

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Plan de Negocios para la creación de un Café Bar - Mirador en el centro

histórico de Cuenca

Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de

Ingeniera Comercial

Autora:

Daniela Beatriz Álvarez Vivar

Director:

Econ. Christian Palacios Manzano, MAE

Cuenca – Ecuador

2016

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios por ser el pilar fundamental de mi vida y a mis padres por creer en mis capacidades y brindarme su apoyo incondicional a lo largo de mi formación personal y académica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, por darme la vida, por su apoyo, esfuerzo y sacrificio diario, que han sido la base para encontrarme ahora culminando esta etapa tan importante en mi vida.

A mi director de tesis, quien dedicando parte de su tiempo y compartiendo sus conocimientos, supo guiarme de la mejor forma para la elaboración de mi trabajo.

Agradezco también a mis amigos quienes apoyaron mi idea desde el inicio y me han alentado a ponerla en práctica.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	III
ÍNDICE DE TABLAS.....	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN	1
MISIÓN	2
VISIÓN	2
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	3
CAPITULO I: FORMULACIÓN DEL PROYECTO	4
1.1 PERFIL DEL PROYECTO	4
1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO	4
1.2.1 Servicio	7
1.2.2 Oferta	11
1.2.3 Competencia directa e indirecta	12
1.2.4 Demanda	17
1.2.5 Precio.....	18
1.2.6 Comercialización	19
1.2.7 Estrategias de Marketing	20
1.2.8 Políticas de cobro y pago.....	24
1.3 ESTUDIO TÉCNICO.....	26
1.3.1 Estructura adecuada	26
1.3.2 Análisis de disponibilidad de Insumos y Materias Primas.....	27
1.3.3 Análisis de capacidad	28
1.3.4 Análisis de la Ubicación	29
1.3.5 Proceso.....	30
1.3.6 Equipos, muebles y enseres	33
1.3.7 Talento Humano.....	36
1.3.8 Costos.....	41
1.4 ESTUDIO ORGANIZATIVO, ADMINISTRATIVO Y LEGAL	42

1.4.1	Tamaño de la estructura organizativa.....	42
1.4.2	Tecnología administrativa	42
1.4.3	Tipo de Organización.....	43
1.4.4	Permisos	44
1.4.5	Organigrama.....	48
1.4.6	Funciones del personal.....	48
CAPITULO II: ESTUDIO ECONÓMICO		51
2.1	PLAN DE INVERSIONES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO	51
2.2	TABLAS DE AMORTIZACIÓN Y PAGOS DE CRÉDITOS	53
2.3	BALANCE GENERAL PROYECTADO	54
2.4	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	57
2.5	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	58
2.6	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	60
2.6.1	TIR.....	60
2.6.2	VAN.....	60
2.6.3	Periodo de recuperación de la inversión	60
2.6.4	Índices financieros.....	61
2.6.5	Análisis de sensibilidad.....	64
2.7	IMPACTOS	64
2.7.1	Sociales.....	64
2.7.2	Ambientales	64
CONCLUSIONES.....		65
RECOMENDACIONES		66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		67
ANEXOS		71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Población objetivo</i>	5
Tabla 2. <i>Aspecto más importante al momento de acudir a un Café Bar</i>	8
Tabla 3. <i>Sector de preferencia al momento de asistir a un centro de ocio y entretenimiento</i>	9
Tabla 4. <i>Hora en la que se aprecia mejor el centro histórico de la ciudad de Cuenca</i>	10
Tabla 5. <i>Oferta mensual y demanda insatisfecha</i>	11
Tabla 6. <i>Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – GOZA Espresso Bar</i>	13
Tabla 7. <i>Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – LIEU Lounge Bar</i>	14
Tabla 8. <i>Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – MAYU Smokehouse & Bakery..</i>	15
Tabla 9. <i>Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – LA CIGALE Hostal, Restaurant, Bar</i>	16
Tabla 10. <i>Frecuencia de salidas por persona a un Café Bar</i>	17
Tabla 11. <i>Capacidad total demanda</i>	18
Tabla 12. <i>Consumo promedio por persona</i>	19
Tabla 13. <i>Medio de comunicación de preferencia</i>	20
Tabla 14. <i>Cover y consumo mínimo para la zona VIP</i>	22
Tabla 15. <i>Promoción 1</i>	23
Tabla 16. <i>Promoción 2</i>	24
Tabla 17. <i>Costos de servicio de DATAFAST</i>	25
Tabla 18. <i>Proveedores de insumos y materias primas</i>	28
Tabla 19. <i>Ventajas y desventajas de la ubicación del negocio</i>	29
Tabla 20. <i>Costo de Equipos, muebles y enseres – Operación</i>	33
Tabla 21. <i>Costos de construcción</i>	35
Tabla 22. <i>Costos de Decoración</i>	35
Tabla 23. <i>Sueldo anual sin beneficios sociales – Personal Operativo</i>	37
Tabla 24. <i>Sueldo anual para primer año incluido beneficios sociales – Personal Operativo</i>	37
Tabla 25. <i>Sueldo anual a partir del segundo año incluido beneficios sociales y fondos de reserva– Personal Operativo</i>	38
Tabla 26. <i>Perfil y funciones del personal operativo - por cargo</i>	38
Tabla 27. <i>Margen de utilidad por producto</i>	41
Tabla 28. <i>Gastos indirectos</i>	41
Tabla 29. <i>Equipos, muebles y enseres para área de Administración</i>	43
Tabla 30. <i>Gastos indirectos – área de Administración</i>	43
Tabla 31. <i>Activos fijos</i>	47

Tabla 32. <i>Sueldo anual sin beneficios sociales – Personal Administrativo</i>	49
Tabla 33. <i>Sueldo anual para primer año incluido beneficios sociales – Personal Administrativo</i> ...	49
Tabla 34. <i>Sueldo anual a partir del segundo año incluido beneficios sociales – Persona Administrativa</i>	49
Tabla 35. <i>Perfil y funciones del personal de administración por cargo</i>	50
Tabla 36. <i>Inversión total</i>	51
Tabla 37. <i>Capital de trabajo</i>	52
Tabla 38. <i>Políticas de cobro, pagos y exigencias</i>	52
Tabla 39. <i>Balance General Proyectado</i>	54
Tabla 40. <i>Estado de Resultados Proyectado</i>	57
Tabla 41. <i>Flujo de Caja Proyectado</i>	58
Tabla 42. <i>Índices financieros – Composición de Activos</i>	61
Tabla 43. <i>Índices financieros – Apalancamiento</i>	61
Tabla 44. <i>Índices financieros – Composición de Costos y Gastos</i>	62
Tabla 45. <i>Índices financieros – Liquidez</i>	62
Tabla 46. <i>Índices financieros – Retorno</i>	63
Tabla 47. <i>Índices financieros – Rotaciones</i>	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Aspecto más importante al momento de acudir a un Café Bar</i>	8
Figura 2. <i>Sector de preferencia al momento de acudir a un centro de ocio y entretenimiento</i>	9
Figura 3. <i>Hora en la que se aprecia mejor el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca</i>	10
Figura 4. <i>Café Bar que más frecuenta el consumidor</i>	12
Figura 5. <i>Medio de comunicación de preferencia para recibir publicidad</i>	21
Figura 6. <i>Plano Zona VIP</i>	26
Figura 7. <i>Plano Zona Normal</i>	27
Figura 8. <i>Proceso de solicitud de reserva del local</i>	30
Figura 9. <i>Proceso de entrada</i>	31
Figura 10. <i>Proceso de salida</i>	32
Figura 11. <i>Diseño del local – Espacio frontal</i>	34
Figura 12. <i>Diseño del local – Espacio lateral</i>	34
Figura 13. <i>Organigrama</i>	48

RESUMEN

En el presente trabajo se realizaron los estudios de mercado, técnico, administrativo, organizativo, legal y financiero necesarios para la obtención de un plan de negocios para la creación de un de un Café Bar – Mirador en el centro histórico de la ciudad de Cuenca; idea que surge debido a que se ha encontrado un costo de oportunidad por no hacer uso de un inmueble propio que cuenta con las características adecuadas para su implementación y además, el no conocer si hasta la fecha se ha realizado un plan de negocios que permita establecer si implementar dicho proyecto es factible o no.

ABSTRACT

This work deals with market, technical, administrative, organizational, legal and financial studies required to obtain a business plan for the creation of a *Café Bar-Mirador* in the historic center of the city of Cuenca. This idea arises from the opportunity-cost produced for not making use of its own property, which has the suitable characteristics for its implementation. Another factor is to ignore whether a business plan that will demonstrate if the project is feasible or not, has already been made.



Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las ideas que nacen para la creación de un plan de negocios se debe a oportunidades encontradas por la falta de explotación en ciertos nichos de mercado; estas ideas deben ser innovadoras y creativas, que se distingan entre las demás y sobretodo es indispensable realizar una investigación profunda con el fin de captar todas las necesidades y exigencias del consumidor, debido a que es bastante difícil que un negocio sobreviva si no se realizan de forma correcta todas las etapas para la incursión en el mercado.

Junto con el crecimiento poblacional en la ciudad de Cuenca, ha incrementado el mercado de ocio y entretenimiento, por lo que ideas de negocios de este tipo nacen a diario, sin embargo, pocos son los establecimientos que funcionen más de seis meses y que mantienen la acogida por parte de los consumidores; por el mismo motivo, la demanda continúa siendo mayor a la oferta y el mercado sigue siendo atractivo.

A pesar del turismo y del número de locales que prestan el servicio de Café Bar en la ciudad de Cuenca, no se conoce la existencia de un alguno que además sea mirador y menos aún si se ha elaborado un estudio de mercado para identificar la factibilidad de implementarlo, por lo que se ha encontrado la oportunidad de realizar el plan de negocios para la creación de un Café Bar- Mirador, ya que se cuenta con un inmueble en donde se ha identificado un costo de oportunidad por no hacer uso del mismo.

Al ser un sector atractivo y con barreras de entrada poco exigentes, se debe buscar no solo satisfacer las necesidades de los consumidores, sino encantarlos; ofrecer un valor agregado

es clave para obtener un posicionamiento sólido en el mercado. Este tipo de servicio se ha convertido en uno de los más competitivos de la ciudad, para el año 2015 se han registrado 135 locales que brindan el servicio de Café Bar, siendo así, un aumento en 12 años del 365% respecto al 2003, que en ese entonces solamente se encontraban registrados 29 locales. Ministerio de Turismo del Ecuador (2015)

El movimiento de centros de ocio y entretenimiento se concentra en el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca, de acuerdo a un artículo publicado por el diario El Tiempo; los establecimientos ubicados entre las calles Presidente Córdova y Larga son los principales puntos de encuentro para los fines de semana; dato importante para la investigación de este proyecto, ya que el local estará ubicado en este mismo sector. Naula (2011)

MISIÓN

Brindar el mejor servicio de Café Bar, en un ambiente confortable y seguro, con un personal capacitado, pensando siempre en la satisfacción de nuestros clientes quienes no solo deleitarán su paladar, sino también la vista al admirar el paisaje y belleza arquitectónica de nuestra hermosa ciudad de Cuenca.

VISIÓN

Ser la primera opción para el mercado cuencano y para turistas nacionales y extranjeros, como el Café Bar que ofrece la mejor vista de la ciudad de Cuenca y un servicio de calidad, en un ambiente confortable y seguro.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Alcanzar posicionamiento en el mercado, al ser conocidos no solo por brindar un servicio de calidad y tener un excelente ambiente, sino también por entregar un valor agregado.
2. Alcanzar la satisfacción y así mismo retener a nuestros clientes al captar sus gustos y preferencias.
3. Expandir el mercado hacia clientes de otras ciudades cercanas a Cuenca, que tengan las mismas características del target establecido.

CAPITULO I: FORMULACIÓN DEL PROYECTO

1.1 PERFIL DEL PROYECTO

La idea de realizar un plan de negocios para la creación de un café bar mirador en la ciudad de Cuenca nace debido a que se ha encontrado la posibilidad de hacer uso de un inmueble propio que cumple con todas las características necesarias para implementar dicho proyecto. Considero que existe demanda insatisfecha en este nicho de mercado, estimo una inversión alrededor de \$80.000 y que el espacio del local es el adecuado para implementar el proyecto, debo tener en cuenta la obtención de permisos y todos los requisitos legales para la constitución del negocio; establecer la estructura adecuada, tanto la adecuación de espacios y procesos, como el personal necesario para su correcto funcionamiento y para ello será necesario realizar los estudios de mercado, técnico, administrativo, organizativo, legal y financiero con el fin de conocer si el proyecto es viable, si generará rentabilidad y valor agregado.

1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

El target que se pretende cubrir principalmente estará conformado por los habitantes de la ciudad de Cuenca entre hombres y mujeres de 21 a 35 años de edad y nivel socioeconómico medio y alto.

Según proyecciones obtenidas por el Instituto nacional de Estadística y Censos, para el año 2015 en el Ecuador habrá un total de 16.278.844 habitantes, en la provincia del Azuay

habrán 810.412 y en la ciudad de Cuenca 580.706 representando así un 3,6% del total en Ecuador y un 71% aproximadamente de la población total del Azuay. INEC (2015).

Según una encuesta de estratificación de nivel socioeconómico realizada por el INEC (2011), señala que el 83% de los hogares pertenecen a la clase media. De este porcentaje el 11,2% representa al estrato medio alto; el 22,8% al medio típico; y el 49,3% al medio bajo. En tanto, el 1,9% de los hogares estudiados pertenece a la clase alta; y el 14,9% a la clase baja. Los grupos de interés son de los hogares de clase media y alta, es decir, el 85% de este total.

Tabla 1
Población objetivo

	ECUADOR	AZUAY	CUENCA
Población total año 2015	16367600	810412	580706
% Representación Cuenca	4%	72%	100%
Habitantes entre 21 - 35 años	3.832.459	209743	
% Representación Cuenca	135972	150293	
Nivel Medio y Alto - 85%	115576	127749	
Población objetivo en Cuenca	120000 habitantes aprox.		

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

La tabla 1, nos indica un aproximado de nuestra población objetivo al obtener un promedio entre el total de la población Ecuatoriana y la población total del Azuay y los porcentajes que representa Cuenca teniendo como promedio un total de 120000 habitantes para nuestro mercado objetivo que serían personas entre 21 y 35 de clase media alta.

La estrategia que se utilizó con el fin de obtener información para el análisis del mercado del proyecto fue el realizar encuestas a los habitantes de la ciudad de Cuenca que cumplen con las características del target establecido y para determinar el número de personas a las cuales se deben realizar las encuestas se obtuvo el tamaño de la muestra:

Torres y Paz (2006) indican que la fórmula para obtener el tamaño de la muestra cuando se conoce la población es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde,

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

d = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Se ha escogido una seguridad del 95% por lo que el nivel de confianza será del 1,96; estos valores se los obtiene de la tabla de distribución normal. La precisión se encuentra entre valores del 1% al 9%, se escogerá una precisión del 3%

Tamaño de la muestra para los habitantes de Cuenca:

N= El tamaño de la población serán los 120000 habitantes

Z= El nivel de confianza será de 1,96

p= 0,05

q= 0,95

d= 3%

$$n = \frac{120000 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,03^2 * (120000 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

n = 202

El resultado indica que se requiere encuestar a no menos de 202 personas para obtener una confianza del 95%

1.2.1 Servicio

Se brindarán bebidas alcohólicas, no alcohólicas, entre frías y calientes, variedad de cafés que serán preparados a gusto del consumidor y variedad de sándwiches y picadas. Sus precios serán acorde al servicio prestado, pensando siempre en la satisfacción de nuestros clientes.

En general el local contará con parqueadero propio, servicio de seguridad, Wi-fi gratis y se realizarán invitaciones a grupos musicales.

El local tendrá también un espacio más confortable, con servicio personalizado, en donde se podrán realizar fiestas privadas, la llamada “Zona VIP”, que tendrá acceso a la parte más alta del local y que cuenta con mejor vista que la del piso inferior en donde se encuentra la zona normal.

Será un sitio ideal, que juntará todas las características que permitan disfrutar plenamente del momento, ya sea por una ocasión especial, o simplemente por tertulia; en donde se podrá contemplar el paisaje y belleza arquitectónica de la ciudad de Cuenca, ya que estará ubicado en un sector estratégico de la ciudad y que además ofrece una excelente vista en un ambiente tranquilo y acogedor, características del negocio que serán favorables debido a que en las encuestas realizadas, fueron escogidos como primera y segunda opción, los aspectos ambiente y ubicación respectivamente como los aspectos más importantes al momento de acudir a este tipo de establecimientos.

El consumidor toma en cuenta varios aspectos al momento de elegir cuál será su establecimiento de preferencia, por lo que se pidió a los encuestados indicar cuál de los siguientes aspectos considera que es el más importante asignando escalas del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante, obteniendo los resultados en la siguiente tabla:

Tabla 2
Aspecto más importante al momento de acudir a un Café Bar

ASPECTO	1ª Opción	2ª Opción	3ª Opción	4ª Opción	5ª Opción	6ª Opción
Ambiente	141	34	13	4	0	10
Seguridad	7	37	24	27	50	57
Precios	17	47	44	47	24	24
Ubicación	17	54	37	40	37	17
Variedad en la carta	10	13	40	47	54	37
Parqueo	10	17	44	37	37	57
TOTAL	202	202	202	202	202	202

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la encuesta realizada (Noviembre, 2015)

La tabla nos indica que de los 202 encuestados, 141 piensan que el aspecto más importante al momento de asistir a este tipo de establecimientos es contar con un buen ambiente; sin embargo, se debe tomar en cuenta que para eso se establecieron escalas de importancia y no por ser la primera opción el aspecto ambiente, quiere decir que los demás aspectos sean poco relevantes.

