado una Venta Proyectada de \$23.005,21.

	Séptimo Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 28.756,51
Tendencia Mensual	20,90%
Ventas Proyectadas	\$ 23.005,21

- **Ingresos octavo mes**

La tendencia de este mes es de 36,72%, teniendo como una Venta Neta Histórica de \$23.006,90 y una Venta Proyectada de \$18.405,52.

	Octavo Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 23.006,90
Tendencia Mensual	36,72%
Ventas Proyectadas	\$ 18.405,52

- **Ingresos noveno mes**

Este mes tiene una tendencia de 26,71%, con una Venta Neta histórica de \$26.644,61 y una Venta Proyectada de \$21.315,69.

	Noveno Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 26.644,61
Tendencia Mensual	26,71%
Ventas Proyectadas	\$ 21.315,69

- **Ingresos décimo mes**

Para este mes la tendencia es del 41,03%, mientras que las Ventas Históricas fueron de \$21.438,24 y las ventas proyectadas son de \$17.150,59.

	Décimo Mes
Ventas Netas Históricas	\$ 21.438,24
Tendencia Mensual	41,03%
Ventas Proyectadas	\$ 17.150,59

- **Ingresos mes de agosto**

Dentro de este mes las Ventas son muy bajas, ya que es el mes de vacaciones, y en este se cierra la discoteca dos semanas, por lo tanto las Ventas Netas Históricas son de \$9.283,17, con una tendencia del 74,47% y unas Ventas Proyectadas de \$7.426,54.

	Mes de Agosto
Ventas Netas Históricas	\$ 9.283,17
Tendencia Mensual	74,47%
Ventas Proyectadas	\$ 7.426,54

- **Ingresos mes de fiestas de Cuenca**

Este es otro mes especial, ya que es el feriado de fiestas de Cuenca y la discoteca abre más días y tiene una mayor acogida por los turistas, teniendo una Venta Neta Histórica de \$44.262,02 y una tendencia del 21,74%, con un resultado en sus Ventas Proyectadas de \$35.409,63.

	Mes de Fiestas de Cuenca
Ventas Netas Históricas	\$ 44.262,02
Tendencia Mensual	-21,74%
Ventas Proyectadas	\$ 35.409,62

4.3.2 Ingresos no operacionales:

En el caso de este proyecto, no van a existir otro tipo de ingresos externos al giro propio del negocio.

4.4 Análisis de los egresos

4.4.1 Gastos administrativos

Dentro del proceso de servucción de la empresa se encuentran los gastos administrativos, los mismos que son los sueldos y la publicidad utilizada por la discoteca.

Gastos Administrativos	
Sueldos	\$ 2.877,50
Publicidad	\$ 300,00
Total	\$ 3.177,50

4.4.2 Gastos de operación

Dentro de los gastos de operación nos referimos a los que directamente están relacionados con el giro del negocio, tales como arriendos, energía eléctrica, etc. Los mismos que se van a repetir constantemente todos los meses.

Gastos Operacionales	
Arriendos	\$ 3.300,00
Energía Eléctrica (Promedio un año)	\$ 4,94
Agua (Promedio de un año)	\$ 5,22
Abastecimiento Licor	\$ 5.000,00
Comunicaciones (Promedio de un año)	\$ 86,12
Total	\$ 8.396,28

4.4.3 Gastos financieros

El proyecto en su totalidad va ser financiado por fuentes propias, es decir, por el dueño con sus recursos personales, por lo tanto no va existir gastos financieros dentro de este proyecto.

4.5 Análisis de la rentabilidad

4.5.1 Vida útil del proyecto

La vida útil de este proyecto es de 1 año debido a la poca duración de este tipo de negocios en el mercado local, y a que además después de este tiempo, el dueño quiere buscar un nuevo local para un negocio diferente.

4.5.2 Criterio de crecimiento de ingresos y egresos

Debido a que nuestro proyecto se realiza en el corto plazo (1 año), la variación que tendrían los ingresos y egresos por motivos de la inflación sería irrelevante para el análisis, ya que este valor, dado que estamos en una economía dolarizada, no varía significativamente de mes a mes, por lo que se decidió dejar los valores proyectados con sus valores iniciales.

4.5.3 Valor de salvamento o valor residual

El valor residual de los activos fijos nos va a servir para tener una idea del valor de los mismos una vez terminada la proyección, o sea dentro de un año, plazo en el cual la empresa cerrará sus funciones. Para poder obtener este valor, vamos a estimar que las personas encargadas de ocupar estos activos, lo harán de una manera normal y racional, dado que muchas de las personas que van a hacer uso de los mismos son de conocimiento personal del dueño, podemos establecer que hay una alta posibilidad de que esto ocurra. De esta manera siendo un poco conservadores podemos predecir que del total de los activos fijos, solamente el 10% será un valor residual.

Teniendo en cuenta esta consideración hemos proyectado que del total de activos fijos depreciables (\$ 10.304,31), el valor al final de los mismos al final del año será de \$1.030,43.

4.5.4 Flujo de caja

Para poder analizar la viabilidad del proyecto nos vamos a basar en los resultados del VAN y de la TIR, los mismos que los obtuvimos haciendo la proyección de ingresos y egresos para un período de 1 año, que es el tiempo de duración del proyecto.