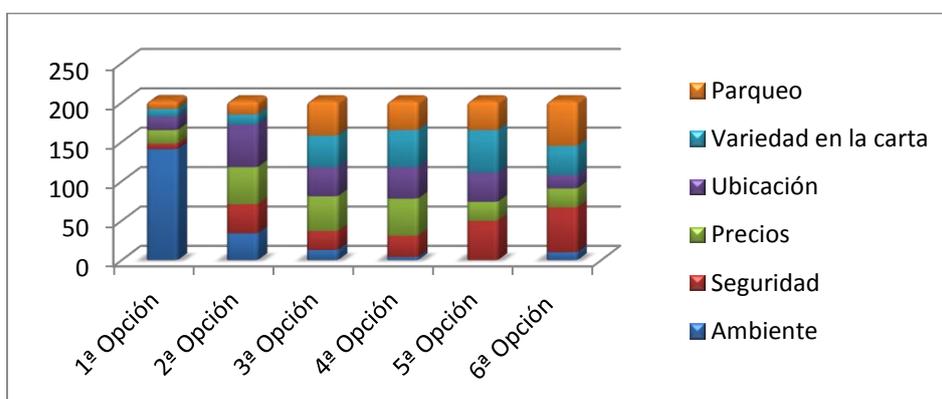


Figura 1. Aspecto más importante al momento de acudir a un Café Bar. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de las encuestas realizadas (Noviembre, 2015)

Como ya se ha mencionado, el local estará ubicado en una zona privilegiada. El sector de la Calle Larga y sus alrededores, que representa un 40% del total de encuestas realizadas, como el sector de mayor preferencia para los consumidores al momento de asistir a un centro de ocio y entretenimiento como se indica a continuación:

Tabla 3
Sector de preferencia al momento de asistir a un centro de ocio y entretenimiento

SECTOR DE PREFERENCIA	PRIMERA OPCIÓN	PORCENTAJE
Calle Larga y alrededores	81	40%
Estadio y alrededores	71	35%
Av. Remigio Crespo	30	15%
Otros	20	10%
TOTAL	202	100%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la encuesta realizada (Noviembre, 2015)

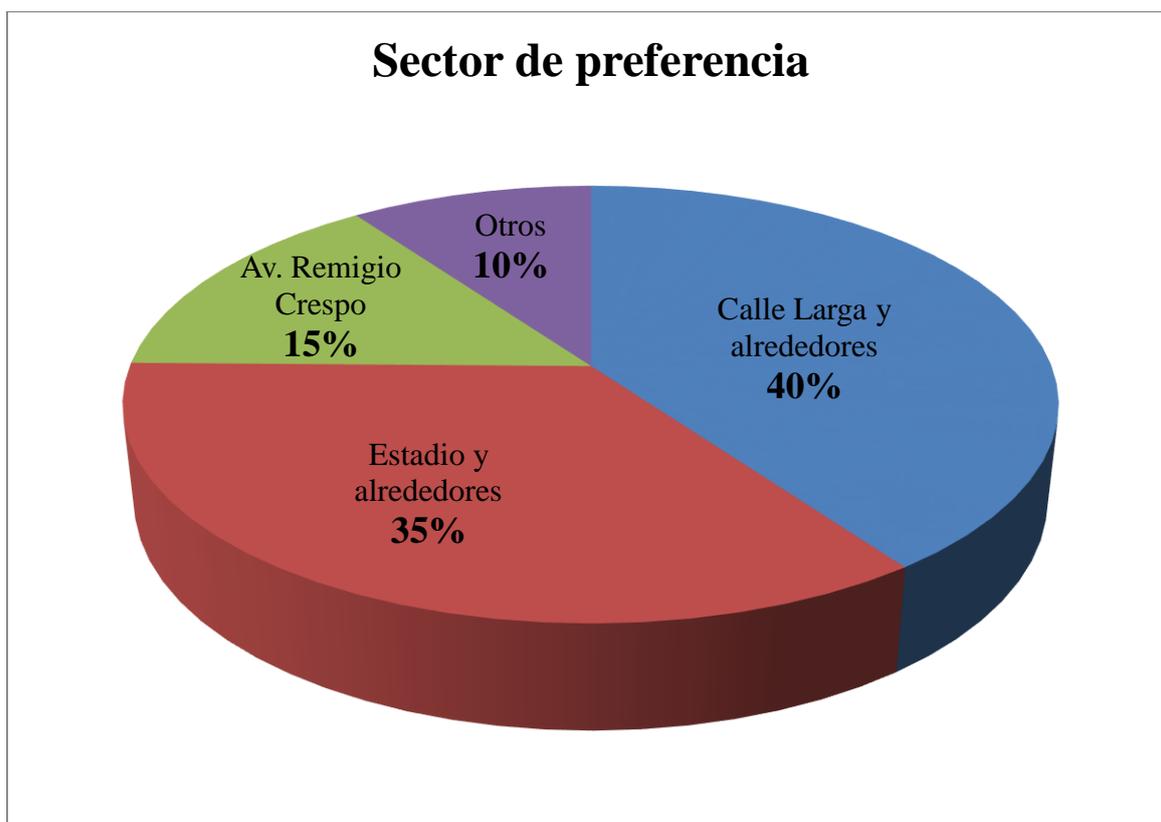


Figura 2. Sector de preferencia al momento de acudir a un centro de ocio y entretenimiento. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de las encuestas realizadas (Noviembre, 2015)

De los 202 encuestados un 40% y 35% consideran a los sectores de la Calle Larga y sus alrededores y del Estadio y sus alrededores respectivamente como los más atractivos y de preferencia al momento de asistir a este tipo de establecimientos.

La apertura del local será de 4 días a la semana, los miércoles de 18H00 a 02H00 y jueves a sábado de 06H00 a 02H00.

Tabla 4
Hora en la que se aprecia mejor el centro histórico de la ciudad de Cuenca

HORA	N° DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Mañana	24	12%
Tarde	27	13%
Noche	151	75%
TOTAL	202	100%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la encuesta realizada (Noviembre, 2015)

El 75% de los encuestados consideran que en la noche es cuando se aprecia mejor el centro histórico de la ciudad de Cuenca.

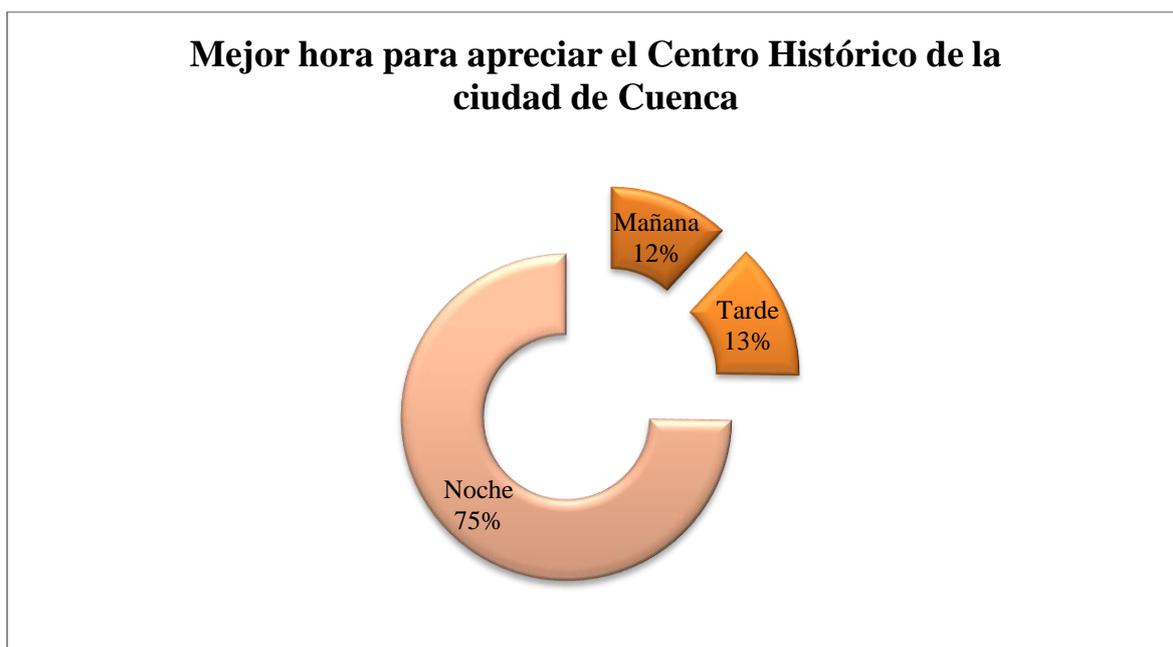


Figura 3. Hora en la que se aprecia mejor el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la encuesta realizada (Noviembre, 2015)

1.2.2 Oferta

En la ciudad de Cuenca se han registrado 135 locales que brindan el servicio de Café Bar, es decir, un aumento en 12 años del 365% respecto al 2003, que en ese entonces solamente se encontraban registrados 29 locales. Solamente en la Calle Larga se han registrado 17 locales. Ministerio de turismo (2015)

La tabla 5, indica los datos correspondientes para obtener la oferta mensual y la demanda insatisfecha.

Tabla 5
Oferta mensual y demanda insatisfecha

Mercado objetivo:	120000 personas
Salidas promedio por mes por persona:	2
Mercado objetivo mensual:	240000 personas
Oferta de bares	135 bares
Capacidad promedio por bar:	100 personas
Capacidad promedio mensual por bar:	1600 personas
Capacidad promedio mensual de oferta total:	216000 personas
Demanda insatisfecha:	24000 personas
Demanda insatisfecha en porcentaje:	10%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

Como se puede observar el mercado objetivo mensual es de 240000 personas, si el mercado objetivo es de 120000 y tomamos como referencia una salida de dos veces por mes, por persona.

Del total de 135 bares hay una capacidad mensual promedio para 216000 personas, lo que significa que existe una demanda insatisfecha para 24000, que representan el 10% del total del mercado objetivo.

1.2.3 Competencia directa e indirecta

Usando los datos obtenidos en las encuestas realizadas, en donde se pide mencionar el café bar que más frecuenta, se estableció como competencia directa aquellos que representen igual o más del 10% del total de establecimientos mencionados y se obtuvo los siguientes resultados:

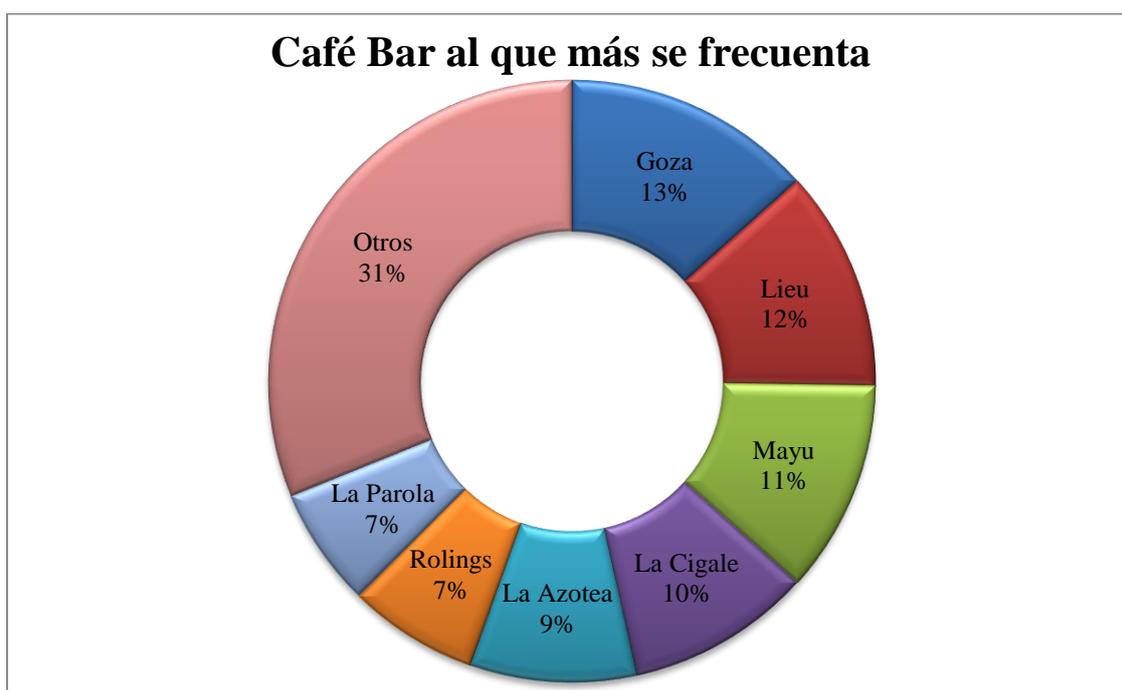


Figura 4. Café Bar que más frecuenta el consumidor. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la encuesta realizada (Noviembre, 2015)

De acuerdo a la figura 4, la competencia directa será:

GOZA Espresso Bar, con representación del 13%

LIEU lounge Bar, con representación del 11%

MAYU Smokehouse & Bakery, con representación del 11%

LA CIGALE Hostal, Restaurant, Bar, con representación del 10%

A continuación se realizará un análisis de las Fortalezas y Debilidades de la competencia directa:

Tabla 6
Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – GOZA Espresso Bar

GOZA Espresso Bar	
Ubicación: Presidente Antonio Borrero y Calle Larga sqn.	
	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Está ubicado en el sector de mayor concurrencia y preferencia de los consumidores al momento de asistir a un centro de ocio y entretenimiento	No cuenta con parqueadero propio
El eje de su labor es el cliente, es la primera empresa en ésta rama que ha creado el primer Centro de Capacitación y Formación de Profesionales en Servicio al Cliente. GOZA (2015)	Competencia cercana; existen varias opciones de Café Bar y reconocidos, que se encuentran ubicados a metros del local; incluso que han sido mencionados como su local de preferencia en las encuestas realizadas como por ejemplo: La Cigale, Beer House, Chiplote, entre otras.
Excelente ambiente, mesas al aire libre para disfrutar de tardes soleadas.	Lo que gusta a las personas del local es el buen ambiente al tener mesas al aire libre, sin embargo, en la Ciudad de Cuenca es muy común los fuertes vientos de la tarde o lo impredecible del clima, ya que puede amanecer con un día soleado y a las pocas horas encontrarnos con lluvia, por lo que el local pierde clientela.
Reconocidos por el estatus social que representa	Los precios pueden ser elevados para el promedio, además que no realizan promociones regulares al igual que la competencia.

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

Tabla 7
Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – LIEU Lounge Bar

LIEU Lounge Bar	
Ubicación: Juan Iñiguez 1-30 y Remigio Crespo	
	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ambiente agradable	No cuenta con parqueadero propio
Invitación de grupos musicales	No tiene mucha variedad en la carta
Ubicación dentro de las zonas de mayor concurrencia del consumidor al elegir un centro de ocio y entretenimiento	Decoración sencilla
Realizan promociones, combos y descuentos.	Pocos meseros para el número de clientes que frecuenta el bar.

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

Tabla 8

Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – MAYU Smokehouse & Bakery

MAYU Smokehouse & Bakery Ubicación: Paseo 3 de noviembre y escalinatas Juana de Oro sqn.	
	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Está ubicado en el sector de mayor concurrencia y preferencia de los consumidores al momento de asistir a un centro de ocio y entretenimiento	No cuenta con parqueadero propio
Es el único Café Bar y Restaurante que además tiene panadería	No realizan regularmente promociones al igual que la mayoría de la competencia.
Comparten en su página que han recibido la calificación Higiénico-Sanitaria A, la más alta que emite la Agencia Nacional De Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. MAYU (2015)	Al igual que GOZA, y por estar ubicado en el sector de mayor preferencia de los consumidores tiene competencia cercana.
Excelente ambiente y atención	

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

Tabla 9

Análisis de Fortalezas y Debilidades de la competencia – LA CIGALE Hostal, Restaurant, Bar

LA CIGALE Hostal, Restaurant, Bar	
Ubicación: Honorato Vasquez 7-80 y Luis Cordero	
	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Está ubicado en el sector de mayor concurrencia y preferencia de los consumidores al momento de asistir a un centro de ocio y entretenimiento	Al igual que GOZA y MAYU tiene competencia cercana.
Variedad en la carta, promociones todos los días y precios bastante bajos, sobretodo en cocteles respecto al promedio del mercado.	En la carta, los precios incluyen IVA, sin embargo, se menciona no olvidar la propina, lo que a mi parecer suena descortés.
Además de los servicios de Bar y Restaurante, es también un Hostal.	No cuenta con parqueadero propio
Tiene convenios con agencias de turismo.	No se aceptan tarjetas de crédito
Ambiente tranquilo, amigable y una excelente atención.	Un solo tipo de música de ambiente
Utilizan productos locales y orgánicos en su cocina y venden productos orgánicos, de comercio justo y artesanías del Azuay y del Ecuador. LA CIGALE (2015)	No tiene área de fumadores

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

1.2.4 Demanda

Como se mencionó en el análisis del mercado, el target que se pretende cubrir principalmente estará conformado por los habitantes de la ciudad de Cuenca entre hombres y mujeres de 21 a 35 años de edad y nivel socioeconómico medio y alto, que gusten de acudir a centros de ocio y entretenimiento con el fin de compartir un momento ameno en un lugar acogedor y poder admirar el paisaje y belleza arquitectónica de la ciudad de Cuenca.

Se realizó una pregunta que permitió establecer la frecuencia de salidas por mes, por persona a este tipo de establecimientos obteniendo como resultados:

Tabla 10
Frecuencia de salidas por persona a un Café Bar

FRECUENCIA	N° DE RESPUESTAS	N° DE VECES POR MES
1 vez por semana	80	328
1 vez cada 15 días	70	140
1 vez al mes	50	50
TOTAL	200	518

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de las encuestas realizadas (Noviembre, 2015)

De las 202 personas que han sido encuestadas 82 indican que salen una vez por semana a un Café Bar, 70 una vez cada 15 días y 50 una vez por mes.

Se realizó un cálculo adicional con el fin de determinar cuántas veces por mes se frecuenta salir a un Café Bar obteniendo un total de 518 veces, es decir:

$$\frac{518 = \text{total de salidas por mes}}{202 = \text{total de encuestados}} = 2,56 \text{ es el promedio de salidas por mes, por persona.}$$

Tomando en cuenta que del total de 120000 habitantes, frecuentan acudir a un Café Bar 2 veces por mes, tendríamos un total de 240000 consumidores.

De acuerdo al espacio total del local entre la zona VIP y la planta baja, tendremos capacidad para 110 personas, el local abrirá 4 veces por semana de miércoles a sábado por lo tanto:

Tabla 11
Capacidad total demanda

		Capacidad semanal	Capacidad mensual
CAPACIDAD TOTAL =	110 personas	440 personas	1760 personas
Días de apertura = 4	de miércoles a sábado		

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de las encuestas realizadas (Noviembre, 2015)

Mensualmente el local tendrá capacidad de recibir 1760 clientes que representan el 0,73% del total de la población objetivo que son 240000 personas.

De acuerdo a los cálculos realizados en el análisis de la oferta se pudo concluir que la demanda insatisfecha es de un 10%, por lo tanto el 0,73% de capacidad de nuestro local puede cubrir la demanda insatisfecha, sin necesidad de tener que captar clientes de la competencia. (Véase tabla 5)

1.2.5 Precio

Debido a que son varios productos los que se ofrecen en un café bar y resulta difícil la obtención de los precios de cada uno, se estableció el precio, determinando el consumo promedio por persona en un Café Bar dando como resultado:

Tabla 12
Consumo promedio por persona

		Consumo promedio		
		Mujeres	Hombres	Total
EDAD	21 a 27 años	\$ 16	\$ 23	\$ 20
	28 a 35 años	\$ 23	\$ 34	\$ 29
Promedio Total		\$ 20	\$ 29	\$ 25

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de las encuestas realizadas (Noviembre, 2015)

La tabla 12 indica que el consumo promedio por persona es de \$25 en un Café Bar. Se ha dividido las respuestas en 2 grupos de personas, el primero de 21 a 27 años y el segundo entre 28 a 35 años. Como podemos observar en la tabla anterior el mayor poder adquisitivo se encuentra en el segundo grupo de personas y de sexo masculino en el cual, su consumo promedio es de \$34, un 36% más del promedio total.

1.2.6 Comercialización

Los clientes solicitarán la reserva del local tanto para la zona VIP, como para la zona normal y se realizarán mediante la página de Fanpage en Facebook.

En la Zona VIP se trabajará únicamente con reserva, debido a que se pretende cubrir el espacio para fiestas privadas, se ha establecido una tarifa de entrada y consumo mínimo por persona según el número de personas para las que se solicite la reserva, esta tarifa será detallada en las estrategias de marketing.

Se deberá realizar el pago del 50% antes del día para el cual se haya solicitado la reserva y el 50% restante se lo realizará al ingresar al local. El pago se realizará mediante depósito en la cuenta corriente en donde el cliente enviará el comprobante de pago y se realizarán las respectivas actividades de comprobación o podrán acercarse a las oficinas del local a

realizar el pago en efectivo o tarjeta de crédito. El responsable de que se realice correctamente la reserva y el cobro anticipado del 50% será el supervisor del local, el 50% restante se lo hará en caja.

Para la Zona Normal no se realizarán reservas, la entrada no tendrá costo a excepción de los días en que hayan invitaciones de grupos musicales, generalmente el costo será de \$5 por persona. Y el pago se lo hará el mismo día.

Se asignará un mesero para cada zona del local y serán los responsables de indicar en caja, al momento de emitir la factura, cuantas personas atendieron por mesa.

1.2.7 Estrategias de Marketing

Para ofrecer un producto o servicio, es necesario determinar el medio de comunicación de preferencia para el consumidor y más conveniente según el tipo de negocio que se piensa implementar y a partir de las encuestas realizadas se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 13
Medio de comunicación de preferencia

Medio de comunicación	N° de respuestas	Porcentaje
Redes sociales	172	85%
Volantes	0	0%
Radio	30	15%
Televisión	0	0%
TOTAL	202	100%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de las encuestas realizadas (Noviembre, 2015)

La tabla indica que el medio de comunicación de preferencia para recibir publicidad son las redes sociales, 172 personas respondieron como primera opción, representando un 85% del total de encuestados.



Figura 5. Medio de comunicación de preferencia para recibir publicidad. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de las encuestas realizadas (Noviembre, 2015)

De acuerdo a esta información se ha decidido que la comercialización se la realizará por medio de una Fan Page, esta página promocionará el local mediante el uso de redes sociales, especialmente el Facebook, en donde se realizarán los filtros correspondientes de acuerdo a la segmentación de mercado que se ha establecido y su costo será de \$280,00 trimestrales, es decir, \$1120,00 anuales.

Para la creación de la imagen corporativa, es decir, el logo, slogan, entre otras, el costo será de \$80,00 y el letrero tendrá un costo de \$200.

La Zona VIP tiene una capacidad máxima para 40 personas, se trabajará únicamente por reservas y se manejarán las siguientes tarifas:

Tabla 14

Cover y consumo mínimo para la zona VIP

	Hasta 10 personas	De 11 hasta 20 personas	De 21 hasta 40 personas
Entrada	\$ 5,00	\$ 3,00	\$ -
Mínimo consumible	\$ 10,00	\$ 7,00	\$ 5,00
Total x persona	\$ 15,00	\$ 10,00	\$ 5,00
Ganancia aprox.	Entre \$100 y \$150	Entre \$110 y \$200	Entre \$105 y \$200

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

Como se indica en la tabla 14, mientras mayor sea el número de personas que alquilen la zona VIP menor será el costo de entrada y consumo mínimo.

Se usarán distintas estrategias de marketing que permitirán captar más clientes entre las cuales tenemos:

- Sorteos:

Se realizarán en las redes sociales un día por semana, en el cual el objetivo será compartir una imagen que tenga una promoción y se escogerá entre todas personas que hayan compartido, las promociones tendrán un costo para el local de \$15 dólares, por lo tanto, mensualmente será un costo de \$60

- Concursos:

Se llevarán a cabo un día por semana y el premio será una botella que el costo para el local esté entre \$30 y \$40 dólares, los concursos pueden ser de dos formas mediante el uso de las redes sociales en el cual el momento que se indique, los clientes deberán subir una foto a la página de Facebook, esta foto debe ser tomada dentro del local y la que reciba mayor

número de likes ganará una botella, o cuando se invite a un grupo musical, éste elegirá al grupo más animado de la noche. Tendrá un costo entre \$120 y \$160, en promedio \$140.

- Promociones:

Se realizarán dos días a la semana, tendremos las llamadas “happy hour” de 18H00 a 20H00, en donde, tendremos dos tipos de promociones:

1. Se venderán dos cocteles por el precio de uno, estos cocteles serán los que tengan un precio en la carta de \$5. Se asumirá que por semana 15 personas toman esta promoción, es decir, 60 personas mensualmente, por lo tanto:

Tabla 15
Promoción 1

	Costo	Precio	Ganancia	Mensual
<i>Normal</i>	\$ 2,00	\$ 5,00	\$ 3,00	\$ 180,00
<i>Promoción 2 x1</i>	\$ 4,00	\$ 5,00	\$ 1,00	\$ 60,00
COSTO MENSUAL				\$ 120,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

2. Por la compra de un plato X, se dará gratis una bebida Y, mientras mayor sea el costo del plato, mayor será el costo de la bebida que se entregará gratis, la tabla 16 nos indica que para un plato que tenga un costo de \$4 se entregará gratis una bebida con un costo de \$1; la ganancia normal sin la promoción sería de \$7, con la promoción de \$4, por lo tanto no se ganaría los \$3 adicionales sin la promoción. Al igual que la promoción 2x1 en cocteles, se asumirá que por semana 15 personas toman esta promoción, por lo tanto:

Tabla 16
Promoción 2

		Costo	Precio	Ganancia	Ganancia Total	Mensual
Normal	Plato	\$ 4,00	\$ 9,00	\$ 5,00	\$ 7,00	\$ 420,00
	Bebida	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 2,00		
Promoción	Plato	\$ 4,00	\$ 9,00	\$ 5,00	\$ 4,00	\$ 240,00
	Bebida	\$ 1,00	\$ -	\$ (1,00)		
COSTO MENSUAL						\$ 180,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Noviembre, 2015)

Se trabajará también con promociones en fechas especiales, por ejemplo en san Valentín, las parejas recibirán un plato de cortesía, o fechas de partidos promociones para grupos de amigos, en navidad platos y precios especiales para grupos de personas que quieran realizar su cena navideña, etc.

1.2.8 Políticas de cobro y pago

La forma de pago será en efectivo, mediante el uso de tarjetas de débito y crédito a cobro máximo de 10 días y mediante depósito en la cuenta corriente solamente para el anticipo del 50% en la reserva de la zona VIP.

Si el pago anticipado del 50% para la Zona VIP no se lo realiza hasta la fecha indicada se cancelará la reserva.

Se contratará el servicio de DATAFAST, adquiriendo el dispositivo POS. “Un P.O.S. es un dispositivo electrónico que proporciona autorizaciones confiables y rápidas para los consumos corrientes o diferidos con tarjeta de crédito y débito, así mismo permite realizar de manera automática y ágil la liquidación o depósito de esas transacciones.” DATAFAST (2015)

De acuerdo a la información que proporciona la página de DATAFAST: “El POS permite realizar transacciones con todas las tarjetas de crédito y débito que hay en el mercado, esto es, Diners Club, Discover, Visa, Mastercard, American Express, Maestro y Electrón de débito y crédito como MasterCard, Visa, Electrón.” DATAFAST (2015)

Los costos totales incluido el IVA para el primer año se indicarán a continuación en la tabla 17.

Tabla 17
Costos de servicio de DATAFAST

RUBRO	VALOR
Costo del equipo	\$ 39,20
Costo anual	\$ 112,00
Protección del equipo	\$ 49,30
Derecho de conexión	\$ 58,50
TOTAL	\$ 259,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre información otorgada por DATAFAST (Noviembre, 2015)

A partir del segundo año de servicio de DATAFAST, se asumirá el costo únicamente por el servicio con un valor de \$112.

1.3 ESTUDIO TÉCNICO

1.3.1 Estructura adecuada

A continuación se presentarán los planos que indicarán la distribución de los espacios tanto para la zona VIP, como para la zona normal.

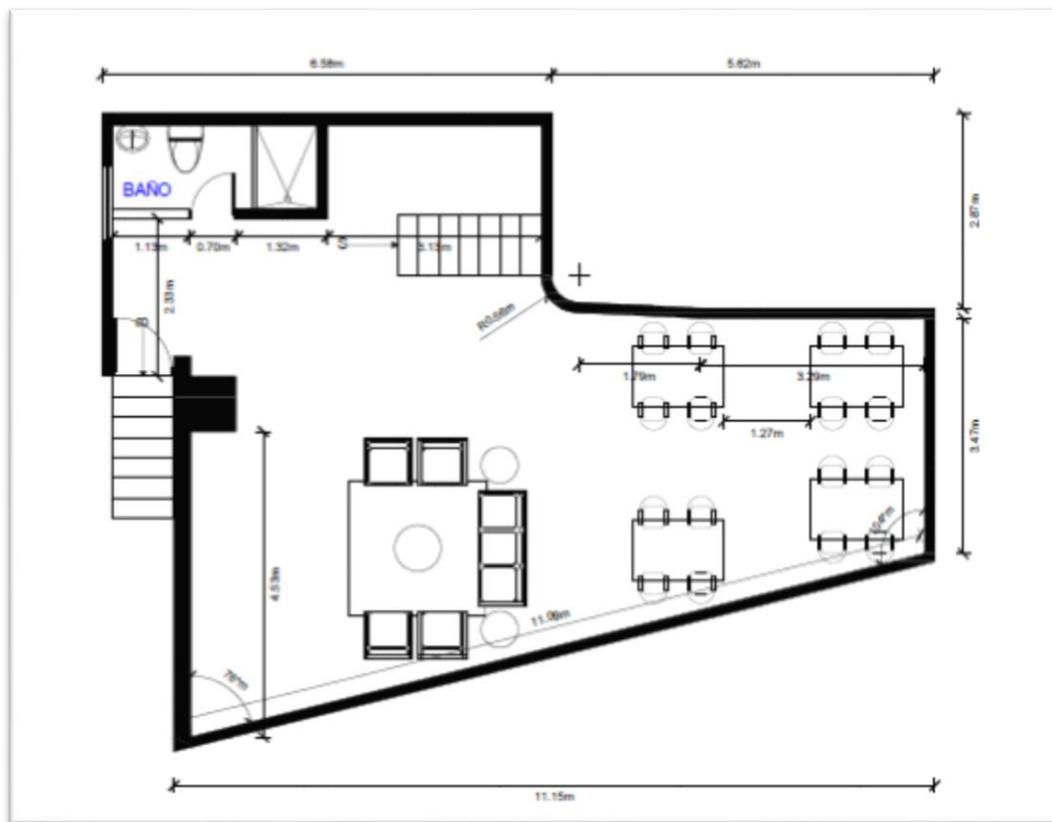


Figura 6. Plano Zona VIP. Fuente: Elaborado por Paúl Roldan, Diseñador gráfico (Diciembre, 2015)

Con un área total de $71m^2$ y sin ninguna modificación el espacio tendría un costo aproximado de \$22720 dólares y de acuerdo a los planos y ubicación de mesas tendrá capacidad para 40 personas.



Figura 7. Plano Zona Normal. Fuente: Elaborado por Paúl Roldan, Diseñador gráfico (Diciembre, 2015)

Con un área total de $147m^2$ y sin ninguna modificación el espacio tendría un costo aproximado de \$47040 dólares y de acuerdo a los planos y ubicación de mesas tendrá capacidad para 70 personas.

En total el negocio tendrá capacidad para 110 personas y su costo de oportunidad por no hacer uso del espacio es de \$69760 dólares aproximadamente.

1.3.2 Análisis de disponibilidad de Insumos y Materias Primas

Se ha planteado manejar un margen de utilidad del 160% en la venta de licores (botellas) y del 140% tanto para la comida como para los cocteles.

Con el fin de evitar riesgos por falta de disponibilidad de insumos y materias primas se tendrá varias alternativas de proveedores, analizando siempre que opción es la más conveniente para el negocio de acuerdo a los costos y al crédito recibido.

Para los diferentes insumos y materias primas tenemos los siguientes proveedores:

Tabla 18
Proveedores de insumos y materias primas

INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS	PROVEEDORES
Licores	La Taberna
	Corporación Azende Cía. Ltda.
	Distribuidora de licores Efrén Albornoz
Agua embotellada y Gaseosas	Cuenca Bottling Company
Pan	La Panificadora
	Panasa
Embutidos	La Europea
	La Italiana
Pollo	Avícolas del Austro
	Pronaca
Lácteos y demás insumos para preparación de comida y cocteles	Supermaxi
	Cortalcentro

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

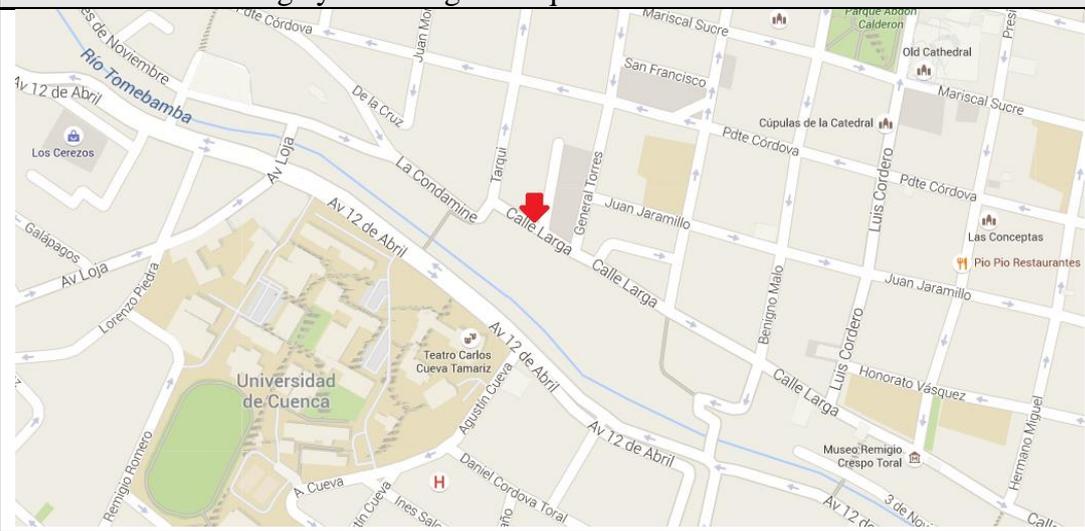
1.3.3 Análisis de capacidad

Con un área total de $218m^2$ y de acuerdo a la normativa de espacio y factor seguridad, la zona VIP tiene capacidad para 90 personas y la zona normal para 110 personas, dando un total de 200 personas, sin embargo, de acuerdo al diseño del local y por motivos de estética y comodidad, se ha establecido una capacidad de 40 personas en la zona VIP y 70 para la zona normal, con un total de capacidad para 110 personas.

Como ya se indicó en el análisis de la demanda, la apertura del local será de 4 días a la semana, por lo tanto mensualmente tendrá capacidad para un total de 1760 personas. (Véase tabla 11)

1.3.4 Análisis de la Ubicación

Tabla 19
Ventajas y desventajas de la ubicación del negocio

Ubicación: Calle Larga y Padre Aguirre sqn.	
	
VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Está ubicado en una zona privilegiada, el sector de mayor concurrencia y preferencia de los consumidores al momento de asistir a un centro de ocio y entretenimiento.</p>	<p>Competencia cercana; existen varias opciones de Café Bar y reconocidos, incluso que han sido mencionados como su local de preferencia en las encuestas realizadas y que han sido tomadas como competencia directa como son Goza, Mayu y La Cigale.</p>
<p>Se encuentra en una zona de fácil acceso, además de ofrecer parqueadero gratis para los futuros clientes.</p>	
<p>Además de ofrecer el servicio de Café Bar tiene una excelente vista de la ciudad de Cuenca.</p>	<p>Actualmente el edificio no cuenta con ascensor</p>
<p>Tendrá una zona VIP y área de fumadores</p>	

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

1.3.5 Proceso

A continuación se presentará mediante flujogramas los procesos necesarios para la operación del negocio, iniciando con la reserva del local hasta la salida de los clientes.