La remodelación física del local comenzará un mes antes de su apertura, por lo que durante este período la discoteca permanecerá cerrada y no existirán ingresos, pero si existirán egresos, dado que el local se tiene que seguir arrendando y se tienen que cubrir todos los gastos que esto conlleva.

La tasa de descuento que ocupamos es del 15%, ya que este es el valor que el dueño espera como mínimo de este proyecto.

Una vez establecidos estos parámetros, para determinar la factibilidad del proyecto nos basamos en el Valor Actual Neto (VAN), que es el valor adicional actual que se tiene después de cubrir los gastos y egresos de un proyecto, el mismo que nos dio un valor positivo de \$18.506,99 lo cual demuestra que el proyecto es viable y que se puede llevar a cabo.

De la misma forma, basados en la Tasa Interna de Retorno (TIR), que es el indicador de rentabilidad del proyecto, podemos decir que si realiza esta reestructuración tendría una rentabilidad del 28%, misma que es mayor a la rentabilidad mínima esperada del dueño, por lo que podríamos decir que es rentable.

Flujo de Caja (Fin de Cada Mes)													
	Mes de Remodelación	Primer Mes	Segundo Mes	Tercer mes	Cuarto Mes	Quinto Mes	Sexto Mes	Séptimo Mes	Octavo Mes	Noveno Mes	Décimo Mes	Mes de Agosto	Mes de Fiestas de Cuenca
Ingresos													
Ingresos Operacionales		29.085,50	26.311,03	25.380,07	18.009,46	20.442,83	16.870,73	23.005,21	18.405,52	21.315,69	17.150,59	7.426,54	35.409,62
Egresos													
Gastos Administrativos	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50	3.177,50
Gastos de Operación	3.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28	8.396,28
Total Egresos	6.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78	11.573,78
EBITDA	(6.573,78)	17.511,72	14.737,25	13.806,29	6.435,68	8.869,05	5.296,95	11.431,43	6.831,74	9.741,91	5.576,81	(4.147,24)	23.835,84
Impuesto a la Renta			167,93	167,93	167,93	167,93	167,93	167,93	167,93	167,93	167,93	167,93	167,93
BDT	(6.573,78)	17.511,72	14.569,33	13.638,37	6.267,75	8.701,13	5.129,02	11.263,50	6.663,81	9.573,98	5.408,89	(4.315,17)	23.667,91
Fondo Generado por las Operaciones	(6.573,78)	17.511,72	14.569,33	13.638,37	6.267,75	8.701,13	5.129,02	11.263,50	6.663,81	9.573,98	5.408,89	(4.315,17)	23.667,91
(-) Inversión Inicial (+) Valor de Salvamento	34.417,86												1.030,43
Flujo de Caja	(40.991,64)	17.511,72	14.569,33	13.638,37	6.267,75	8.701,13	5.129,02	11.263,50	6.663,81	9.573,98	5.408,89	(4.315,17)	24.698,34

CONCLUSION

Teniendo en cuenta de que la Discoteca Velvet es un negocio ya formado, se analizó por parte del dueño que con su gran experiencia en el mercado de las discotecas, había que tomar la decisión de una reestructuración de la misma, para que de esta manera se pueda mejorar su imagen corporativa, aumentar la rentabilidad del negocio y así prolongar la vida útil de la empresa, utilizando la teoría y los conocimientos adquiridos por nosotros a lo largo de nuestra carrera universitaria, y así poderlos llevar a la práctica y cumplir con el objetivo planteado en esta investigación.

Observando la situación actual Económica y Política que existe dentro del país, nos damos cuenta que afecta directamente a la elaboración de proyectos, ya que es difícil saber qué es lo que va pasar con la economía del Ecuador, y más aún dentro del mercado de las discotecas, ya que últimamente ha habido muchas restricciones e impuestos con respecto al licor y eso hace que disminuyan notablemente las ventas dentro de este campo, por lo tanto, va ser difícil obtener la rentabilidad esperada por el dueño, por lo que va ser necesario realizar estudios específicos que nos permitan identificar el mejor camino que debemos seguir para poder obtener un buen posicionamiento en el mercado, crear beneficios adicionales y aumentar la vida útil del negocio en el tiempo. Por esta razón realizamos tres estudios principales: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero, por los cuales obtuvimos los siguientes resultados.

De acuerdo al Estudio de Mercado pudimos conocer de diferentes puntos de vista el campo de las discotecas, ya que estas tienen un periodo de vida corto y para no perder posicionamiento tienen que mantenerse innovando y de esta manera no pierdan clientela y así sean cada vez más competitivas en el mercado. También pudimos observar que hay una mayor competencia, ya que antes había pocos lugares de diversión nocturna, ahora el cliente puede escoger entre varias opciones. Además los precios son similares en todos los locales, por lo tanto depende más de la creatividad que tenga cada negocio para así atraer más clientela, pero teniendo en cuenta que la mayor parte del negocio ahora es el cover (entrada) y no lo que son la venta de licores.

Hay que tomar en cuenta que para la reestructuración de la discoteca se debe tener presente que debemos realizar una publicidad muy fuerte para mostrar lo nuevo que se va ofrecer y la gente esté esperando con ansias su reapertura.