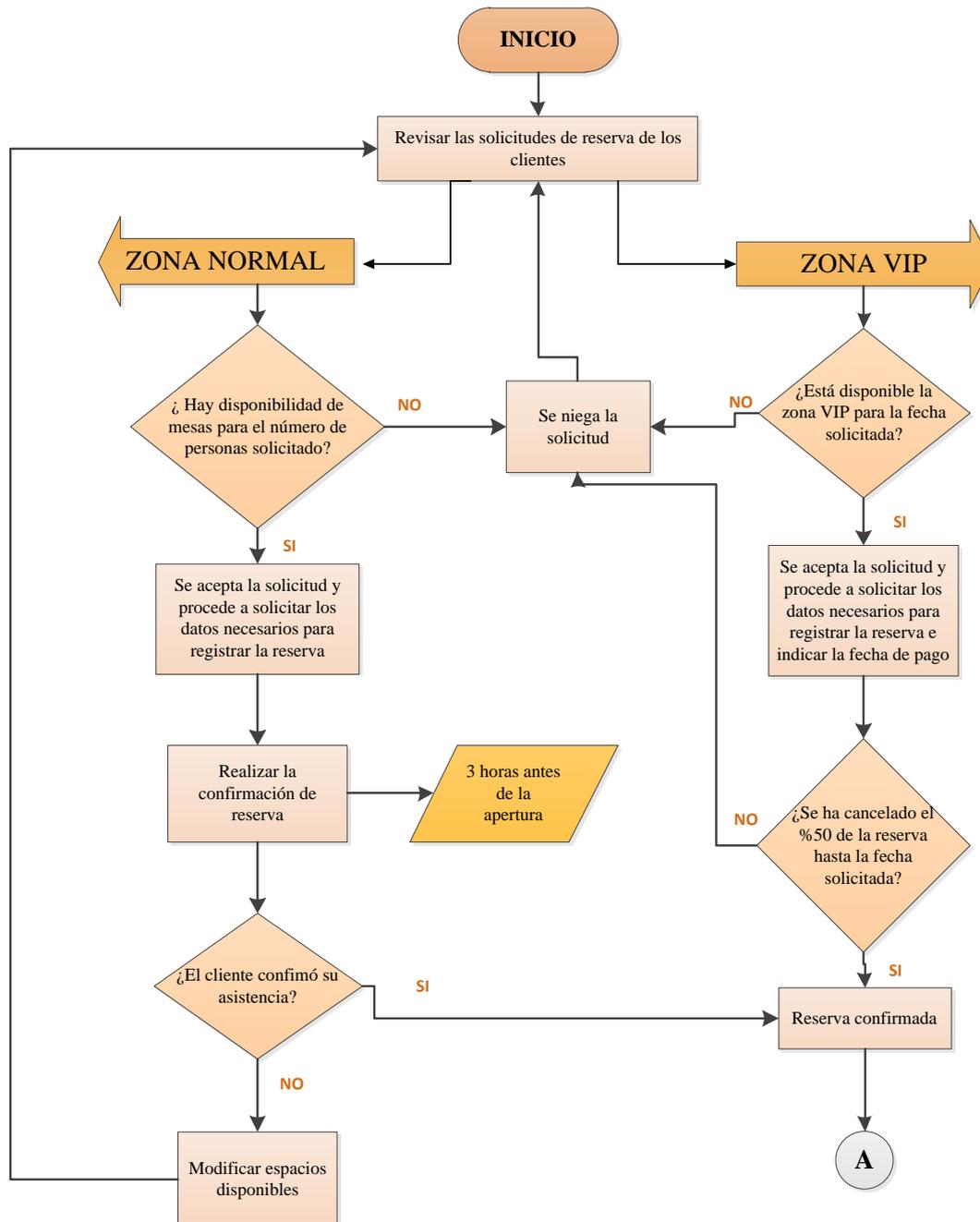


Figura 8. Proceso de solicitud de reserva del local. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

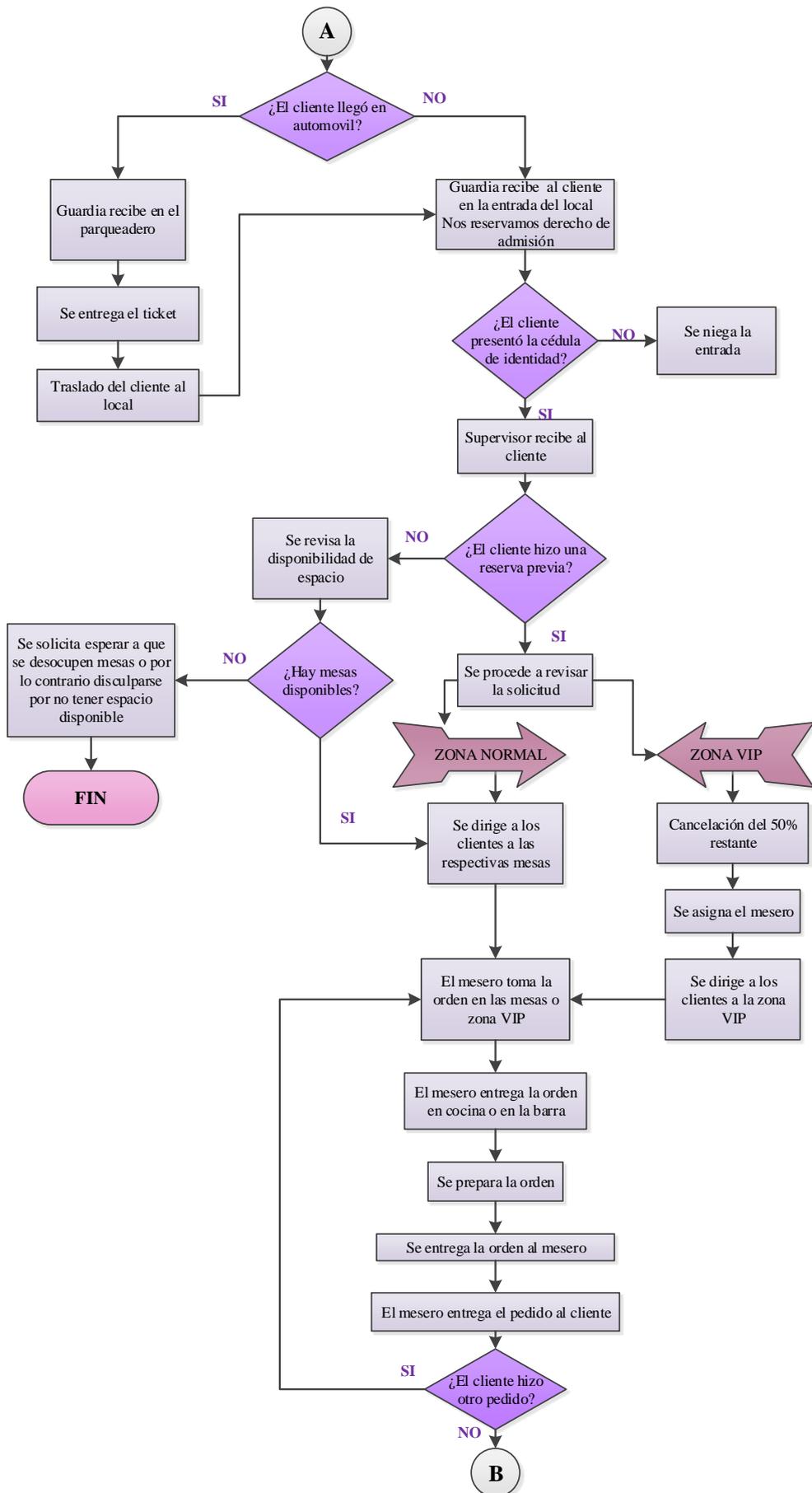


Figura 9. Proceso de entrada. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

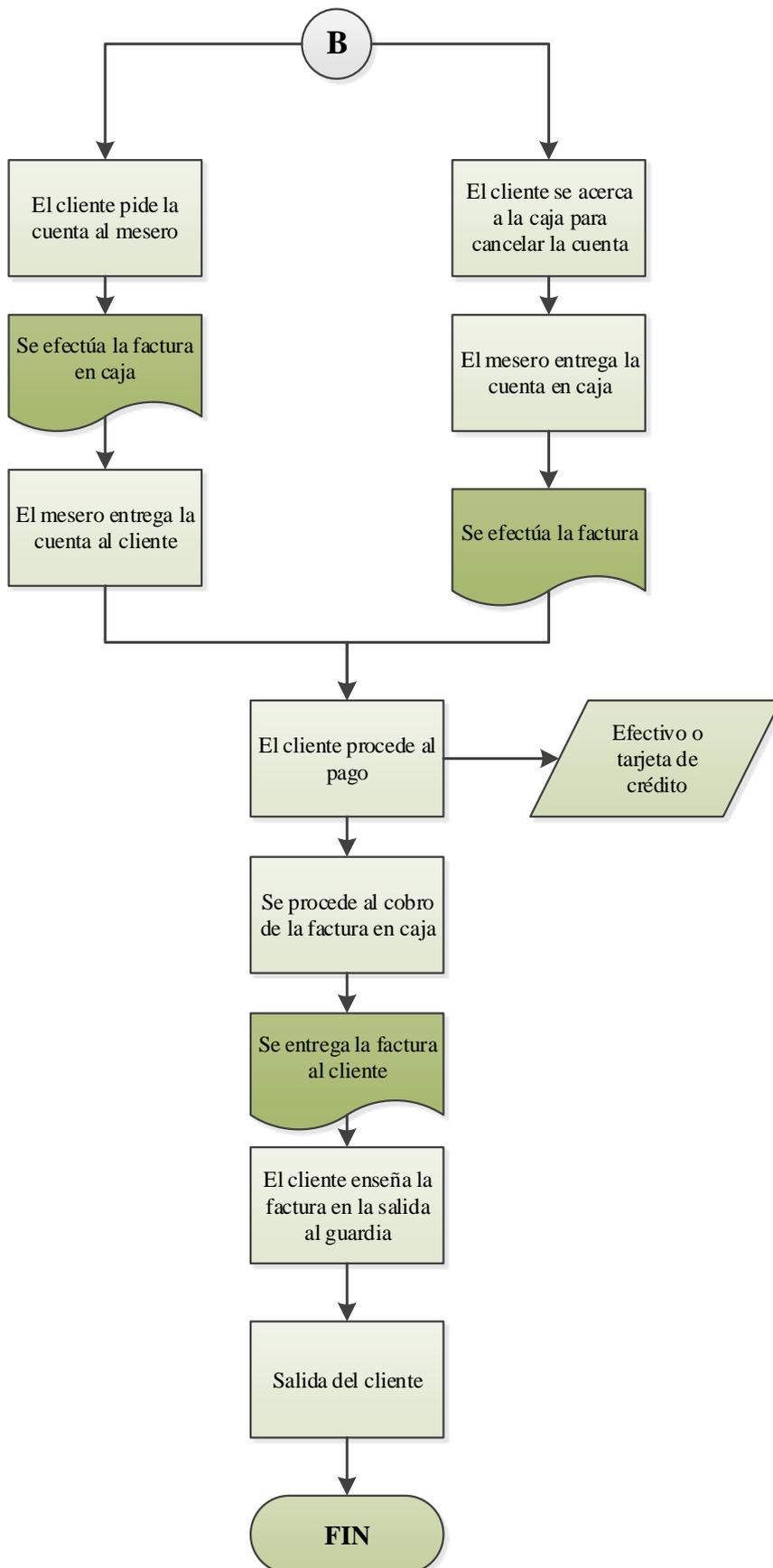


Figura 10. Proceso de salida. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

1.3.6 Equipos, muebles y enseres

En la tabla 20, se presenta una lista de los equipos necesarios para el funcionamiento del negocio con la capacidad de uso y/o almacenamiento, el número de unidades necesarias y el costo.

Tabla 20
Costo de Equipos, muebles y enseres – Operación

EQUIPOS	CAPACIDAD	Nº	C. Unitario	C. TOTAL
Congelador	460 lts	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Refrigerador	1.5 x 1.7 metros	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
Microondas	18x33x33	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Máquina de Café	8 preparaciones	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Licuada	8 litros	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Cocina Industrial	4 quemadores	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Parrilla a gas	60 x 90 cm	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Freidora	20 litros	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Samovar	6	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Equipo de música	todo incluido	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Impresora	Varias funciones	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Teléfono	convencional	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Laptop	17 pulgadas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
TOTAL				\$ 10.440,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

El total a invertir será de \$10440, entre equipos para la cocina, entretenimiento y atención al cliente.

Se pretende que el diseño del local sea el siguiente:



Figura 11. Diseño del local – Espacio frontal. Fuente: Elaborado por Andrea Alvarado, Diseñadora gráfica (Diciembre, 2015)



Figura 12. Diseño del local – Espacio lateral. Fuente: Elaborado por Andrea Alvarado, Diseñadora gráfica (Diciembre, 2015)

Para realizar los cambios necesarios con el fin de adecuar el local de acuerdo a las figuras 11 y 12 se deberá incurrir con los siguientes costos presentados en las tablas 21 y 22.

Tabla 21
Costos de construcción

RUBRO	MANO DE OBRA				MATERIALES		COSTO TOTAL
	Días	Nº	Costo	Total	Materiales	Costo	
Tumbar paredes	2	1	\$ 30,00	\$ 60,00	Combo y punta	\$ 20,00	\$ 80,00
Baños	5	2	\$ 25,00	\$ 250,00	Cerámica	\$ 300,00	\$ 550,00
Iluminación	15	2	\$ 25,00	\$ 750,00	Cables, interruptores, conectores, etc.	\$ 300,00	\$ 1.050,00
Cubierta de vidrio	-	-	-	-	Vidrio (incluida instalación)	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Tarima	2	1	\$ 30,00	\$ 60,00	Cemento y demás materiales	\$ 70,00	\$ 130,00
Espacio para barra	2	1	\$ 30,00	\$ 60,00	Cemento y demás materiales	\$ 60,00	\$ 120,00
Techo	10	2	\$ 25,00	\$ 500,00	Cemento y demás materiales	\$ 300,00	\$ 800,00
Colocar el piso	5	2	\$ 25,00	\$ 250,00	-	-	\$ 250,00
Colocar el tapizado	5	2	\$ 25,00	\$ 250,00	-	-	\$ 250,00
Adecuar cocina	10	2	\$ 25,00	\$ 500,00	Cemento y demás materiales	\$ 400,00	\$ 900,00
TOTAL COSTOS DE CONSTRUCCIÓN							\$ 7.130,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la información otorgado por el Arq. Juan González (Diciembre, 2015)

Tabla 22
Costos de Decoración

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Mesas	14	\$ 80,00	\$ 1.120,00
Sillas/ Mesas	60	\$ 30,00	\$ 1.800,00
Barra	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Sillas/ Barra	8	\$ 20,00	\$ 160,00
Estantes/ barra	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Tapizado	114m ²	\$ 8,00	\$ 912,00
Piso	187m ²	\$ 30,00	\$ 5.610,00
Juegos muebles	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Lámparas	24	\$ 18,00	\$ 432,00
Espejos	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Baños (tasa, tanque y pedestal)	4	\$ 107,00	\$ 428,00
Llaves para baño	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Juegos de vajilla y cubiertos	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Cristalería (Vasos y copas)	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Plasma 40"	5	\$ 320,00	\$ 1.600,00
Cuadros decorativos	16	\$ 15,00	\$ 240,00
TOTAL PRESUPUESTO DE DECORACIÓN			\$ 16.442,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la información otorgado por el Arq. Juan González (Diciembre, 2015)

Los costos de construcción y decoración necesarios para adecuar el local de acuerdo al diseño serán de \$23.572 dólares.

1.3.7 Talento Humano

“A partir del 1 de enero de 2015, el salario básico unificado es de 354 dólares mensuales; así lo estableció el Acuerdo Ministerial 256, publicado en el Registro Oficial – Segundo suplemento – No. 429 de 2 de enero de 2015.” Pérez, Bustamante & Ponce (PBP, 2015)

Se fijaron también los salarios/tarifas mínimas sectoriales, vigentes a partir del 1 de enero de 2015, mediante Acuerdo No 0257, publicado en el Registro Oficial – Segundo suplemento – No. 429 de 2 de enero de 2015” PBP (2015)

Debido a que la apertura del local será de 4 días a la semana, los miércoles de 6pm a 12am y jueves a sábado de 6pm a 2am, mensualmente se trabajará 120 horas. El sueldo mínimo establecido en la tabla sectorial hace referencia a 160 horas mensuales, por lo tanto, se ha realizado una regla de 3 con el fin de obtener el sueldo mensual para las 120 horas laborables para el local.

El sueldo mínimo establecido en la tabla sectorial hace referencia a la jornada diurna, ya que el horario de apertura del local es de 6pm a 2am, se deberá dar un recargo del 25% a partir las 7pm ya que de acuerdo al Código del Trabajo, art. 49 (2013), la jornada nocturna se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco por ciento.

Tabla 23*Sueldo anual sin beneficios sociales – Personal Operativo*

CARGO	N°	Sueldo mensual 160h al mes	Sueldo mensual 120h al mes	Jornada diurna normal 16h	Jornada diurna 104h recargo 25%	Total Sueldo Mensual	SUELDO ANUAL
Supervisor	1	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 60,00	\$ 487,50	\$ 547,50	\$ 6.570,00
Chef	1	\$ 359,42	\$ 269,57	\$ 35,94	\$ 292,03	\$ 327,97	\$ 3.935,65
Ayudante de cocina	2	\$ 357,29	\$ 267,97	\$ 35,73	\$ 290,30	\$ 652,05	\$ 7.824,65
Mesero	3	\$ 358,71	\$ 269,03	\$ 35,87	\$ 291,45	\$ 981,97	\$ 11.783,62
Barman	1	\$ 358,00	\$ 268,50	\$ 35,80	\$ 290,88	\$ 326,68	\$ 3.920,10
Guardia	2	\$ 358,43	\$ 268,82	\$ 35,84	\$ 291,22	\$ 654,13	\$ 7.849,62
Cajera	1	\$ 358,35	\$ 268,76	\$ 35,84	\$ 291,16	\$ 326,99	\$ 3.923,93
TOTAL	11	\$ 2.750,20	\$ 2.062,65	\$ 275,02	\$ 2.234,54	\$ 3.817,30	\$ 45.807,57

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

En la tabla 24, se ha realizado el cálculo de todos los beneficios sociales para obtener todos los valores a pagar en el primer año de funcionamiento.

Tabla 24*Sueldo anual para primer año incluido beneficios sociales – Personal Operativo*

CARGO	N°	SUELDO ANUAL	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	TOTAL ANUAL
Supervisor	1	\$ 6.570,00	\$ 547,50	\$ 273,75	\$ 273,75	\$ 798,26	\$ 8.463,26
Chef	1	\$ 3.935,65	\$ 327,97	\$ 163,99	\$ 163,99	\$ 478,18	\$ 5.069,77
Ayudante de cocina	2	\$ 7.824,65	\$ 652,05	\$ 326,03	\$ 326,03	\$ 950,70	\$ 10.079,45
Mesero	3	\$ 11.783,62	\$ 981,97	\$ 490,98	\$ 490,98	\$ 1.431,71	\$ 15.179,27
Barman	1	\$ 3.920,10	\$ 326,68	\$ 163,34	\$ 163,34	\$ 476,29	\$ 5.049,74
Guardia	2	\$ 7.849,62	\$ 654,13	\$ 327,07	\$ 327,07	\$ 953,73	\$ 10.111,61
Cajera	1	\$ 3.923,93	\$ 326,99	\$ 163,50	\$ 163,50	\$ 476,76	\$ 5.054,68
TOTAL	11	\$ 45.807,57	\$ 3.817,30	\$ 1.908,65	\$ 1.908,65	\$ 5.565,62	\$ 59.007,79

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

Tabla 25

Sueldo anual a partir del segundo año incluido beneficios sociales y fondos de reserva– Personal Operativo

CARGO	N°	SUELDO ANUAL	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte patronal	Fondos de Reserva	TOTAL ANUAL
Supervisor	1	\$ 6.570,00	\$ 547,50	\$ 273,75	\$ 273,75	\$ 798,26	\$ 547,28	\$ 9.010,54
Chef	1	\$ 3.935,65	\$ 327,97	\$ 163,99	\$ 163,99	\$ 478,18	\$ 327,84	\$ 5.397,61
Ayudante de cocina	2	\$ 7.824,65	\$ 652,05	\$ 326,03	\$ 326,03	\$ 950,70	\$ 651,79	\$ 10.731,25
Mesero	3	\$ 11.783,62	\$ 981,97	\$ 490,98	\$ 490,98	\$ 1.431,71	\$ 981,58	\$ 16.160,85
Barman	1	\$ 3.920,10	\$ 326,68	\$ 163,34	\$ 163,34	\$ 476,29	\$ 326,54	\$ 5.376,29
Guardia	2	\$ 7.849,62	\$ 654,13	\$ 327,07	\$ 327,07	\$ 953,73	\$ 653,87	\$ 10.765,49
Cajera	1	\$ 3.923,93	\$ 326,99	\$ 163,50	\$ 163,50	\$ 476,76	\$ 326,86	\$ 5.381,54
TOTAL	11	\$ 45.807,57	\$ 3.817,30	\$ 1.908,65	\$ 1.908,65	\$ 5.565,62	\$ 3.815,77	\$ 62.823,56

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

A partir del segundo año de trabajo se aumentará el rubro por fondos de reserva que de acuerdo a la ley es el 8,33% del total ganado. Quiroz (2015)

En todo negocio es debe determinar el personal necesario para su correcto funcionamiento, al igual que el establecer las funciones necesarias y perfil que debe cumplir como mínimo cada uno de ellos.

Tabla 26

Perfil y funciones del personal operativo - por cargo

SUPERVISOR	
PERFIL	Edad: de 25 a 35 años Sexo: Indiferente Estado civil: Soltero Educación superior: Ingeniero comercial o carreras afines. Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares. Aptitudes: Liderazgo, manejo de personal, trabajo en equipo.
FUNCIONES	Supervisar el trabajo y presentación del personal. Coordinación junto con el gerente para el análisis de costos y mejor alternativa para compra de insumos y materias primas. Compra de insumos y materias primas

	<p>Solicita al gerente autorización para compra de equipos y suministros faltantes.</p> <p>Verificar la existencia de máximo y mínimo en insumos y materias primas.</p> <p>Recibir a los clientes y asignar sus mesas</p>
CHEF	
PERFIL	<p>Edad: mayor de 28 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Estado civil: Indiferente</p> <p>Educación superior: Chef.</p> <p>Experiencia: Mínimo 3 años en cargos similares</p> <p>Aptitudes: Liderazgo, manejo de personal, trabajo en equipo.</p>
FUNCIONES	<p>Jefe de cocina.</p> <p>Delegar actividades y responsabilidades a los ayudantes de cocina.</p> <p>Conocimiento íntegro de nombres, ubicación de insumos y materias primas, preparación y tipo de vajilla en donde se debe servir cada plato.</p> <p>Creación de platos originales.</p> <p>Levantamiento de inventarios para conocer los faltantes insumos y materias primas para preparación de los platos.</p> <p>Coordinación con el supervisor para verificar la existencia de máximo y mínimo en insumos y materias primas.</p>
AYUDANTE DE COCINA	
PERFIL	<p>Edad: mayor de 25 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Estado civil: Indiferente</p> <p>Educación superior: Estudiante universitario de gastronomía</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares</p> <p>Aptitudes: Trabajo en equipo.</p>
FUNCIONES	<p>Jefe de cocina, organizar las funciones en cocina.</p> <p>Delegar actividades y responsabilidades a los ayudantes de cocina.</p> <p>Conocimiento íntegro de nombres, ubicación de insumos y materias primas, preparación y tipo de vajilla en donde se debe servir cada plato.</p> <p>Preparar y crear platos.</p> <p>Entregar los pedidos a tiempo.</p> <p>Levantamiento de inventarios para conocer los faltantes insumos y materias primas para preparación de los platos.</p> <p>Coordinación con el supervisor para verificar la existencia de máximo y mínimo en insumos y materias primas</p>
MESERO	
PERFIL	<p>Edad: de 20 a 35 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Estado civil: Indiferente</p> <p>Educación: Estudiante Universitario</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.</p>

	Aptitudes: Paciencia, trabajo en equipo, atención al cliente.
FUNCIONES	<p>Recibir órdenes del Chef</p> <p>Preparar pedidos</p> <p>Entregar pedidos</p> <p>Conocimiento íntegro de nombres, ubicación de insumos y materias primas, preparación y tipo de vajilla en donde se debe servir cada plato.</p> <p>Mantener limpio el lugar de trabajo.</p> <p>Lavar los instrumentos utilizados para la preparación de alimentos.</p>
BARMAN	
PERFIL	<p>Edad: 20 a 30 años</p> <p>Sexo: Masculino</p> <p>Estado civil: Soltero</p> <p>Educación: Estudiante Universitario</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.</p>
FUNCIONES	<p>Elabora recetas estándar de cocteles</p> <p>Coordina con el supervisor para el cálculo de costo de cocteles.</p> <p>Conocimiento íntegro de nombres, ubicación de las bebidas, preparación de cocteles y tipo de cristalería en donde se debe servir cada bebida.</p> <p>Recibe la orden del mesero.</p> <p>Prepara y entrega las bebidas.</p> <p>Levantamiento de inventarios para conocer los faltantes de botellas y de insumos para la preparación de cocteles.</p>
GUARDIA	
PERFIL	<p>Edad: mayor de 25 años</p> <p>Sexo: Masculino</p> <p>Estado civil: Indiferente</p> <p>Educación: Secundaria</p> <p>Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.</p>
FUNCIONES	<p>Recibir a los clientes, no permite el ingreso a las personas que no cumplan con el perfil de nuestros clientes.</p> <p>Recibir cédulas de clientes y comprobar si son mayores de edad.</p> <p>Mantener la seguridad ya sea en el local o en el parqueadero según sea el turno.</p> <p>Mantener el orden de los clientes al momento de ingreso y salida del local</p> <p>Confirmar el pago de factura y número de personas para la salida de local.</p>
CAJERA	
PERFIL	<p>Edad: mayor de 25 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Estado civil: Indiferente</p> <p>Educación: Estudiante universitario</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.</p>

	Aptitudes: Atención al cliente, destreza en uso de billetes y manejo de tarjetas de crédito.
FUNCIONES	Cobrar la cuenta a los clientes Realizar el cierre de caja Emitir y entregar facturas a clientes Conocer los precios del menú. Conocer las políticas de cobro. Coordinar con meseros para el cobro de la cuenta.

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

1.3.8 Costos

Se manejará el siguiente margen de utilidad que representa el porcentaje de ganancia que se obtendrá por la venta de cada producto:

Tabla 27

Margen de utilidad por producto

MARGEN DE UTILIDAD	
Botellas	160%
Cocteles	140%
Comida	140%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

Dentro de los gastos indirectos tenemos:

Tabla 28

Gastos indirectos

Rubro	Mensual	Anual
Luz	\$ 30	\$ 360
Agua	\$ 20	\$ 240
Teléfono	\$ 10	\$ 120
Gas	\$ 30	\$ 360
Internet	\$ 40	\$ 480
G. Limpieza	\$ 200	\$ 2.400
TOTAL	\$ 330	\$ 3.960

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

Se contratará el servicio de Dimplos quienes serán los encargados de realizar la limpieza del local una hora diaria, además los gastos por servicios básicos y para el servicio de wi-fi gratis se contratará el paquete empresarial de Punto Net.

1.4 ESTUDIO ORGANIZATIVO, ADMINISTRATIVO Y LEGAL

1.4.1 Tamaño de la estructura organizativa

El tipo de organización será vertical, para las funciones necesarias en el departamento administrativo y talento humano será el Gerente propietario el encargado de contratar y delegar las funciones al personal y además de planificar la forma en la que se llevará a cabo los procesos.

Para el departamento de compra y venta será el supervisor el encargado de controlar que las funciones asignadas para el personal se estén cumpliendo correctamente durante el proceso.

1.4.2 Tecnología administrativa

Para el correcto funcionamiento en el área administrativa del negocio se deberán adquirir distintos equipos, muebles y enseres e incurrir en gastos adicionales que se los detallará a continuación en las tablas 29 y 30

Tabla 29*Equipos, muebles y enseres para área de Administración*

EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Sistema de Contabilidad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Escritorio	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Sillas	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Lámparas	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Computador	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Smartphone	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Útiles de Oficina	-	-	\$ 250,00
TOTAL			\$ 4.140,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

Se ha visto la necesidad de adquirir un sistema de contabilidad, el sistema llamado Ácata, en donde se podrán registrar las compras, ventas, inventarios, precios individuales de platos y bebidas del menú y en donde se podrá realizar directamente el registro de facturas.

Tabla 30*Gastos indirectos – área de Administración*

Rubro	Mensual	Anual
Luz	\$ 10	\$ 120
Agua	\$ 10	\$ 120
Teléfono	\$ 5	\$ 60
Internet	\$ 30	\$ 360
TOTAL	\$ 55	\$ 660

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

1.4.3 Tipo de Organización

Se ha tomado la decisión de constituir al negocio como Persona Natural, tanto la documentación legal que se debe entregar, como los trámites que se deben cumplir son

menos de los que se realizarían si se constituyera como Persona Jurídica, el procedimiento es más rápido, sencillo y menos costoso, sin embargo, la responsabilidad en la parte financiera, administrativa y legal se limita a una sola persona, pero gracias a la ventaja de contar con un local propio y a la posibilidad de financiamiento propio se ha visto más conveniente el constituir al negocio como Persona Natural.

1.4.4 Permisos

Los establecimientos que presten servicios turísticos, deben regularizar su funcionamiento para garantizar la calidad del servicio. Ley de Turismo (2015)

Para obtener los permisos y requisitos necesarios para la constitución del negocio Se deberá acudir a los siguientes establecimientos.



Servicio de rentas internas (SRI), en donde se obtendrá el certificado de Registro Único de Contribuyentes (RUC), en el sitio web del SRI (2015) indican que no tendrá ningún costo, solamente se deberán presentar los siguientes requisitos:

- Cédula de identidad (copia y original)
- Certificado de votación
- Pago de servicios básicos



Municipio de Cuenca, en donde se obtendrá el registro municipal obligatorio de actividades económicas, es decir, el permiso de uso de suelo, permiso de construcción y permiso de funcionamiento.

- El Registro único de funcionamiento no tendrá un costo mayor a \$23,00
- Permiso de construcción aproximadamente: \$50
- Para el permiso de uso de suelo según el sitio web del Municipio de Cuenca (2015) será necesario realizar:

- Línea de fábrica: Impuesto de municipio \$20 y trámites necesarios \$100
- Anteproyecto: \$12 por metro cuadrado, un total de \$2616
- Proyecto \$12 por metro cuadrado, un total de \$2616

Una vez aprobados los planos por el arquitecto de la zona se procederá a entregar el permiso de uso de suelo y de construcción.



Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca, en donde se obtendrá el permiso de funcionamiento y el estudio contra incendios.

El pago para el permiso de funcionamiento es igual al pago del predio urbano por el 0,15 x 1000, el predio que se ha pagado del edificio es de \$180, por lo tanto el permiso tendrá un costo de 0,027 ctvs.

Según del sitio web del Benemérito cuerpo de bomberos voluntarios de Cuenca (2015), los requisitos para la aprobación del estudio contra incendios son:

- El anteproyecto debe ser aprobado por el municipio
- Los planos del estudio contra incendio y su memoria técnica (cuadro de áreas, ubicación, señalización, simbología y rutas de evacuación).
- El costo es de 0.10 centavos de dólar por cada m², un total de \$21,80 por los 218 m²



Ministerio de Turismo, en donde se obtendrá el Certificado de registro de turismo.

Según información entregada por el Ministerio de Turismo (2015), para obtener el certificado de registro de turismo es necesario el pago del 1x1000, se deberá presentar la solicitud en el Ministerio de turismo con los siguientes requisitos:

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
- Copia de la cédula de identidad
- Copia de la papeleta de votación
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en la ciudad de Cuenca, tiene un costo de \$16 para la búsqueda fonética y se deberá cancelar en el Banco del Pacífico.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados.

- Declaración de activos fijos para cancelación del 1x1000, debidamente suscrita por el Representante Legal de la empresa.

El edificio al ser propio se debería tomar como un rubro más para el cálculo de los activos fijos, sin embargo, existe la posibilidad de no colocar este activo en la lista ya que el edificio no está a nombre del representante legal de la empresa, por lo tanto, se podrá realizar una declaración juramentada en donde se indique que el propietario sede los derechos para hacer uso del inmueble y el activo ya no estaría dentro de la lista de activos fijos.

Tabla 31
Activos fijos

ACTIVO FIJO	
Construcciones	\$ 13.652,00
Equipos	\$ 12.870,00
Herramientas	\$ 2.180,00
Muebles y enseres	\$ 6.550,00
Equipos de computación	\$ 2.900,00
TOTAL	\$ 38.152,00

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

El total de activos fijos es de \$38152, por lo tanto el pago del 1 x 1000 para obtener el registro de turismo será de \$38,15.

- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del Representante Legal sobre los valores declarados.

- Permiso de uso del suelo

En el cuadro de tasas de registro sanitario de la página web de la Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria (2016), para los importes a cobrarse por concepto de inscripción, certificaciones y notificaciones sanitarias obligatorias, para los servicios de restaurantes y cafeterías de primera categoría tendrá un costo de \$212,40.

1.4.5 Organigrama

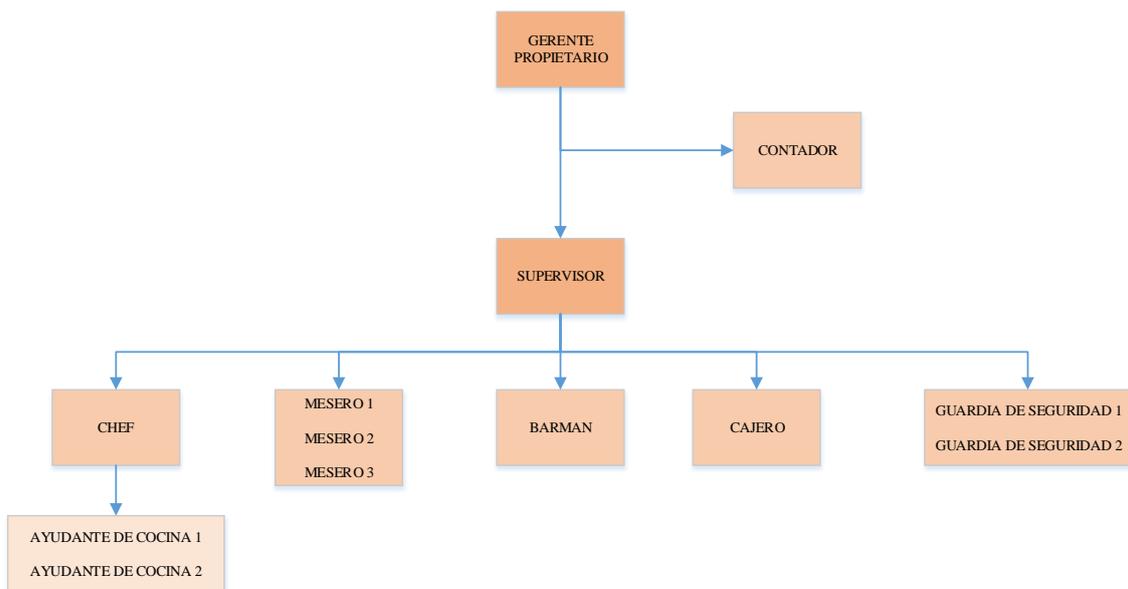


Figura 13. Organigrama. Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

1.4.6 Funciones del personal

El personal administrativo estará conformado por el Gerente General y el Contador, a continuación se presentará el sueldo para cada cargo:

Tabla 32*Sueldo anual sin beneficios sociales – Personal Administrativo*

CARGO	N°	Sueldo mensual 160h al mes	Sueldo mensual 120h al mes	Jornada diurna normal 16h	Jornada diurna 104h recargo 25%	Total Sueldo Mensual	SUELDO ANUAL
Gerente General	1	\$ 700,00	\$ 525,00	\$ 70,00	\$ 568,75	\$ 638,75	\$ 7.665,00
Contador	1	\$ 367,03	\$ 275,27	\$ 36,70	\$ 298,21	\$ 334,91	\$ 4.018,98
TOTAL	2	\$ 1.067,03	\$ 800,27	\$ 106,70	\$ 866,96	\$ 973,66	\$ 11.683,98

*Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)***Tabla 33***Sueldo anual para primer año incluido beneficios sociales – Personal Administrativo*

CARGO	N°	SUELDO ANUAL	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	\$ 7.665,00	\$ 638,75	\$ 319,38	\$ 319,38	\$ 931,30	\$ 9.873,80
Contador	1	\$ 4.018,98	\$ 334,91	\$ 167,46	\$ 167,46	\$ 488,31	\$ 5.177,11
TOTAL	2	\$ 11.683,98	\$ 973,66	\$ 486,83	\$ 486,83	\$ 1.419,60	\$ 15.050,91

*Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)***Tabla 34***Sueldo anual a partir del segundo año incluido beneficios sociales – Persona Administrativo*

CARGO	N°	SUELDO ANUAL	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte patronal	Fondos de Reserva	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	\$ 7.665,00	\$ 638,75	\$ 319,38	\$ 319,38	\$ 931,30	\$ 638,49	\$ 10.512,29
Contador	1	\$ 4.018,98	\$ 334,91	\$ 167,46	\$ 167,46	\$ 488,31	\$ 334,78	\$ 5.511,90
TOTAL	2	\$ 11.683,98	\$ 973,66	\$ 486,83	\$ 486,83	\$ 1.419,60	\$ 973,28	\$ 16.024,19

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

A continuación se presentará el perfil y funciones correspondientes al personal del departamento de Administración:

Tabla 35*Perfil y funciones del personal de administración por cargo*

GERENTE GENERAL	
PERFIL	<p>Edad: De 25 a 40 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Estado civil: Indiferente</p> <p>Educación superior: Ingeniera Comercial o carreras afines.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares</p> <p>Aptitudes: Liderazgo y manejo de personal.</p>
FUNCIONES	<p>Encargado de administrar las funciones.</p> <p>Encargado de cumplir con las obligaciones legales.</p> <p>Encargado de contratar el personal necesario para todas las actividades de la empresa.</p> <p>Desarrollar estrategias para el mejor funcionamiento del local.</p> <p>Delega funciones y responsabilidades al personal.</p> <p>Capacitar al personal.</p> <p>Autoriza compras y realiza pagos.</p> <p>Verifica el correcto funcionamiento y uso de equipos, muebles y enseres, insumos y materias primas</p> <p>Negocia con los proveedores</p> <p>Encargo de buscar los mejores medios para publicidad.</p>
CONTADOR	
PERFIL	<p>Edad: Mayor de 25 años</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Estado civil: Indiferente</p> <p>Educación superior: Ingeniero en Contabilidad y Auditoría</p>
FUNCIONES	<p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares</p> <p>Llevar la contabilidad de la empresa.</p> <p>Entregar informes y balances periódicamente.</p> <p>Dar asesoramiento contable a la Gerencia.</p> <p>Capacitación continua sobre cambios en materia tributaria y legal.</p>

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

CAPITULO II: ESTUDIO ECONÓMICO

2.1 PLAN DE INVERSIONES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 36
Inversión total

INVERSION PROYECTO - FASE PREOPERATIVA	
ACTIVOS FIJOS	
Construcciones	\$ 13.652,00
Equipos	\$ 13.099,00
Herramientas	\$ 2.160,00
Muebles y Enseres	\$ 6.300,00
Equipos de computación	\$ 2.900,00
SUBTOTAL	\$ 38.111,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Preoperativos	\$ 8.262,04
Constitución	\$ 5.697,38
Imprevistos (5% de activos diferidos)	\$ 697,97
SUBTOTAL	\$ 14.657,39
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de Trabajo Operativo	\$ 8.911,25
Capital de Trabajo Administración y Ventas	\$ 1.942,13
SUBTOTAL	\$ 10.853,38
INVERSION TOTAL	\$ 63.621,77

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

La tabla anterior presenta la estructura adecuada de la inversión para el tipo de negocio que se quiere implementar, esta inversión se divide en activos fijos que representa un 59,90% de la inversión total, seguido por activos diferidos que representan un 23,04% de la inversión total en donde, los gastos preoperativos representan el pago anticipado por 6

meses de los sueldos del personal operativo y capacitación y finalmente el capital de trabajo que representa 17,06% de la inversión total.