En el Estudio Técnico analizamos detalladamente cada uno de los recursos necesarios para la realización del proyecto, y con esto obtenemos una visión clara de cómo vamos a proceder con el mismo. Aquí nos pudimos dar cuenta que un punto a favor muy importante que tenemos en la discoteca, es su ubicación, ya que no se encuentra dentro del Centro Histórico de la ciudad, siendo esto muy favorable ya que es de fácil acceso y no existe congestionamiento vehicular, además se encuentra en una zona comercial, con una amplia diversidad de parqueaderos, en donde el cliente no debe preocuparse por su vehículo, ya que tiene una buena seguridad y disponibilidad de espacios. Otro punto positivo importante es el tamaño de la discoteca, ya que esta es amplia y sus techos son amplios, por lo que permite que el aire circule de una mejor manera y la gente se sienta cómoda y con un ambiente fresco.

Respecto al Estudio Financiero, nos dimos cuenta que no es una inversión muy alta, por lo tanto el dueño está consiente que la puede realizar por medio de sus propios recursos, y principalmente de las utilidades obtenidas por el giro del negocio, por lo que hizo a un lado la opción de obtener recursos de terceras personas y evitar gastos financieros. De acuerdo a este análisis se obtuvieron resultados muy positivos para la elaboración del proyecto, utilizando métodos aprendidos a lo largo de la carrera universitaria, como es el del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), los cuales fueron positivos, para de esta manera concluir que el proyecto es viable y es factible para llevar a cabo.

Finalmente, luego de hacer todo el análisis y la investigación correspondiente del proyecto antes mencionado, le recomendamos a su dueño el proceder con el mismo, ya que de acuerdo a los resultados técnicos, estos fueron positivos y se demuestra de una manera teórica la factibilidad de la Reestructuración de la Discoteca Velvet. Sin embargo esto es solo una sugerencia por parte de nosotros, dejando la decisión final en manos de su dueño.

BIBLIOGRAFIA

Libros

BREALEY. MYERS. ALLEN. Principios de finanzas corporativas. 2006. Octava Edición.

FAUS Joseph. TAPIES Joseph. Finanzas operativas. 2003. Quinta Edición.

GITMAN Lawrence. Principios de administración financiera. 2003. Décima Edición.

KOLB Robert. Inversiones. 1993. Primera Edición.

KOTLER Philip. ARMSTRONG Gary. Fundamentos de Mercadotecnia. México. Prentice Hall.2003. Sexta Edición.

MCCARTHY Jerome. Marketing un enfoque global. Editorial McGraw Hill. 2000. Décima segunda Edición.

SUÁREZ SUÁREZ Andrés. Decisiones óptimas de inversión y financiación en la Empresa.1998. XVIII Edición.

Internet

http://www.inec.gob.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/inv_soc/con_vid

http://www.inec.gob.ec/web/guest/institucion/regionales/dir_reg_sur/est_soc/enc_cond_vid?doAsUserId=W9NEZWtSVLU%253D

http://www.inec.gob.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/cen_nac/pob_viv

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1. Datos para la segmentación

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN REGIONES Y PROVINCIAS

PERÍODO 2001 - 2010

POBLACIÓN TOTAL

REGIONES Y PROVINCIAS	AÑOS CALENDARIO									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL PAÍS	12.479.924	12.660.728	12.842.578	13.026.891	13.215.089	13.408.270	13.605.485	13.805.095	14.005.449	14.204.900
REGIÓN SIERRA	5.603.123	5.682.621	5.764.735	5.848.390	5.933.680	6.021.236	6.111.542	6.202.753	6.294.076	6.384.594
AZUAY	612.565	620.385	631.644	643.281	654.684	666.085	678.746	691.054	702.994	714.341
BOLÍVAR	173.840	176.172	176.621	177.145	178.089	179.358	180.293	181.607	183.193	185.049
CAÑAR	212.050	214.839	216.745	218.760	221.045	223.586	226.021	228.702	231.528	234.467
CARCHI	156.747	158.817	160.012	161.286	162.797	164.507	166.116	167.928	169.877	171.943
COTOPAXI	356.804	361.314	368.999	376.917	384.499	391.947	400.411	408.473	416.167	423.336
CHIMBORAZO	413.328	418.736	423.112	427.706	432.711	438.097	443.522	449.271	455.212	461.268
IMBABURA	350.946	355.346	363.786	372.425	380.602	388.544	397.704	406.317	414.451	421.930
LOJA	415.310	420.851	422.656	424.653	427.520	431.077	434.020	437.742	442.011	446.809
PICHINCHA	2.461.071	2.499.969	2.536.195	2.572.154	2.608.856	2.646.426	2.683.272	2.720.764	2.758.629	2.796.838
TUNGURAHUA	450.462	456.192	464.985	474.063	482.877	491.629	501.437	510.895	520.014	528.613

Considera su hogar pobre	Azuay
Si	39,1%
No	60,9%
Total	100,0%

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA POR PROVINCIAS, SEGÚN GRUPOS DE EDAD