Tabla 37
Capital de trabajo

Factor Caja (ciclo de caja)	días	30
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO		
Materiales directos		\$ 43.200,00
Suministros y servicios		\$ 4.380,00
Mano de obra directa		\$ 46.676,52
Mano de obra indirecta		\$ 10.765,44
Mantenimiento y seguros (activos fijos operativos)		\$ 1.912,99
SUBTOTAL		\$ 106.934,95
Requerimiento diario		\$ 297,04
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO		\$ 8.911,25
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS		
Gastos administrativos que representan desembolso		\$ 16.524,08
Gastos de ventas que representan desembolso		\$ 6.781,52
SUBTOTAL		\$ 23.305,60
Requerimiento diario		\$ 64,74
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACION Y VENTAS		\$ 1.942,13
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 10.853,38

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

Del capital de trabajo total de \$ 10853,38, el capital de trabajo operativo representa el 82,11% y el de administración y ventas representa un 17,89%.

Tabla 38
Políticas de cobro, pagos y exigencias

	DIAS
Factor Caja	30
Crédito a clientes	10
Crédito de proveedores	30
Inventario de materias primas	30
Inventario de materiales indirectos	30
Periodos de amortización de activos diferidos	5

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Diciembre, 2015)

Factor caja representa el número de días que se necesita para financiar la operación.

Se ha establecido cobrar a los clientes cada 10 días, el pago a proveedores cada 30 días y la adquisición de inventarios cada 30 días por lo tanto, necesito 10 días para financiar la operación; por ser conservador el proyecto se ha decidido financiar cada 30 días.

2.2 TABLAS DE AMORTIZACIÓN Y PAGOS DE CRÉDITOS

Debido a que la inversión necesaria para realizar el proyecto será autofinanciada no se realizará ningún préstamo.

2.3 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 39

Balance General Proyectado

	Saldos iniciales	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y bancos	\$ 7.553,38	\$ 38.274,49	\$ 67.793,15	\$ 95.364,83	\$ 120.036,51	\$ 151.073,19
Cuentas y documentos por cobrar		\$ 4.509,33	\$ 4.734,80	\$ 4.734,80	\$ 4.734,80	\$ 4.734,80
Inventarios:						
Materias primas	\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 11.153,38	\$ 46.563,83	\$ 76.307,95	\$ 103.879,63	\$ 128.551,31	\$ 155.807,99
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
CONSTRUCCIONES	\$ 13.652,00	\$ 13.652,00	\$ 13.652,00	\$ 13.652,00	\$ 13.652,00	\$ 13.652,00
EQUIPOS	\$ 13.099,00	\$ 13.099,00	\$ 13.099,00	\$ 13.099,00	\$ 13.099,00	\$ 13.099,00
HERRAMIENTAS	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
Subtotal activos fijos	\$ 38.111,00	\$ 38.111,00	\$ 38.111,00	\$ 38.111,00	\$ 38.111,00	\$ 38.111,00
(-) depreciaciones		\$ 4.021,17	\$ 8.042,33	\$ 12.063,50	\$ 13.184,67	\$ 17.205,83
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 38.111,00	\$ 34.089,83	\$ 30.068,67	\$ 26.047,50	\$ 24.926,33	\$ 20.905,17
ACTIVO DIFERIDO	\$ 14.657,39	\$ 14.657,39	\$ 14.657,39	\$ 14.657,39	\$ 14.657,39	\$ 14.657,39
Amortización acumulada		\$ 2.931,48	\$ 5.862,96	\$ 8.794,43	\$ 11.725,91	\$ 14.657,39

TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	\$ 14.657,39	\$ 11.725,91	\$ 8.794,43	\$ 5.862,96	\$ 2.931,48	\$ (0,00)
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 63.921,77	\$ 92.379,57	\$ 115.171,05	\$ 135.790,08	\$ 156.409,12	\$ 176.713,16

PASIVO CORRIENTE						
Cuentas y documentos por pagar proveedores	\$ 300,00	\$ 3.615,00	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ 3.465,00
Gastos acumulados por pagar	\$ -	\$ 8.473,12	\$ 10.480,57	\$ 10.480,57	\$ 10.480,57	\$ 10.480,57
TOTAL DE PASIVOS	\$ 300,00	\$ 12.088,12	\$ 14.260,57	\$ 14.260,57	\$ 14.260,57	\$ 13.945,57
PATRIMONIO						
Capital social pagado	\$ 63.621,77	\$ 63.621,77	\$ 63.621,77	\$ 63.621,77	\$ 63.621,77	\$ 63.621,77
Reserva legal	\$ -	\$ -	\$ 1.666,97	\$ 3.728,87	\$ 5.790,77	\$ 7.852,68
Utilidad (pérdida) retenida	\$ -	\$ -	\$ 15.002,71	\$ 33.559,84	\$ 52.116,97	\$ 70.674,11
Utilidad (pérdida) neta	\$ -	\$ 16.669,68	\$ 20.619,04	\$ 20.619,04	\$ 20.619,04	\$ 20.619,04
TOTAL PATRIMONIO	\$ 63.621,77	\$ 80.291,45	\$ 100.910,48	\$ 121.529,52	\$ 142.148,55	\$ 162.767,59
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 63.921,77	\$ 92.379,57	\$ 115.171,05	\$ 135.790,08	\$ 156.409,12	\$ 176.713,16

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

Cada año crece la cuenta de Caja debido a que crecen las utilidades y por lo tanto existe liquidez y posibilidad de financiamiento propio, generando valor agregado a la empresa. En el análisis de la tabla anterior, no se toma en cuenta la repartición de dividendos, sin embargo, el proyecto presenta la capacidad de repartirlos.

Del primer al último periodo de duración del proyecto, los pasivos representan un menor porcentaje sobre los activos, para el último periodo los pasivos representan un 7,89%, al contrario del total del patrimonio que mientras avanza el proyecto aumenta su valor, debido a que sus utilidades crecen y para el último periodo representa un 92,10% del total de activos, lo que significa que las deudas son mínimas, no se necesita financiamiento de terceros y el negocio es autosuficiente.

El proyecto está siendo eficiente y debido a que no existen deudas, la estructura es bastante sólida, además se encuentra dentro de los parámetros, ya que, a lo largo del tiempo, el activo corriente es mayor al activo fijo y esto se debe a las depreciaciones en el activo fijo, que disminuyen su valor y el activo corriente aumenta debido a que cada año aumentan las utilidades, por lo tanto la cuenta de caja también aumenta.

2.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla 40

Estado de Resultados Proyectado

	PERIODO 2		PERIODO 3		PERIODO 4		PERIODO 5		PERIODO 6	
	MONTO	%								
Ventas Netas	\$ 162.336,00	100%	\$ 170.452,80	100%	\$ 170.452,80	100%	\$ 170.452,80	100%	\$ 170.452,80	100%
Costo de Ventas	\$ 111.095,71	68,44%	\$ 113.255,71	66,44%	\$ 113.255,71	66,44%	\$ 113.255,71	66,44%	\$ 113.255,71	66,44%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 51.240,29	31,56%	\$ 57.197,09	33,56%						
Gastos de ventas	\$ 6.781,52	4,18%	\$ 6.781,52	3,98%	\$ 6.781,52	3,98%	\$ 6.781,52	3,98%	\$ 6.781,52	3,98%
Gastos de administración	\$ 19.315,96	11,90%	\$ 19.315,96	11,33%	\$ 19.315,96	11,33%	\$ 19.315,96	11,33%	\$ 19.315,96	11,33%
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	\$ 25.142,80	15,49%	\$ 31.099,60	18,25%						
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION	\$ 25.142,80	15,49%	\$ 31.099,60	18,25%						
Participación utilidades	\$ 3.771,42	2,32%	\$ 4.664,94	2,74%	\$ 4.664,94	2,74%	\$ 4.664,94	2,74%	\$ 4.664,94	2,74%
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMP.RENTA	\$ 21.371,38	13,16%	\$ 26.434,66	15,51%						
Impuesto a la renta 22%	\$ 4.701,70	2,90%	\$ 5.815,63	3,41%	\$ 5.815,63	3,41%	\$ 5.815,63	3,41%	\$ 5.815,63	3,41%
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	\$ 16.669,68	10,27%	\$ 20.619,04	12,10%						

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

La rentabilidad es bastante buena, desde el primer periodo hay utilidad, después de cubrir los costos y gastos en el cual está

incluido mi salario, el proyecto presenta utilidad neta que representa el 12% del total de las ventas. Después de cubrir el costo de ventas, queda un 31% para cubrir los gastos operativos.

Debido a que no existen gastos financieros la utilidad operacional tiene el mismo valor de la utilidad antes de participaciones.

Tanto los gastos administrativos como los gastos de ventas presentan el mismo valor a lo largo del proyecto y representan el 4% y 11% respectivamente, respecto al total de ventas netas.

2.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 41

Flujo de Caja Proyectado

	PREOP.	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	\$ -	\$ 157.826,67	\$ 170.227,33	\$ 170.452,80	\$ 170.452,80	\$ 170.452,80
Parcial	\$ -	\$ 157.826,67	\$ 170.227,33	\$ 170.452,80	\$ 170.452,80	\$ 170.452,80
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	\$ 3.300,00	\$ 44.445,00	\$ 49.575,00	\$ 49.740,00	\$ 49.740,00	\$ 46.275,00
Mano de obra directa e imprevistos		\$ 46.676,52	\$ 46.676,52	\$ 46.676,52	\$ 46.676,52	\$ 46.676,52
Mano de obra indirecta		\$ 10.765,44	\$ 10.765,44	\$ 10.765,44	\$ 10.765,44	\$ 10.765,44
Gastos de ventas		\$ 6.781,52	\$ 6.781,52	\$ 6.781,52	\$ 6.781,52	\$ 6.781,52
Gastos de administración		\$ 16.524,08	\$ 16.524,08	\$ 16.524,08	\$ 16.524,08	\$ 16.524,08
Costos de fabricación		\$ 1.912,99	\$ 1.912,99	\$ 1.912,99	\$ 1.912,99	\$ 1.912,99
Parcial	\$ 3.300,00	\$ 127.105,55	\$ 132.235,55	\$ 132.400,55	\$ 132.400,55	\$ 128.935,55
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ (3.300,00)	\$ 30.721,11	\$ 37.991,78	\$ 38.052,25	\$ 38.052,25	\$ 41.517,25
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Aportes de capital	\$ 63.621,77	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Parcial	\$ 63.621,77	\$ -				
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						

Pago participación de trabajadores		\$ -	\$ 3.771,42	\$ 4.664,94	\$ 4.664,94	\$ 4.664,94
Pago de impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ 4.701,70	\$ 5.815,63	\$ 5.815,63	\$ 5.815,63
ACTIVOS FIJOS						
CONSTRUCCIONES	\$ 13.652,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EQUIPOS	\$ 13.099,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
HERRAMIENTAS	\$ 2.160,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MUEBLES Y ENSERES	\$ 6.300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 2.900,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.900,00	\$ -
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 14.657,39					
Parcial	\$ 52.768,39	\$ -	\$ 8.473,12	\$ 10.480,57	\$ 13.380,57	\$ 10.480,57
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 10.853,38	\$ -	\$ (8.473,12)	\$ (10.480,57)	\$ (13.380,57)	\$ (10.480,57)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$ 7.553,38	\$ 30.721,11	\$ 29.518,66	\$ 27.571,68	\$ 24.671,68	\$ 31.036,68
H. SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 7.553,38	\$ 38.274,49	\$ 67.793,15	\$ 95.364,83	\$ 120.036,51
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$ 7.553,38	\$ 38.274,49	\$ 67.793,15	\$ 95.364,83	\$ 120.036,51	\$ 151.073,19
REQUERIMIENTOS DE CAJA	-	\$ 10.592,13	\$ 11.019,63	\$ 11.033,38	\$ 11.033,38	\$ 10.744,63

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

El flujo neto es positivo cada año, la caja también aumenta año a año, la empresa es líquida, no tiene necesidad de financiamiento

2.6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

2.6.1 TIR

De acuerdo al análisis financiero la tasa interna de retorno que presenta el proyecto es de 38,23%, este porcentaje es bastante bueno ya que el porcentaje de costo de oportunidad representa un 12% y el proyecto está generando un 26,23% más de lo que se solicita. El 12% implica que se está cubriendo el requerimiento de riesgo por el proyecto y además se mantiene el poder adquisitivo, es decir que el proyecto está siendo más eficiente y rentable que lo mínimo requerido.

2.6.2 VAN

El Valor actual neto que se obtuvo es positivo con un total de \$53.873,84, que representa el beneficio que se ha generado, después de haber recuperado el valor de la inversión.

2.6.3 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión será de 2 años 3 meses, aproximadamente en la mitad del tiempo de duración del proyecto.

2.6.4 Índices financieros

Tabla 42

Índices financieros – Composición de Activos

PERIODO	2	3	4	Promedio
<i>Activo corriente/activos totales</i>	50,40%	66,30%	76,50%	64,40%
<i>Activo fijo/activos totales</i>	36,90%	26,10%	19,20%	27,40%
<i>Activo diferido/activos totales</i>	12,70%	7,60%	4,30%	8,20%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

La tabla 42 indica que de los activos totales el activo corriente representa un 64,40%, siendo el de mayor valor; el activo fijo un 27,40% y el activo diferido un 8,20%.

Tabla 43

Índices financieros – Apalancamiento

PERIODO	2	3	4	Promedio
<i>Pasivos totales/activos totales</i>	13,10%	12,40%	10,50%	12,00%
<i>Patrimonio/activos totales</i>	86,90%	87,60%	89,50%	88,00%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

Los pasivos totales sobre los activos totales representan el endeudamiento del activo, el proyecto presenta un valor positivo debido a que existe un elevado grado de independencia frente a sus acreedores y el patrimonio sobre los activos totales, que representa el apalancamiento financiero, muestra al proyecto tiene una estructura bastante sólida, debido a que no existe necesidad de financiamiento por terceros, por lo tanto tiene capacidad de financiamiento propio durante toda la duración del proyecto.

Tabla 44*Índices financieros – Composición de Costos y Gastos*

PERIODO	2	3	4	Promedio
<i>Costos directos/costos y gastos totales</i>	65,50%	66,00%	66,00%	65,90%
<i>Costo de ventas/costos y gastos totales</i>	81,00%	81,30%	81,30%	81,20%
<i>Costo materia prima/costos y gastos totales</i>	31,50%	32,60%	32,60%	32,20%
<i>Costo mano obra directa/costos y gastos totales</i>	34,00%	33,50%	33,50%	33,70%
<i>Total remuneraciones/costos y gastos totales</i>	57,50%	56,60%	56,60%	56,90%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

Del total de costos y gastos se puede ver que los costos directos son un componente importante, la parte del negocio está concentrada en este rubro, por lo que se debe tener cuidado, sin embargo, siguen siendo importantes las variables de materia prima y mano de obra, que a pesar de no ser sensibles, igualmente tienen un porcentaje representativo sobre los costos y gastos totales.

Tabla 45*Índices financieros – Liquidez*

PERIODO	2	3	4	Promedio
<i>Flujo operacional</i>	\$ 30.721,11	\$ 37.991,78	\$ 38.052,25	\$ 35.588,38
<i>Flujo no operacional</i>	\$ -	(\$ 8.473,12)	(\$ 10.480,57)	(\$ 6.317,90)
<i>Flujo neto generado</i>	\$ 30.721,11	\$ 29.518,66	\$ 27.571,68	\$ 29.270,48
<i>Saldo final de caja</i>	\$ 38.274,49	\$ 67.793,15	\$ 95.364,83	\$ 67.144,16
<i>Requerimientos de recursos frescos</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Capital de trabajo</i>	\$ 34.475,70	\$ 62.047,38	\$ 89.619,06	\$ 62.047,38
<i>Índice de liquidez (prueba ácida)</i>	3,85	5,35	7,28	5,5
<i>Índice de solvencia</i>	3,54	5,09	7,02	5,21

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

- Un flujo operacional positivo representa que el negocio es rentable y permite cubrir los gastos operativos y por lo tanto generar utilidad.
- Caja siempre es positivo, no hay endeudamiento significativo para el negocio.
- En requerimiento de recursos frescos no se presentan valores debido a que el proyecto no necesita créditos de corto plazo.
- Los índices de liquidez y solvencia indican que el proyecto es bastante líquido, no hay concentración en inventario

Tabla 46
Índices financieros – Retorno

PERIODO	2	3	4	Promedio
<i>Coficiente beneficio/costo</i>	1,81			
<i>Utilidad neta/patrimonio (ROE)</i>	20,76%	20,43%	16,97%	19,39%
<i>Utilidad neta/activos totales (ROA)</i>	18,04%	17,90%	15,18%	17,04%
<i>Utilidad neta/ventas</i>	10,27%	12,10%	12,10%	11,49%
<i>Punto de equilibrio</i>	63,07%	57,99%	57,99%	59,69%

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

Los beneficios son mayores a los costos, se está generando beneficio tanto sobre el patrimonio aportado como sobre los activos totales. Después de cubrir todos los costos y gastos el proyecto me genera utilidad y todo lo que sea sobre el 60% de las proyecciones genera rentabilidad.