PERÍODO 2001 - 2010

AÑO 2001

GRUPOS DE EDAD	TOTAL PAÍS	PROVINCIAS									
		AZUAY	BOLÍVAR	CAÑAR	CARCHI	COTOPAXI	CHIMBO-RAZO	EL ORO	ESME- RALDAS	GUAYAS	IMBABURA
TOTAL	12.479.924	612.565	173.840	212.050	156.747	356.804	413.328	539.888	396.047	3.386.624	350.946
< 1 año	294.645	14.963	4.134	5.218	3.478	8.775	9.840	11.780	9.423	76.292	8.226
1 - 4	1.164.129	58.602	17.610	22.182	14.041	36.224	41.124	48.812	41.867	294.412	34.432
5 - 9	1.410.630	71.033	21.998	26.843	17.829	45.624	52.261	59.969	51.118	352.535	41.425
10 - 14	1.382.000	71.861	21.898	27.777	18.329	44.041	51.398	58.858	50.696	341.649	41.186
15 - 19	1.307.430	70.068	18.465	25.203	15.996	37.849	43.711	57.647	42.514	337.759	36.120
20 - 24	1.169.743	56.662	13.446	17.581	12.650	30.370	32.840	49.685	34.889	335.955	29.992
25 - 29	1.036.920	46.484	11.710	13.502	12.480	26.169	28.217	45.798	29.119	302.226	26.906
30 - 34	921.390	40.087	10.388	12.182	11.685	22.802	25.109	41.425	26.067	272.084	24.468
35 - 39	795.991	34.542	9.237	10.570	9.923	19.828	22.317	36.406	23.110	235.239	21.087
40 - 44	680.408	30.200	8.339	9.397	8.128	16.855	19.752	30.680	20.301	202.095	17.381
45 - 49	585.206	26.308	7.437	8.607	6.927	15.060	18.840	25.614	17.414	171.189	15.411
50 - 54	443.256	21.523	6.359	7.394	5.576	12.464	15.220	19.531	12.494	124.391	12.774
55 - 59	352.598	18.472	5.662	6.558	5.096	10.667	13.395	14.933	9.859	95.288	10.863
60 - 64	290.387	15.676	5.242	5.933	4.504	9.329	11.975	12.251	8.241	74.542	9.306
65 - 69	232.335	12.565	4.276	4.615	3.767	7.583	10.070	9.657	6.780	61.119	7.843
70 - 74	176.003	9.879	3.279	3.698	2.818	5.646	7.755	7.178	4.790	46.342	5.897
75 - 79	122.470	7.241	2.323	2.551	1.934	4.105	5.412	5.003	3.399	31.762	4.206
80 y más	114.383	6.399	2.037	2.239	1.586	3.413	4.092	4.681	3.966	31.745	3.423

Anexo 2. Permisos de funcionamiento



**CERTIFICADO
ÚNICO DE
FUNCIONAMIENTO**



**CUENCA
ALCALDÍA**

0001930



CERTIFICADO UNICO DE FUNCIONAMIENTO
VALIDO POR EL AÑO: 2010

CUF NUMERO 4597

Fecha emisión 02/09/2010

RUC CONTRIBUYENTE	0103481388001 ARTEAGA LANDIVAR SEBASTIAN ERNESTO
NOMBRE / RAZON SOCIAL	DISCOTECA SERVICIOS DE BAR
DIRECCION NEGOCIO	AV.12 DE ABRIL 11-05 Y FLORENCIA ASTUDILLO
DESCRIPCION ACTIVIDAD	
SECTOR DE PLANEAMIENTO	CH - CH
CLAVE CATASTRAL	1001012001000
PROPIETARIO DEL PREDIO	0190112144001 - CENTRO AGRICOLA CANTONAL

De conformidad con el Convenio marco de Cooperación Interinstitucional para la instauración y puesta en operación del Certificado Unico de Funcionamiento, las entidades vinculadas expiden el presente Certificado:

INSTITUCION / REQUISITO	DOC. APROBACION	FECHA APROBACION
MUNICIPIO DE CUENCA - CONTROL URBANISTICO / AREAS HISTORICAS	52(SO)	/ / 00:00
MUNICIPIO DE CUENCA - REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTE	COPIAS	/ / 00:00
MUNICIPIO DE CUENCA - CERTIFICADO DE VOTACION	COPIAS	/ / 00:00
MUNICIPIO DE CUENCA - COPIA DE CEDULA / PASAPORTE	COPIAS	/ / 00:00
MUNICIPIO DE CUENCA - PERMISO EMITIDO POR EL MINISTERIO DE TURISMO	OK	16/07/10 10:55
MUNICIPIO DE CUENCA - PERMISO OTORGADO POR EL MINISTERIO DE SALUD	OK	02/09/10 15:14
MUNICIPIO DE CUENCA - PERMISO OTORGADO POR EL CUERPO DE BOMBEROS	18602	28/04/10 15:09
MUNICIPIO DE CUENCA - PERMISO OTORGADO POR LA INTENDENCIA DE POLICIA	OK	03/06/10 09:54

Cada una de estas instituciones se reserva el derecho de revocar el presente Certificado Unico de Funcionamiento y sujetarse a la clausura respectiva, de comprobarse falsedad en la información proporcionada o incumplimiento de las normas establecidas para el efecto.

ARTEAGA LANDIVAR SEBASTIAN ERNESTO con RUC **0103481388001** libre y voluntariamente me someto a las disposiciones y normativas emitidas en función del presente Certificado Unico de Funcionamiento, para lo cual suscribo el presente documento.

PROPIETARIO / REPRESENTANTE LEGAL

ARQ. DANIEL PATRICIO ASTUDILLO ASTUDILLO
DIRECTOR DE AREAS HISTORICAS Y PATRIMONIALES (E)

El presente Certificado Unico de Funcionamiento es conferido en representación de las Instituciones involucradas por la Dirección d Control Municipal o Dirección de Areas Históricas y Patrimoniales según lo dispuesto en el Art. 14, literal 7a de la Ley Orgánica de Régimen Municipal.









BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS

VOLUNTARIOS DE CUENCA

DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS N°

L0118386

En el uso de sus atribuciones establecidas en la Ley de Defensa Contra incendios, en su Art. 35 concede el presente Permiso de Funcionamiento Provisional y Canjeable:

DISCOTECA VELVET

Ruc: 0103481388001 Código: L018602
Razón Social: ARTEAGA LADIVAR SEBASTIAN ERNESTO
Representante Legal: ARTEAGA LADIVAR SEBASTIAN ERNE
Dirección: AV. 12 DE ABRIL 11-05 Y FLORENCIA ASTUDI
Ciudad: CUENCA
Provincia: AZUAY Valor \$ 60.00
Fecha: 23/02/2010
Válido hasta el: 31/12/2010

Por haber llenado todos los requisitos puntualizados en el Reglamento General, de dicha Ley.

Observaciones:

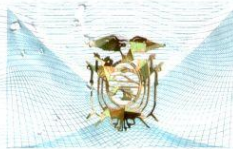
ABNEGACIÓN Y DISCIPLINA

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN
CONTRA INCENDIOS

RECAUDADOR (A) FISCAL

**TIENE VALIDEZ HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL PRESENTE AÑO
ESTE PERMISO DEBERA RENOVARSE HASTA EL 31 DE MARZO DEL PROXIMO AÑO**

Dirección: Presidente Córdova 7-37 y Luis Cordero • Teléfono: 2822518 • Ext. 207



105923 250

MINISTERIO DE GOBIERNO Y POLICIA
PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO
(válido sin enmiendas)

AÑO 2010

N°. P.A.F.

0105923VALOR USD \$ **250,00****INFORMACION BASICA**

COD. CATASTRO 3900

RAZON SOCIAL: VELVET

N°. R.U.C.: 0103481388001

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE: ARTEAGA LANDIVAR SEBASTIAN ERNESTO

N°. CEDULA CIUDADANIA 0103481388001

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: BAR DISCOTECA

PROVINCIA: AZUAY

CANTON: CUENCA

CIUDAD/PARROQUIA: HUAYNACAPAC

DIRECCION AV 12 DE ABRIL 11-05 Y AV FLORENCIA ASTUDILLO

*SEGUN DECRETO 3310-B Y ACUERDO MINISTERIAL N°. 0176 DEL 07-IX-2005

ADVERTENCIAS**1. AUTORIZACION**

El Intendente de conformidad a las responsabilidades y competencias

que le otorgan la Ley y reglamentos autoriza:

1.1 Permanecer abierto hasta las:

02 Horas 00

1.2 Funcionar con sonido exterior hasta las:

Horas

2. RETIRO DEL PERMISO

Este PERMISO podrá ser RETIRADO por una persona autorizada por la INTENDENCIA DE POLICIA, en los siguientes casos:

* Si el Establecimiento funciona pasada la hora autorizada

* Si no cumple con el volumen de música permitido

* Si en el interior se promueven escándalos

* Si en el interior se encuentran menores de edad, si es el caso

* Si se infringe cualquier disposición legal sobre la materia

3. SANCION

El retiro del Permiso trae consigo la respectiva SANCION. De todo retiro, el Permiso debe INFORMARSE a la Dirección Financiera en la Provincia de Pichincha y al Recaudador Fiscal de la Gobernación, en las Provincias.

DIRECTOR FINANCIERO

Fecha de Emisión: 05-Abr-10

REPÚBLICA DEL ECUADOR
GOBERNACIÓN DEL AZUAY
RECAUDACIÓN FISCAL

Fecha de Recaudación: 05-Abr-10

UBICAR ESTE PERMISO EN UN LUGAR VISIBLE
CONTRIBUYENTE

INTENDENTE GENERAL DE POLICIA

Fecha de Firma y Entrega: 9-07-2010

I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA LICENCIA DE USO DE SUELO



I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA

SOLICITUD NRO.	52		
FECHA SOLICITUD	04/03/2010	NOMBRE/RAZON SOCIAL	DISCOTECA SERVICIOS DE BAR
CI / RUC	0103481388001		
ACTIVIDAD SOLICITUD	DISCOTECAS		
DIRECCION	AV. 12 DE ABRIL 11-05 Y FLORENCIA ASTUDILLO		
ESTADO	INSTALADA	FECHA DE INICIO ACTIVIDAD	15/01/2009

SECTOR PLANEAMIENTO	S-2	CLAVE CATASTRAL	1001012001000
TIPO DE USO	PRINCIPAL		
PROPIETARIO DEL PREDIO	0190112144001	CENTRO AGRICOLA CANTONAL	
FECHA DE INSPECCION	// 00:00	DIFICULTAD INSPECCION	3

El uso de suelo objeto de la petición de conformidad a lo estipulado en la REFORMA, ACTUALIZACION, COMPLEMENTACIÓN Y MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA QUE SANCIONA EL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON CUENCA: DETERMINACIONES PARA EL USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO URBANO, según el Anexo No. 3, aplicable al sector S-2, se declara compatible.

EL PRESENTE DOCUMENTO NO ES EL CERTIFICADO UNICO DE FUNCIONAMIENTO, POR LO CUAL NO LE AUTORIZA A EJERCER SU ACTIVIDAD

LOS REQUISITOS ESPECIFICOS QUE DEBERA CUMPLIR PARA OBTENER EL CERTIFICADO UNICO DE FUNCIONAMIENTO (CUF), LOS PUEDE ENCONTRAR EN:

- Información CUF - Dirección de Control Municipal, Av. Solano y Av. 12 de Abril, Planta Baja
- www.cuenca.gov.ec/TramitesMunicipales/RequisitosCUF



TECNICO RESPONSABLE
I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA

I. MUNICIPALIDAD DE CUENCA LICENCIA DE USO DE SUELO



PARA LA OBTENCION DEL CERTIFICADO UNICO DE FUNCIONAMIENTO DEBERA DAR CUMPLIENTO A LOS SIGUIENTES REQUISITOS

- 15 CONTROL URBANISTICO / AREAS HISTORICAS
- 3 PERMISO EMITIDO POR EL MINISTERIO DE TURISMO
- 4 PERMISO OTORGADO POR EL MINISTERIO DE SALUD
- 5 PERMISO OTORGADO POR LA INTENDENCIA DE POLICIA

Observaciones en la inspección realizada

EL LOCAL ESTÁ APTO PARA FUNCIONAR. CUMPLE CON NORMAS BÁSICAS DE ARQUITECTURA; EL ASPECTO SANITARIO ES CORRECTO; DISPONE DE EXTINTORES. INSTALACIONES ELÉCTRICAS CORRECTAS; DISPONE DE SEÑALÉTICA, QUE DEBERÁ CUMPLIR CON LAS NORMAS EXIGIDAS POR EL B. CUERPO DE BOMBEROS.

Requisitos Adicionales definidos en la inspección realizada

LA CAPACIDAD DEL ÁREA DE BAILE SERÁ DE 100 PERSONAS. EN LA PLANTA DE MEZZANINE QUEDA TERMINANTEMENTE PROHIBIDO EL USO COMO SALA DE BAILE. LA CAPACIDAD TOTAL DE USUARIOS SERÁ DE 250 PERSONAS. EL NÚMERO DE PLAZAS PARA PARQUEO SERÁ DE ACUERDO A LA CAPACIDAD DEL LOCAL (UNA PLAZA POR CADA CINCO USUARIOS), POR NINGÚN CONCEPTO PODRÁ OCUPAR LAS VÍAS Y ESPACIO PÚBLICO COMO PARQUEADERO DE LOS VEHÍCULOS.



CERTIFICADO DE REGISTRO

El MINISTERIO DE TURISMO, en uso de las atribuciones prevista en la Ley de Turismo y, una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede el presente **CERTIFICADO DE REGISTRO No. 0101501486. Folio: 063** al establecimiento:

DISCOTECA : "VELVET"

Propietario : SEBASTIAN ARTEAGA LANDIVAR
Categoría : PRIMERA
Dirección : FLORENCIO ASTUDILLO 11-05 Y AV 12 DE ABRIL
Capacidad: : 12 MESAS 300 PERSONAS
Ciudad : CUENCA
Provincia : AZUAY

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad con la ley.

Cuenca, 22 de Octubre de 2009.


ING. JUAN SALVADOR ARPI P.

GERENTE REGIONAL DE TURISMO



ESTE DOCUMENTO NO LE EXIME DE LA OBLIGACION DE OBTENER LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO.

ESTE REGISTRO NO PODRA SER RETIRADO NI INTERRUMPIDO POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACIÓN DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES..

IMPORTANTE:

Cualquier cambio de dirección, propietario o cierre del establecimiento de su representación, debe ser comunicado al MINISTERIO DE TURISMO.



I. Municipalidad de Cuenca
Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales

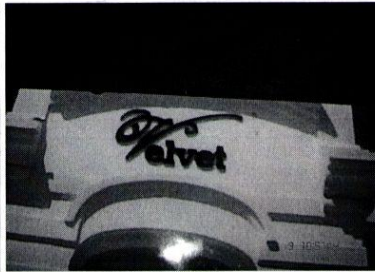
SOLICITUD PARA AUTORIZACION DE COLOCACION DE RÓTULOS Y ANUNCIOS

CLAVE	ZONA	SECTOR	MANZANA	PREDIO	FORMULARIO
10011201	10	01	12	01	0748
Propietario:	CENTRO AGRICOLA CANTONAL CI: 0190112001				
Interesado:	Señor Sebastián Ernesto Arteaga Landívar CI: 0103481388				
Dirección:	AV. 12 DE ABRIL # 11-05 (entre FLORENCIA ASTUDILLO y ESQUINA)				

Fachada frontal



Propuesta de rotulación



Letrero presentado



Datos del rótulo(s)

Lugar	Fachada Frontal		Otro lugar:		
Forma	Adosada		Otra forma:		
Largo	1.20	Ancho:	0.85	Área:	1.02 m ² Espesor 0.00
Largo	0.00	Ancho	0.00	Área:	0 m ² Espesor 0.00

Leyenda del rótulo: VELVET

Resolución:

El que suscribe, Arq. Sonia Arévalo P luego de la inspección correspondiente, determina que: Por ajustarse a la ordenanza de rótulos y anuncios se autoriza conservar letrero existente

Tasa por servicios técnicos y administrativos de \$ 2.00

Fecha de Solicitud: 2010-07-07 19:02:35

Fecha de despacho: 2010-07-09

Arq. Sonia Arévalo P
Funcionario de Control de Áreas Históricas y Patrimoniales

DIRECCIÓN DE ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES

Arq. Diego Jaramillo P
Director de Áreas Históricas y Patrimoniales.