Tabla 47
Índices financieros – Rotaciones

PERIODO	2	3	4	Promedio
<i>Rotación cuentas por cobrar</i>	36	37	36	36
<i>Rotación de inventarios</i>	12	12	12	12

Fuente: Elaborado por la autora, sobre la base de la investigación (Enero, 2016)

De acuerdo a las rotaciones los índices son bastante buenos, ya que cobro tres veces al mes y mi necesidad de adquisición de inventarios es solamente una vez al mes.

2.6.5 Análisis de sensibilidad

El proyecto es sensible al precio, si el precio del producto baja en un 12% el proyecto presentaría un VAN negativo, es decir que no se recuperaría la inversión. El proyecto no es sensible a las demás variables como la materia prima, la mano de obra y gastos administrativos y de ventas.

2.7 IMPACTOS

2.7.1 Sociales

Se generará empleo para un total de 13 personas, aportando un sueldo total anual de \$78847,56, lo que permitirá aumentar la capacidad adquisitiva de cada uno y al mismo tiempo aportar a la economía del país.

2.7.2 Ambientales

El impacto ambiental que se puede presentar es el ruido, por lo tanto se tendrá que utilizar un material para aislar el sonido, evitando así molestias para las personas que vivan alrededor del negocio y puedan presentar quejas.

CONCLUSIONES

Después de realizar el estudio de mercado del proyecto, se ha llegado a la conclusión de que a pesar de tener una gran cantidad de locales que brinden el mismo servicio existe aún demanda insatisfecha y se podrá cubrir la capacidad total del local sin necesidad de captar la clientela de los demás establecimientos.

El proyecto estará ubicado en un sector privilegiado, siendo el de mayor preferencia para los consumidores, sin embargo, por ser el sector de mayor concurrencia tendrá competencia cercana; ya que existen varias opciones de Café Bar y reconocidos, incluso que han sido mencionados como su local de preferencia en las encuestas realizadas.

Dentro del estudio técnico se elaboraron los distintos planos tanto para la zona VIP como para la zona normal del negocio, en donde se determinó la estructura y la capacidad adecuada para el espacio disponible y el tipo de negocio que se pretende implementar.

Se decidió constituir al negocio como persona natural, por la ventaja de contar con un local propio y capacidad de financiamiento propio, sin embargo, son varios los trámites y requerimientos legales que se deben cumplir para el correcto funcionamiento del mismo.

De acuerdo al análisis financiero el proyecto tiene una estructura bastante sana, durante los distintos periodos de vida del proyecto se obtiene utilidad, no va a ser necesario buscar fuentes de financiamiento, no se presentan deudas, los beneficios son mayores a los costos, es sensible

solamente al cambio de los precios, sin embargo es poco probable que los precios disminuyan con el tiempo, más bien tienden a aumentar, el saldo de caja es siempre positivo y aumenta cada año, por lo tanto el proyecto es bastante líquido, presenta una estructura bastante sólida, el proyecto es viable y factible.

Finalmente después de realizar los estudios de mercado, técnico, administrativo, organizativo, legal y financiero se ha llegado a la conclusión de que el proyecto es factible y viable.

RECOMENDACIONES

- Implementar el proyecto
- Aprovechar un activo que no está siendo utilizado
- Implementar estrategias de marketing, que permitan captar y mantener la acogida de los clientes.
- Trabajar constantemente en captar las necesidades del consumidor respecto al ambiente del local, ya que los consideran que es el aspecto más importante al momento de asistir a este tipo de establecimientos.
- Tener presente que el local debe contar con salidas de emergencia y que al ser un edificio sería de preferencia contar con un ascensor.
- Considerar el tiempo para la obtención de todos los permisos y requisitos necesarios para implementar el proyecto debido a ser un proceso largo.
- De acuerdo al análisis de sensibilidad, se debe controlar que los precios no bajen más de un 10%.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Nacional de Regulación, control y vigilancia sanitaria (2016). Tasas de registro sanitario para los importes a cobrarse por concepto de inscripción, certificaciones y notificaciones sanitarias obligatorias. Recuperado de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Tasas-servicios-Arcsa-2016.pdf>

Código de Trabajo (2013). De la duración máxima de la jornada de trabajo, de los descansos obligatorios y de las vacaciones. Art. 49. Recuperado de <http://www.superley.ec/superley/Legislacion/DERECHO%20LABORAL/C%F3digo%20de%20Trabajo.htm>

Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cuenca (2015). Requisitos para la aprobación del estudio contra incendios. Recuperado de <http://www.bomberos.gob.ec/servicios-a-la-comunidad/Aprobaci%C3%B3n-Estudio-Contra-Incendios/31>

DATAFAST (2015). Afíliate ya. P.O.S. Recuperado de <http://www.datafast.com.ec/afiliate-a-datafast-pos.html>

DATAFAST (2015). P.O.S.: Preguntas frecuentes del dispositivo. Recuperado de

<http://www.datafast.com.ec/preguntas-frecuentes-datafast-pos.html>

GOZA Espresso Bar (2015). Quienes somos: El servicio al cliente una profesión. Recuperado de

INEC (2011). Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico. Recuperado de

<http://www.gozaespresso.com/quienes-somos>

INEC (2011). Encuesta de estratificación del nivel socioeconómico. Recuperado de

[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90)

INEC (2015). Proyección por edades provincias 2010-2020 y nacional. Recuperado de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionale>

LA CIGALE Hostal, Restaurant, Bar (2015). Una empresa responsable: Responsabilidad social,

Responsabilidad ambiental. Recuperado de <http://es-lacigalecuencana.jimdo.com/lacigale-empresa-responsable-1/una-empresa-responsable/>

Ley de Turismo (2015). Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

MAYU Smokehouse & Bakery (2015). Sitio web de Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/mayusmokehouse/timeline>

Ministerio de Turismo del Ecuador (2015). Número de establecimientos registrados en el ministerio de turismo.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2015). Solicitud de registro: Alojamiento, alimentos y bebidas Personas Naturales. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-establecimientos-turisticos/110-registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas>

Municipio de Cuenca (2015). Guía de trámites. Recuperado de http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_guiatra

Naula, P (2011, 3 de noviembre). La diversión nocturna creció al ritmo de la ciudad. *El Tiempo*.

Recuperado de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/82164-la-diversion-nocturna-crecio-al-ritmo-de-la-ciudad/>

PBPLaw (2015). Salario básico unificado y salarios sectoriales para el 2015. Recuperado de

<http://www.pbplaw.com/salario-basico-unificado-sectoriales-2015/>

Quiroz, G (2015, 20 de abril). El trabajador tiene la opción de recibir USD 29,50 al mes por el decimocuarto sueldo. *El Comercio*. Recuperado de

<http://www.elcomercio.com/datos/decimotercero-cuarto-sueldo-trabajadores.html>

Servicio de Rentas Internas (2015). Como obtener el RUC. Recuperado de

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/10055>

Torres, M., & Paz, K. (2006). Tamaño de una muestra para una investigación de mercado:

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la Población. *Universidad*

Rafael Landivar, 11. Recuperado de

http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf

ANEXOS

ENCUESTA:

Se anticipa el agradecimiento por dedicar unos minutos de su tiempo para llenar la siguiente encuesta que tiene como fin conocer su opinión acerca de la creación de un Café Bar – Mirador en la ciudad de Cuenca.

Edad: _____

Sexo: F () M ()

1. ¿Le gustaría que Cuenca cuente con un Café Bar con mirador?

Si ()

No ()

2. ¿Conoce usted la existencia de algún Café Bar con mirador en la ciudad de Cuenca? Si la respuesta es Si colocar por favor el nombre o ubicación del local.

Si ()

Nombre o ubicación del local _____

No ()

3. ¿A qué hora considera usted que aprecia mejor el centro histórico de la ciudad de Cuenca?

Día ()

Tarde ()

Noche ()

4. En una escala del 1 al 4, siendo 1 el más importante y 4 el menos importante: ¿Qué tipo de establecimiento es al que más frecuenta y cuál es su consumo promedio por salida para cada uno de ellos? Si su primera opción es otros, indique por favor el tipo de establecimiento al que más frecuenta.

Bar-Café ()

Restaurante ()

Discoteca ()

Otros () _____

Consumo promedio:

_____ \$

_____ \$

_____ \$

_____ \$

5. **¿Con qué frecuencia acude a un Café Bar? Mencione por favor el nombre del local al que más frecuenta.**

1 vez por semana ()

1 vez cada 15 días ()

1 vez por mes ()

Nombre del Café Bar al que más frecuenta: _____

6. **En una escala del 1 al 4 siendo, siendo 1 el más importante y 4 el menos importante: ¿Qué sector en la ciudad, es de su preferencia al momento de acudir a un centro de ocio y entretenimiento? Si su primera opción es otros, indique por favor el nombre del sector de su preferencia.**

Calle Larga y alrededores ()

Estadio y sus alrededores ()

Av. Remigio Crespo ()

Otros () _____

7. **En una escalada del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante. Al momento de elegir el lugar a asistir, toma más en cuenta:**

Ambiente ()

Seguridad ()

Precios ()

Ubicación ()

Variedad en la carta ()

Parqueo ()

8. **¿Qué medio de comunicación es de su preferencia para recibir publicidad?**

Redes sociales (Facebook, twitter, whatsapp, etc) ()

Volantes ()

Radio ()

Televisión ()

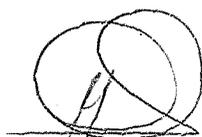
9. **Mencione el tipo de música que le gustaría escuchar al momento de asistir a este tipo de establecimientos**

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la
Administración de la Universidad del Azuay,

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 05 de noviembre de 2015, conoció la petición del (los) estudiante(s) **Daniela Beatriz Alvarez Vivar** con código(s) **62392**, registrado(s) en la Unidad de Titulación Especial, quien(es) denuncia(n) su trabajo de titulación denominado: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFE BAR – MIRADOR EN EL CENTRO HISTORICO DE CUENCA”** en la modalidad: Modelo de negocio y presentado como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial .-El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba la denuncia. Designa como Director(a) a Econ. Cristian Palacios Manzano y como miembro del Tribunal Examinador a Ing. Pablo Bernal Aguirre. De conformidad con el cronograma de la Unidad de Titulación el (los) peticionario(s) debe presentar su trabajo de titulación hasta el 11 de marzo de 2016.

Cuenca, 09 de noviembre de 2015



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración

UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la segunda sustentación parcial del desarrollo del Trabajo de Titulación: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFE BAR – MIRADOR EN EL CENTRO HISTORICO DE CUENCA”**, presentado por el (a)(os)(as) estudiante (s) Daniela Beatriz Alvarez Vivar con código(s) 62392 previa a la obtención del grado de Ingeniero (a)(s) Comercial(es), para el día JUEVES, 11 DE FEBRERO DE 2016 A LAS 19:00

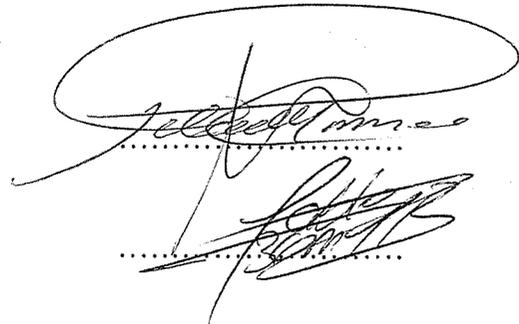
Cuenca, 28 de enero de 2016



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad

Econ. Cristian Palacios Manzano

Ing. Pablo Bernal Aguirre

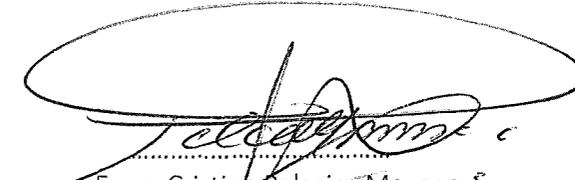


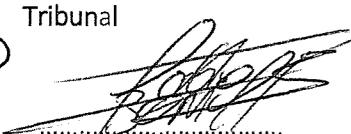


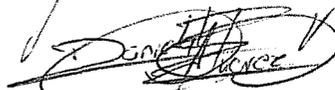
ACTA
SUSTENTACIÓN DEL PRIMER PARCIAL DEL
DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

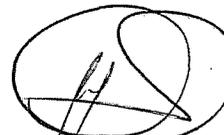
- 1.1 Nombre del estudiante: Daniela Beatriz Alvarez Vivar
Código: 62392
- 1.2 Director sugerido: Econ. Cristian Palacios Manzano
- 1.3 Tribunal: Ing. Pablo Bernal Aguirre
- 1.4 Título aprobado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFE BAR – MIRADOR EN EL CENTRO HISTORICO DE CUENCA"
- 1.5 Porcentaje del avance : 90%
- 1.6 Observaciones:

REVISAR VALOR PREOPERATIVO.


.....
Econ. Cristian Palacios Manzano

Tribunal

.....
Ing. Pablo Bernal Aguirre


.....
Srta. Daniela Beatriz Alvarez Vivar


.....
Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de Facultad

Fecha de sustentación: JUEVES, 11 DE FEBRERO DE 2016 A LAS 19:00

CONVOCATORIA

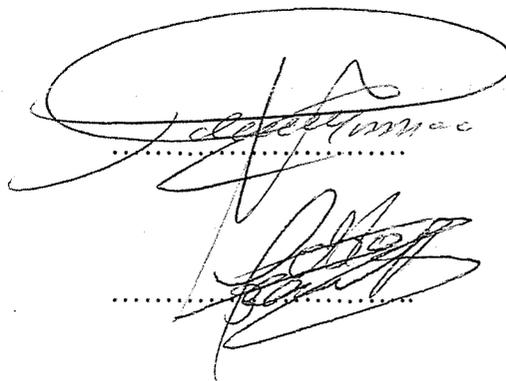
Por disposición de la Junta Académica de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación parcial del desarrollo del Trabajo de Titulación: *Plan de negocios para la creación de un Café Bar - Mirador en el centro histórico de Cuenca*, presentado por la (el)(los) estudiante(s) ALVAREZ VIVAR DANIELA BEATRIZ, con código 62392, previa a la obtención del grado de Ingeniero (a) (s) Comercial (es), para el día 16/12/2015, a las 19:00.

Cuenca, 07 de diciembre de 2015



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaría de la Facultad

Econ. Christian Palacios Manzano



Ing. Pablo Bernal Aguirre

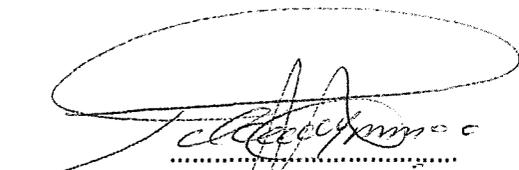
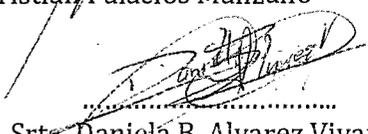
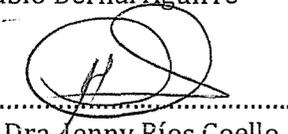


**ACTA
SUSTENTACIÓN DEL PRIMER PARCIAL DEL
DESARROLLO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

- 1.1 **Nombre del estudiante:** ALVAREZ VIVAR DANIELA BEATRIZ
Código 62392
- 1.2 **Director sugerido:** Econ. Christian Palacios Manzano
- 1.3 **Tribunal:** Ing. Pablo Bernal Aguirre
- 1.4 **Título aprobado:** : Plan de negocios para la creación de un Café Bar - Mirador en el centro histórico de Cuenca
- 1.5 **Porcentaje del avance :** 50%

1.6 Observaciones:

- Responsable de dar seguimiento a las modificaciones:

 Econ. Christian Palacios Manzano	Tribunal	 Ing. Pablo Bernal Aguirre
 Srta. Daniela B. Alvarez Vivar		 Dra. Jenny Ríos Coello Secretaria de Facultad

Fecha de sustentación: Miércoles, 16/12/2015, a las 19:00 PM

Cuenca, 04 de noviembre de 2015

Oficio: EA-739-2015-UDA

Ingeniero

XAVIER ORTEGA

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

Ciudad.

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por ALVAREZ VIVAR DANIELA BEATRIZ, tema: "Plan de negocios para la creación de un Café Bar - Mirador en el centro histórico de Cuenca", informa que, informa que, este trabajo cuenta con la aceptación del Tribunal designado.

La Junta Académica considera que la documentación cumple con las normas legales y reglamentarias de la Universidad, por lo tanto pone en conocimiento del Consejo de Facultad y sugiere su aprobación

Atentamente,



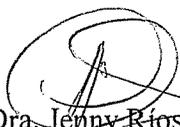
ING. MARIA JOSE GONZALEZ

Presidente de la Junta de Administración

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: *“Plan de negocios para la creación de una Café Bar – Mirador en el centro histórico de Cuenca”*, presentado por la estudiante Alvarez Vivar Daniela Beatriz, con código **62392**, previa a la obtención del grado de Ingeniero Comercial, para el día **MIÉRCOLES 28 DE OCTUBRE DE 2015 A LAS 19H00.**

Cuenca, 27 de octubre de 2015

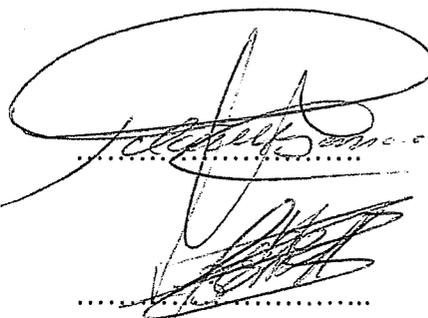


Dra. Jenny Rios Coello
Secretaria de la Facultad

Ing. Cristian Palacios Manzano



Econ. Pablo Bernal Aguirre





ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: ALVAREZ VIVAR DANIELA BEATRIZ
Código: 62392
- 1.2 Director sugerido: Ing. Cristian Palacios Manzano
- 1.3 Codirector (opcional): _____
- 1.4 Tribunal: Ing. Pablo Bernal Aguirre
- 1.5 Título propuesto: (Modelo de Negocio) "Plan de Negocios para la creación de un café Bar-Mirador en el centro Histórico de Cuenca".
- 1.6 Resolución:

1.6.1 Aceptado sin modificaciones _____

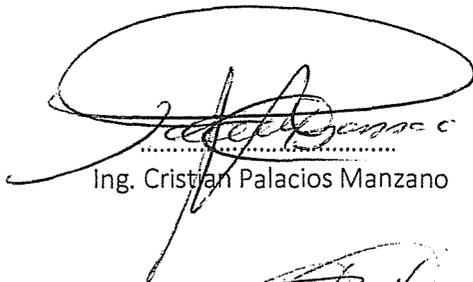
1.6.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

colocar parte 2.8.2 Impacto Ambiental.