Tasa por servicios técnicos administrativos cancelada mediante título de emisión N°de

En caso de no ajustarse a las determinantes establecidas en el presente documento se revoca lo autorizado. El presente documento corresponde a especie valorada adquirida en tesorería municipal N° 0000748

Archivos: Catastral -Interesado

Director de Áreas Históricas y Patrimoniales

Dirección de Salud del Azuay DPTO. DE VIGILANCIA SANITARIA Nombres: <u>Joffre</u> Apellidos: <u>Hidalgo Trujillo</u> Edad <u>37</u> años - nacido en <u>Cuenca</u> Cédula Ident.: <u>010244874-3</u> Tipo de Trabajo: <u>Barman</u> Lugar de Trabajo: <u>Discooteca VELVET</u> Nº 278265 Por USD. 0.50 Firma del Peticionario	Dirección de Salud del Azuay DPTO. DE VIGILANCIA SANITARIA Nombres: <u>Luis</u> Apellidos: <u>Torres Quintalanda</u> Edad <u>25</u> años - nacido en <u>Loja</u> Cédula Ident.: <u>110438391-2</u> Tipo de Trabajo: <u>Barman</u> Lugar de Trabajo: <u>Discooteca VELVET</u> <u>Av 12 de Abril 11-05</u> Nº 278271 Por USD. 0.50 Firma del Peticionario
Dirección de Salud del Azuay DPTO. DE VIGILANCIA SANITARIA Nombres: <u>Raúl</u> Apellidos: <u>Aguilar Díaz</u> Edad <u>34</u> años - nacido en <u>Cuenca</u> Cédula Ident.: <u>010211692-8</u> Tipo de Trabajo: <u>Barman</u> Lugar de Trabajo: <u>Discooteca VELVET</u> Nº 278266 Por USD. 0.50 Firma del Peticionario	Dirección de Salud del Azuay DPTO. DE VIGILANCIA SANITARIA Nombres: <u>Silvia</u> Apellidos: <u>Illasca Cuello</u> Edad <u>30</u> años - nacido en <u>Cuenca</u> Cédula Ident.: <u>030169688-6</u> Tipo de Trabajo: <u>Limpieza</u> Lugar de Trabajo: <u>Discooteca VELVET</u> Nº 278267 Por USD. 0.50 Firma del Peticionario
Dirección de Salud del Azuay DPTO. DE VIGILANCIA SANITARIA Nombres: <u>Miguel</u> Apellidos: <u>Fajardo Fajardo</u> Edad <u>25</u> años - nacido en <u>1985</u> Cédula Ident.: <u>0105283352</u> Tipo de Trabajo: <u>Bar tender</u> Lugar de Trabajo: <u>Discooteca VELVET</u> Nº 278269 Por USD. 0.50 Firma del Peticionario	Dirección de Salud del Azuay DPTO. DE VIGILANCIA SANITARIA Nombres: <u>Pamela</u> Apellidos: <u>Fara Fara</u> Edad <u>22</u> años - nacido en <u>Cuenca</u> Cédula Ident.: <u>010443853-6</u> Tipo de Trabajo: <u>Cajero</u> Lugar de Trabajo: <u>Velvet Discooteca</u> <u>Av 12 de Abril 11-05</u> Nº 278270 Por USD. 0.50 Firma del Peticionario

Reconocimiento
de firmas \$130

#13
#14

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS

COMPARECIENTES

Comparecen a la celebración del presente contrato por una parte el Sr. Luis Dávila Cobos con RUC No. 0101815983001 de nacionalidad ecuatoriana, al que en adelante se le denomina "El Parqueadero" y por otra parte el Ing. Sebastian Arteaga Landivar con RUC 0103481388001, al que en adelante se le denominara "La Discoteca Velvet" , los comparecientes convienen en celebrar un Contrato de Prestación de Servicios al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

"El Parqueadero" se compromete a prestar sus instalaciones, ubicada en la calle Florencia Astudillo y Av. 12 de abril para el uso de la Discoteca Velvet.

SEGUNDA: COMPROMISOS DE LAS PARTES:

Por el presente contrato las partes vinculadas se comprometen a:

"El Parqueadero":

1. Facilitar el local y personal necesario, para el correcto funcionamiento del mismo, los días que la Discoteca Velvet trabaje y en los horarios de permisos de funcionamiento que la discoteca posee.
2. Otorgara el estacionamiento para 15 vehículos para uso de la Discoteca Velvet los días jueves, viernes, sábados y feriados en horarios de funcionamiento de la discoteca y un parqueadero durante todo el día de la semana para el administrador de la discoteca

"De la Discoteca" Velvet:

1. Difundir y publicitar, a los clientes de la Discoteca sobre los horarios de uso del Parqueadero Terranova y metodología de pago.

2. Prestará el espacio posterior de la discoteca para uso que el parqueadero estime conveniente, siempre y cuando este espacio no sea utilizado para expendio de bebidas alcohólicas ni negocios similares a la discoteca.

TERCER: FORMA DE PAGO

El parqueadero recibirá el 100 % de los ingresos cobrados por motivos de cobro de servicio de parqueadero, sin tener que entregar ningún porcentaje a la discoteca.

CUARTA: PLAZO

El presente contrato de servicios inicia el día de la firma del presente y termina cuando la Discoteca Velvet y/o el parqueadero concluyan sus operaciones

QUINTA: DOMICILIO:

En todo lo no previsto en el presente Contrato, las partes se sujetarán a lo dispuesto en los Reglamentos pertinentes y para todos los efectos legales, declaran tener su domicilio en la ciudad de Cuenca.

SEXTA: ACEPTACION

Para constancia de lo cual las partes se ratifican en todas y cada una de las disposiciones contenidas en las cláusulas precedentes.

Cuenca, 21 de julio del 2010.


Sr. Luis Dávila Cobos
PROPIETARIO DEL PARQUEADERO


Ing. Sebastián Arteaga Landivar
PROPIETARIO DISCOTECA VELVET



MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DEL AZUAY
ÁREA DE SALUD N° 3
CONTROL SANITARIO
Av. 12 de abril N°. 5-99 Telf 2922202-Ext: 108
Cuenca Ecuador.

DR. CARLOS ALBERTO BACULIMA B.
INSPECTOR SANITARIO DEL ÁREA DE SALUD NO. 3

CERTIFICA:

Que el Sr. Sebastián Ernesto Arteaga Landivar, está tramitando por primera vez el permiso de funcionamiento de su local denominado Discoteca Velvet, ubicado en las calles Av. 12 de abril 11-05 y Florencia Astudillo

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

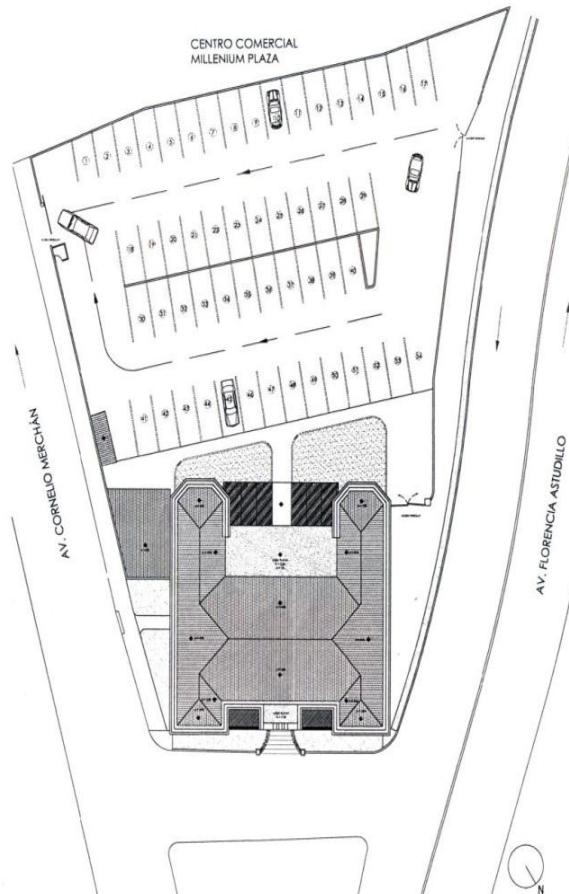
Atentamente,


Dr. Carlos Baculima
Subproceso de Vigilancia
Sanitaria
Área de Salud N° 3

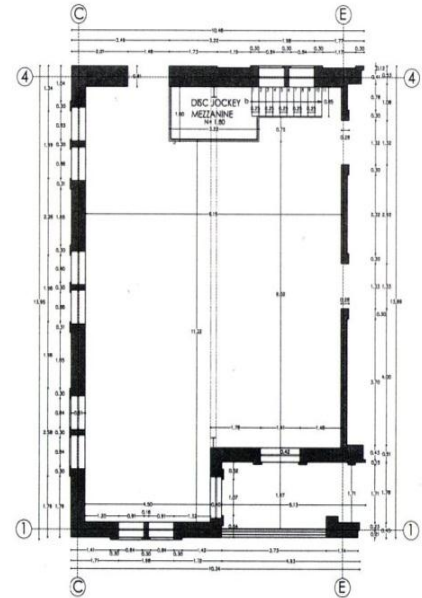
Dr. Carlos Alberto Baculima B.
INSPECTOR DE SALUD ÁREA NO.3

\$100

Anexo 3. Planos



EMPLAZAMIENTO PROPUESTO
ESC: 1:150



MEZZANINE
ESC: 1:50

ESTACIONAMIENTO	
Área	1283,57 m ²
No. de Plazas	54

PROYECTO: REEDIFICACIÓN Y ADAPTACIÓN A NUEVO USO DEL EDIFICIO DEL CENTRO AGROPECUARIO CANTONAL DE CUMBICA	
ESCALA: 1:150	
DISEÑO: JAVIER TRINIDAD SANCHEZ A.	
ELABORACIÓN: JAVIER TRINIDAD SANCHEZ A.	
REVISIÓN: JAVIER TRINIDAD SANCHEZ A.	
REVISOR: JAVIER TRINIDAD SANCHEZ A.	
CONTIENE PROYECTO: - ESTACIONAMIENTO PROYECTADO - MEZZANINE	
CUMBICA	FECHA: 20.08.2018
HOLA	1/14