1.6.3 Responsable de dar seguimiento a las modificaciones:

1.6.4 No aceptado

• Justificación:



Ing. Cristian Palacios Manzano

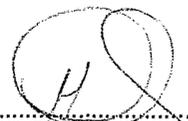
Tribunal



Ing. Pablo Bernal Aguirre



Srta. Daniela Alvarez Vivar



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de Facultad

Fecha de sustentación: Miércoles, 28 de octubre de 2015.



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: Daniela Beatriz Alvarez Vivar
Código 62392
- 1.2 Director sugerido: Ing. Cristian Palacios
- 1.3 Codirector (opcional):
- 1.4 Título propuesto: "Plan de negocios para la creación de una Café Bar – Mirador en el centro histórico de Cuenca"
- 1.5 Revisores (tribunal): Ing. Pablo Bernal
- 1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	/			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	/			
3. ¿Es conciso?	/			
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	/			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	/			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	/			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	/			
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/			
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?	/			
11. ¿Es factible de verificación?	/			
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	/			
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/			



1. Protocolo/Rúbrica

Objetivos específicos				
14. ¿Concuerdan con el objetivo general?	/			
15. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/			
Metodología				
16. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/			
17. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/			
18. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/			
19. ¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?	/			
Resultados esperados				
20. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/			
21. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	/			
22. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	/			
23. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	/			
Supuestos y riesgos				
24. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?	/			
25. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	/			
Presupuesto				
26. ¿El presupuesto es razonable?	/			
27. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	/			
Cronograma				
28. ¿Los plazos para las actividades son realistas?	/			
Referencias				
29. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	/			
Expresión escrita				
30. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	/			
31. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	/			

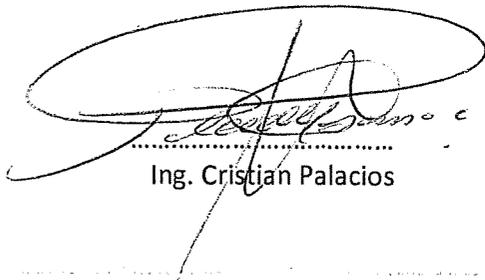


1. Protocolo/Rúbrica

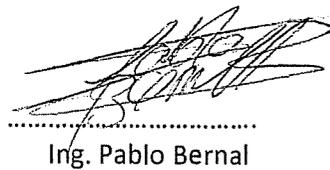
(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.

COLOCAN IMPACTO AMBIENTAL.



Ing. Cristian Palacios



Ing. Pablo Bernal

Cuenca, 22 de octubre de 2015
Oficio: EA-718-2015-UDA

Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

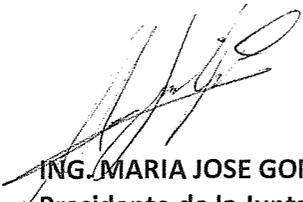
De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por ALVAREZ VIVAR DANIELA BEATRIZ, tema: "Plan de negocios para la creación de un Café Bar - Mirador en el centro histórico de Cuenca", informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la Guía de la Unidad de Titulación Especial de la carrera de Administración de Empresas.

Tutor sugerido: Cristian Palacios

Tribunal sugerido: Pablo Bernal

Atentamente,



ING. MARIA JOSE GONZALEZ
Presidente de la Junta de Administración

Cuenca, 4 de noviembre de 2015

Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

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

Respetado Ingeniero,

El suscrito Economista Christian Palacios Manzano informo que he revisado los cambios realizados al protocolo del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, denominado “Plan de Negocios para la creación de un Café Bar – Mirador en el centro histórico de Cuenca”, realizado por la estudiante Daniela Beatriz Álvarez Vivar, con código de estudiante 62392, trabajo que según mi criterio puede continuar su desarrollo planificado.

Sin otro particular, me suscribo.

Atentamente,



Eco. Christian Palacios Manzano

Cuenca, 4 de noviembre de 2015

Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

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

De mi consideración:

Yo Daniela Beatriz Álvarez Vivar, con cédula de identidad #0105266423 y código estudiantil 62392, estudiante egresada en Administración de Empresas, con un cordial saludo me dirijo a usted para solicitarle de la manera más comedida, proceda con el trámite de aprobación de mi protocolo de la Unidad de Titulación Especial con el título: "Plan de negocios para la creación de un Café Bar – Mirador en el centro histórico de Cuenca", el mismo que tiene como director sugerido al Eco. Christian Palacios Manzano.

Segura de contar con su favorable acogida le anticipo mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



Daniela Beatriz Álvarez Vivar

Código estudiantil: 62392

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración

Protocolo de trabajo de titulación

Título: Plan de Negocios para la creación de un Café Bar -

Mirador en el centro histórico de Cuenca

Nombre de la estudiante:

Daniela Beatriz Álvarez Vivar

Director sugerido:

Econ. Christian Palacios Manzano, MAE

Cuenca – Ecuador

2015

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre de la estudiante: Álvarez Vivar Daniela Beatriz

1.1.1 Código: 62392

1.1.2 Contacto:

Teléfono Convencional: 072827110

Celular: 0984849150

Correo Electrónico: dannyalvarez_20@hotmail.com

1.2 Director sugerido: Palacios Manzano, Christian Andrés, Economista

1.2.1 Contacto:

Teléfono Convencional: 072459588

Celular: 0987963038

Correo Electrónico: capalaciosm@hotmail.com

1.3 Co-director sugerido:

1.3.1 Contacto:

1.4 Asesor metodológico:

1.5 Tribunal designado:

1.6 Aprobación:

1.7 Línea de Investigación de la carrera: Emprendimiento, Formulación y Gestión de Proyectos

1.7.1 Código UNESCO: 5311.97

1.7.2 Tipo de trabajo:

A: Modelo de Negocio

B: Investigación formativa

1.8 Área de estudio: Elaboración de Proyectos

1.9 Título propuesto: Plan de Negocios para la creación de un Café Bar – Mirador en el centro histórico de Cuenca.

1.10 Subtítulo:

1.11 Estado del proyecto: Nuevo

2. CONTENIDO:

2.1 Motivación de la investigación:

La idea de la creación de un Café Bar - Mirador en la ciudad de Cuenca nace debido a que se ha encontrado la oportunidad de hacer uso de un inmueble propio que está ubicado en un lugar estratégico y en donde se podrá implementar dicho servicio, ya que ofrece una excelente vista de la ciudad de Cuenca, además de estar ubicado en el centro histórico, en la zona donde se encuentran varios centros de ocio y entretenimiento y sobretodo el hecho de que a pesar de la gran cantidad de lugares que ofrezcan el servicio de bares, no se conoce la existencia de alguno que ofrezca una vista de la ciudad.

2.2 Problemática:

Actualmente en la ciudad de Cuenca a pesar del turismo que tenemos y del número de bares existentes, no se conoce la existencia de un Café Bar – Mirador y menos aún si se ha elaborado un estudio de mercado para identificar la factibilidad de implementar este tipo de servicio, por lo que se ha encontrado la oportunidad de realizar el plan de negocios para la creación de un Café Bar- Mirador, ya que se cuenta con un inmueble en donde se ha identificado un costo de oportunidad por no hacer uso del mismo.

2.3 Pregunta de investigación:

¿Un adecuado plan de negocios permitirá implementar un Café Bar – Mirador en el centro histórico de la ciudad de Cuenca?

2.4 Resumen:

Debido a que no se conoce sobre la elaboración de un plan de negocios para implementar un Café Bar – Mirador en la ciudad de Cuenca y también por haber identificado un costo de oportunidad por no hacer uso de un inmueble propio en donde se podrá ofrecer este servicio, se ha visto la necesidad de desarrollar un plan de negocios siendo el objetivo general elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Café Bar – Mirador y para esto se harán los respectivos estudios del mercado, técnico administrativo, legal, económico y la evaluación financiera del proyecto con el fin de conocer si el proyecto es factible o no.

2.5 Estado del Arte y marco teórico:

Durante la carrera de Administración de Empresas se han ido adquiriendo conocimientos necesarios para la elaboración de un plan de negocios; materias como: Investigación de Mercados, Administración de la Producción, Planificación estratégica, Elaboración y Evaluación de Proyectos son claves para desarrollar correctamente un plan de negocios en donde se pueden aplicar herramientas para el desarrollo de cada etapa del mismo, empezando desde el análisis del mercado, en donde se conocerá todo lo referente a la oferta y demanda del producto o servicio a ofrecer, seguido por el estudio técnico que servirá para establecer el funcionamiento de los procesos, la capacidad disponible, las herramientas y equipos necesarios, entre otros, además que como parte primordial será necesaria la planificación estratégica ya que con las exigencias actuales del consumidor y para tener acogida por ellos, se debe ofertar ideas innovadoras y creativas aplicando nuevas herramientas y teorías; y por último hacer uso también de herramientas para realizar el análisis financiero con el fin de determinar si el proyecto será factible o no.

En la actualidad las ideas que nacen para la creación de un plan de negocios se debe a oportunidades encontradas por la falta de explotación en ciertos nichos de mercado, una idea para un plan de negocios debe ser innovadora, creativa, que se distinga entre los planes de negocios ya existentes debido a la alta demanda y exigencia del consumidor. “Un modelo de negocios describe la lógica de cómo una organización crea, entrega, y captura valor.”

(Osterwalder & Pigneur, 2010, p.3), la creación de valor al momento de diseñar un plan de negocios es esencial si se quiere llegar al consumidor así como indica Faine (2010) en donde menciona que el crecimiento de la sociedad y satisfacción de la necesidad de los consumidores van a depender de la innovación y que esta será un objetivo estratégico para obtener la creación de valor.

Mejía y Sánchez (2014), mencionan también la importancia de la innovación en los modelos de negocios para crear ventaja competitiva en donde indican que: “El avance de la tecnología, la regulación, el descubrimiento de nuevos nichos de mercado entre otros, forzan a las firmas a hacer una revisión permanente de sus modelos de negocios.” (p.20)

Existe una teoría interesante mencionada por Osterwalder y Pigneur (2010), que nos indica nueve pilares que se deben tomar en cuenta al momento de diseñar un modelo de negocios, empezando desde la selección del grupo de personas u organizaciones a las cuales va dirigido nuestro producto, seguido por la creación de valor que es la que hace que los clientes elijan a una empresa sobre otra, la correcta comunicación y puntos de contacto, es decir, los canales de distribución, de estos pilares se podrá determinar las fuentes de ingreso, es decir la rentabilidad que podría generar cada segmento de mercado seleccionado; seguimos con el análisis de la relación con los clientes, los recursos, actividades y sociedades claves para hacer que el modelo

de negocios funcione correctamente y finalmente la estructura de los costos de todos los puntos anteriores con el fin de determinar si dicho modelo será factible o no.

Casadesus y Ricart (2010) definen un modelo de negocios, como el conjunto de elecciones que se realizan en la empresa y las consecuencias de dichas elecciones, éstas elecciones hacen referencia a los elementos utilizados y a la forma en la que la empresa realizará sus operaciones y las consecuencias pueden ser tanto rígidas como flexibles, las rígidas se refieren a aquellas que pueden persistir en el tiempo como por ejemplo la reputación, la acogida de la marca, mientras que las flexibles son las cambiantes en el tiempo como los costos. Por lo tanto, en base a éste concepto, al momento de diseñar un modelo de negocios se deben analizar detenidamente todos los elementos, medios y herramientas para poner en marcha al negocio y analizar también la forma en que se manejarán cada uno de ellos con el fin de que el proyecto sea sostenible y sustentable en el tiempo, es decir, tener elecciones correctas y así obtener consecuencias positivas.

2.6 Hipótesis:

Si se realiza un adecuado plan de negocios, entonces se podrá implementar un Café Bar – Mirador en el centro histórico de la ciudad de Cuenca

2.7 Objetivo general:

Elaborar un estudio de Factibilidad para la creación de un Café Bar- Mirador en el centro histórico de la ciudad de Cuenca.

2.8 Objetivos específicos:

- Elaborar los estudios de mercado, técnico, administrativo y legal.
- Realizar el estudio económico y la evaluación financiera del proyecto.

2.9 Metodología:

La presente investigación será aplicada, debido a que se emplearán los conocimientos adquiridos a los largo de la carrera de Administración de empresas, será también una investigación de campo, ya que se hará un seguimiento para conocer las condiciones del mercado de bares en la ciudad de Cuenca.

Por el alcance será una investigación exploratoria ya que se realizará un estudio para determinar la factibilidad de implementar en el mercado este tipo de servicio.

El enfoque de la investigación será cualitativo y cuantitativo ya que se utilizaran variables de gustos y preferencias del consumidor además del uso de herramientas como la estadística con el fin de tabular y conocer el número de consumidores potenciales.

Técnicas:

Se utilizará para realizar la investigación la observación directa con el fin de obtener información acerca de la ubicación, la infraestructura de los bares en Cuenca, como funcionan, que productos ofrecen, cuales son los lugares más concurrentes, entre otras características de los mismos y se realizará el respectivo fichaje de la información recopilada.

Se realizará un grupo focal para así obtener información sobre la acogida que podría tener el servicio, en el cual se diseñará una guía que contará con una lista de preguntas que se las

realizará a nueve personas, hombres y mujeres entre 21 y 30 años de edad sobre sus gustos, preferencias, la opinión sobre la ubicación del local, entre otras.

Después de obtener toda la información necesaria, se elaborarán las respectivas proyecciones financieras y se determinará la factibilidad o no del proyecto.

2.9 Alcances y resultados esperados:

Será un documento que contenga el diseño del plan de negocios para la creación de un Café Bar-Mirador en el centro histórico de la ciudad de Cuenca, que constará del estudio de mercado, técnico administrativo, legal y económico y su evaluación financiera con el fin de conocer si el proyecto será factible o no.

2.11 Supuestos y riesgos:

Ninguno

2.12 Presupuesto:

RUBRO - DENOMINACIÓN		COSTO	JUSTIFICACIÓN
1	Internet	\$ 60,00	Para realizar consultas referentes al proyecto
2	Teléfono	\$ 30,00	Realización de llamadas para consulta con expertos
3	Transporte	\$ 80,00	Movilización dentro de la ciudad para realizar investigaciones y consultas
4	Equipo de computación	\$ 300,00	Para la elaboración del proyecto
5	Energía eléctrica	\$ 5,00	Para el uso del equipo de computación
6	Impresiones	\$ 80,00	Para impresiones de borradores y presentación final
7	Útiles de oficina	\$ 10,00	Para la elaboración de los documentos del proyecto
8	Imprevistos	\$ 60,00	
TOTAL		\$ 625,00	

2.13 Financiamiento:

Financiado por la autora

2.14 Esquema tentativo:

INTRODUCCION:

Visión

Misión

Objetivos Estratégicos

Capítulo I: Formulación del Proyecto

1.1 Perfil del proyecto

1.2 Análisis del mercado:

1.2.1 Servicio

1.2.2 Oferta

1.2.3 Competencia directa e indirecta

1.2.4 Demanda

1.2.5 Precio

1.2.6 Comercialización

1.2.7 Estrategias de Marketing

1.2.8 Políticas de cobro y pago

1.3 Estudio técnico:

1.3.1 Estructura adecuada

1.3.2 Análisis de disponibilidad de insumos y materias primas

1.3.3 Análisis de capacidad

1.3.4 Análisis de la ubicación

1.3.5 Proceso

1.3.6 Equipos, muebles y enseres

1.3.7 Talento humano

1.3.8 Costos

1.4 Estudio organizativo, administrativo y legal:

1.4.1 Tamaño de la estructura organizativa

1.4.2 Tecnología administrativa

1.4.3 Tipo de organización

1.4.4 Permisos

1.4.5 Organigrama

1.4.6 Funciones del personal.

Capítulo II: Estudio económico

2.1 Plan de inversiones y fuentes de financiamiento

2.2 Tablas de amortización y pagos de créditos

2.3 Balance General Proyectado

2.4 Estado de Resultados Proyectados

2.5 Flujo de Caja Proyectado

2.6 Evaluación del proyecto

2.6.1 TIR

2.6.2 VAN

2.6.3 Periodo de recuperación de inversión

2.6.4 Índices financieros

2.6.5 Análisis de sensibilidad

2.7 Resumen ejecutivo

2.8 Impactos:

2.8.1 Sociales

2.8.2 Ambientales

Conclusiones y Recomendaciones

Referencias Bibliográficas

2.15 Cronograma:

OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDADES	RESULTADOS ESPERADOS	TIEMPO
1. Elaborar los estudios de mercado, técnico, administrativo y legal	1.1. Determinar el perfil del proyecto	Proyecto Formulado	1 semana
	1.2. Elaborar el análisis del mercado		2 semanas
	1.3. Realizar el estudio técnico del proyecto		4 semanas
	1.4. Realizar el estudio organizativo, administrativo y legal		3 semanas
2. Realizar el estudio económico y la evaluación financiera del proyecto.	2.1. Elaborar los balances del proyecto	Establecer la factibilidad del proyecto	3 semanas
	2.2. Efectuar la evaluación financiera del proyecto		2 semanas
	2.3. Identificar los impactos que podría tener el proyecto		1 semana
TIEMPO TOTAL			16 semanas

2.16 Referencias:

-Casadesus y Ricart (2010). From Strategy to Business Models and onto Tactics. Recuperado

de: http://www.businessmodelcommunity.com/fs/Root/8oex1-Casadesus_et_Ricart.pdf

-Faine, I. (2010). La innovación, vector de creación de valor. Recuperado de:

<http://search.proquest.com/docview/762591265?accountid=36552>

-Mejía y Sanchez (2014). Factores determinantes de la innovación del modelo de negocios en la creación de ventaja competitiva. *Revista Del Centro De Investigación. Universidad La Salle*, 11(42), 105-128

-Osterwalder y Pigneur (2010). Generación de Modelos de Negocios. Recuperado de:

[http://www.seescyt.gov.do/baseconocimiento/PRESENTACIONES%20TALLER%20DE%20EMPREDURISMO/Generacion de Modelos de Negocios.pdf](http://www.seescyt.gov.do/baseconocimiento/PRESENTACIONES%20TALLER%20DE%20EMPREDURISMO/Generacion%20de%20Modelos%20de%20Negocios.pdf)

2.17 Anexos:

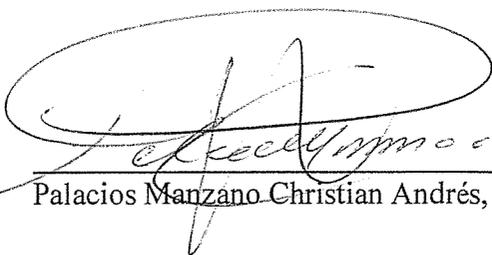
Ninguno

2.18 Firmas de responsabilidad:



Álvarez Vivar Daniela Beatriz

2.19 Firma de responsabilidad:



Palacios Manzano Christian Andrés, Economista

2.20 Fecha de entrega: