



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Trabajo de fin de carrera:

“Estudio de Factibilidad para la instalación de una Librería – Cafetería en el Sector Norte de la ciudad de Quito.”

Elaborado por:

VALERIA ALEXANDRA ROBAYO PARREÑO

Director:

ECO. CHRISTIAN GONZÁLEZ

Como requisito para la obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL CON MENCIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Quito, septiembre 2011

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo Valeria Alexandra Roabayo Parreño, con cédula de identidad No 1719040295, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

Valeria Alexandra Robayo Parreño

C.I.: 1719040295

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado
**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA LIBRERÍA –
CAFETERÍA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.**

Realizado por la alumna

VALERIA ALEXANDRA ROBAYO PARREÑO

Como requisito para la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL CON MENCIÓN EN NEGOCIOS

INTERNACIONALES

Ha sido dirigido por el profesor

ECO. CHRISTIAN GONZÁLES

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor.

ECO. CHRISTIAN GONZÁLES

Director

Los profesores informantes:

Lcdo. Milton Jurado

Lcda. Fabiola Salvador

Después de de revisar el trabajo escrito presentado,
lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador

Lcdo. Milton Jurado

Lcda. Fabiola Salvador

QUITO, SEPTIEMBRE 2011

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis abuelitos Miguel Angel (+) y Eugenia, que con su ternura y cariño siempre están pendientes de toda la familia.

A mis padres quienes siempre me han apoyado y ayudado para cumplir mis metas y sueños.

Valeria

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ayudarme, bendecirme e iluminar cada día de mi vida y permitir que paso a paso alcance mis sueños y propósitos.

Agradezco a mis padres que con mucho esfuerzo, amor y apoyo hicieron todo lo posible por ayudarme a cumplir esta gran meta.

Agradezco a mi director el Economista Christian Gonzáles, que con su ayuda invaluable permitió que este trabajo se lleve a cabo con éxito.

Valeria

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo que se presenta a continuación se trata de estudiar y analizar la factibilidad de instalar un negocio en el sector norte de la ciudad de Quito que combine dos servicios a la vez, en este caso una librería y cafetería; para lo cual, se realizará un proceso que abarca varios puntos que permiten establecer si el proyecto puede llevarse a cabo o no.

El primer paso es realizar un plan de investigación que permite establecer el problema que se ha encontrado en el mercado, y hallar la solución al mismo; que en este caso es la implementación del negocio; hay que mencionar que dicho problema es la principal razón de realizar toda la investigación. La descripción de la empresa y sus servicios se describen en una breve introducción, concretando lo que se quiere lograr con el proyecto, y las metas adicionales que se espera alcanzar, lo que se puede observar en el planteamiento del objetivo general y los específicos.

El siguiente paso es realizar el Estudio de Mercado en el cual se analiza la demanda y oferta del mercado para el negocio planteado, en la demanda se identifica la aceptación del negocio en los clientes potenciales a través de una encuesta, también se define el tamaño de mercado al que se quiere llegar, de igual manera se estudia el comportamiento, gustos y preferencias a la hora de escoger un lugar de este estilo. En el caso de la oferta se realiza un estudio a profundidad de la competencia directa e indirecta del negocio, su funcionamiento, y el producto que ofrecen. Se puede establecer la concurrencia y opinión que tienen las personas de estos lugares con la aplicación de una encuesta. Adicionalmente, se analiza el marketing mix; donde se detalla el producto, el precio, la plaza y la promoción; y se especifican los canales de comercialización. Esto permite tener un conocimiento amplio de la situación del mercado.

Posteriormente, se identifico la parte técnica y legal, esto significa definir el organigrama estructural de la empresa, donde se especifica las funciones de cada uno de los puestos; y se detalla los requisitos legales para implementar un negocio de este tipo. En la parte técnica

se puntualiza el tamaño de la empresa; esto contempla el aspecto físico, la capacidad instalada y la producción; de igual forma se establece el proceso de producción y atención al cliente; lo que implica definir los materiales, insumos, equipos y mano de obra que se requiera para su funcionamiento; es decir se establece como se constituirá la empresa, la instalación de la misma y su funcionamiento.

Por último se realiza el estudio económico y financiero del proyecto, donde en base a los datos obtenidos en los estudios anteriores se establece la inversión que se necesita para iniciar el negocio, y su forma de financiamiento. También se puede identificar los ingresos que se generarían en el negocio y su utilidad a través del flujo de caja y el estado de resultados. En la evaluación económica se analiza los datos antes mencionados con el VAN, la TIR y el periodo de recuperación, lo que permitirá conocer si el proyecto es viable.

SUMARY

The work present here is to study and analyze the feasibility of establishing a business in the north of Quito with the combined of two services at once, in this case, bookstore and cafeteria, for which will be process that involves several points that establish whether the project is feasible or not.

The first step is to make a research plan that allows to set the problem that has been found in the market, and find the solution to it; in this case is the implementation of the business, we should mention that this problem is the main reason to do all the research. The description of the company and its services are described in a brief introduction, so it describes what wants to achieve with the project and additional targets to be achieved, which can be seen covered in the statement of general and specific objective.

The next step is to perform the Market Study which analyzes the market demand and supply for the business established, with the study of the demand we can identify the acceptance of potential business customers through a survey, also defines the market size that will be targeted, just as we study the behavior, tastes and preferences in choosing a business of this style. In the case of the offer we have to make an in-depth study of the direct and indirect competition of the business; their operation, and the product they offer. We can set the frequency of visits and people's opinion of these places with the application of a survey. In addition, we also analyze the marketing mix, which details the product, price, place and promotion; and channels of commercialization are specified. This allows to having the knowledge of market conditions.

Then we analyze the technical and legal part, it means to define the organizational structure of the company, which specifies the functions of each of the positions, and detailed legal requirements for implementing a business of this type. On the technical side is pointed out the size of the company, this includes the physical area, the installed capacity and production, and likewise down the production process and customer service, which

involves defining the materials, supplies, equipment and manpower required for operation. Therefore the plant designs as micro and macro business location are establish, it means this is established as will be the company, its installing and its works.

Finally we make the economic and financial study of the project, where based on data from previous studies we can established the investment needed to start the business, and its form of financing. We can also identify the income that the business would give, and its profits through cash flow and income statement. In the economic evaluation we analyze the aforementioned data with NPV, IRR and payback period, which will reveal whether the project is viable.

ÍNDICE

ÍNDICE.....	ix
INDICE DE TABLAS.....	xii
LISTA DE CUADROS.....	xiv
LISTA DE GRÁFICOS.....	xvi
CAPITULO I.....	1
1. PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Tema de Tesis.....	1
1.2 Introducción.....	1
1.3 Planteamiento del Problema.....	2
1.4 Formulación del objetivo general.....	3
1.5 Formulación de los objetivos específicos.....	3
1.6 Justificación de la Investigación.....	4
1.7 Marco Teórico y Conceptual.....	4
1.7.1 Marco Teórico.....	4
1.7.2 Marco Conceptual.....	13
1.8 Diseño de la Investigación.....	16
1.9 Hipótesis de la Investigación.....	16
1.10 Delimitación de la investigación y alcance.....	17
1.11 Metodología y Fuentes de Datos.....	17
CAPITULO II.....	18
2. Estudio de Mercado.....	18
2.1 Conceptualización y Objetivo del Estudio de Mercado.....	18
2.2 Análisis de la Demanda.....	20
2.2.1 Demanda Pasada.....	20
2.2.2 Demanda Presente.....	22
2.2.3 Demanda Futura.....	41
2.3 Análisis de la Oferta.....	42
2.3.1 Oferta Pasada.....	43

2.3.2	Oferta Presente	44
2.3.3	Oferta Futura	66
2.4	Plan de Marketing Mix	67
2.4.1	Producto	68
2.4.2	Precio.....	72
2.4.3	Plaza	73
2.4.4	Promoción	73
2.5	Canales de Comercialización.....	74
CAPÍTULO III		75
3.	Estudio Técnico, Administrativo y Legal.....	75
3.1	Estructura administrativa	75
3.1.1	Misión, Visión y Valores Corporativos.....	75
3.1.2	Organigrama Estructural.....	76
3.2	Marco Legal y Requisitos para abrir un local de Servicios	79
3.3	Conceptualización y Objetivo del Estudio de Técnico	88
3.4	Tamaño del Proyecto	89
3.5	Localización del proyecto: macro y micro.....	93
3.5.1	Macro – Localización	93
3.5.2	Micro-Localización	94
3.6	Proceso de Producción.....	95
3.6.1	Requerimiento de: insumos y materiales, maquinaria y equipos, mano de obra.....	99
3.6.2	Determinación de las fases de operación	105
CAPITULO IV		106
4.	Estudio Económico-Financiero	106
4.1	Conceptualización y Objetivo del Estudio Económico-Financiero	106
4.2	Análisis Financiero	108
4.2.1	Inversiones: fija y pre-operativa	108
4.2.1.1	Inversión Fija.....	108
4.2.1.2	Inversión Pre-Operativa.....	115
4.2.3	Capital de Trabajo	116
4.2.4	Financiamiento del Proyecto	118

4.2.5	Costos Fijos y Variables	120
4.2.5.1	Costos Fijos	121
4.2.5.2	Costos Variables	122
4.2.6	Gastos Administrativos y Financieros	127
4.2.6.1	Gastos Administrativos	128
4.2.6.2	Gastos Financieros.....	132
4.2.7	Ingresos del Proyecto	133
4.2.7.1	Ingresos Esperados:.....	136
4.2.8	Punto de Equilibrio	137
4.2.8.1	Punto de Equilibrio Esperado	138
4.2.9.	Evaluación Financiera	139
4.2.9.1	Flujos de Caja Esperado.....	140
4.3	Análisis Económico	142
4.3.1	Escenario Esperado.....	145
4.3.1.1	Valor Actual Neto (VAN)	145
4.3.1.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	146
4.3.1.3	Periodo de Recuperación de la Inversión	146
CAPITULO V		147
5.	Conclusiones y Recomendaciones	147
5.1	Conclusiones	147
5.2	Recomendaciones:	149
BIBLIOGRAFÍA		150
ANEXOS		154

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Proyección Población de Quito	42
Tabla 2.2: Oferta Pasada de Librerías y Cafeterías	43
Tabla 4.1: Inversión en Muebles y Enseres	109
Tabla 4.2: Inversión en Maquinaria y Equipo de Cocina	110
Tabla 4.3: Inversión en Maquinaria y Equipo de Cafetería	110
Tabla 4.4: Inversión en Maquinaria y Equipo de Librería	111
Tabla 4.5: Inversión en Insumos y Materiales para Cocina	112
Tabla 4.6: Inversión en Insumos y Materiales para Cafetería	113
Tabla 4.7: Inversión en Insumos y Materiales para Librería	113
Tabla 4.8: Inversión en Insumos y Materiales para la Administración	114
Tabla 4.9: Depreciación de Activos Fijos	115
Tabla 4.10: Inversión Pre-Operativa	116
Tabla 4.11: Capital de Trabajo	117
Tabla 4.12: Inversión Total	117
Tabla 4.13: Financiamiento del Proyecto	118
Tabla 4.14: Pago de la Deuda	119
Tabla 4.15: Amortización del Préstamo Bancario	120
Tabla 4.16: Costos Totales	121
Tabla 4.17: Costos Fijos	122
Tabla 4.18: Costos Variables	123
Tabla 4.19: Materia Prima para Cafés y Bebidas	124
Tabla 4.20: Materia Prima para platos de dulce	125
Tabla 4.21: Materia Prima para platos de sal	126
Tabla 4.22: Materia Prima para los desayunos	127
Tabla 4.23: Gastos Totales	128
Tabla 4.24: Gastos Administrativo	129
Tabla 4.25: Mano de Obra Directa	129
Tabla 4.26: Mano de Obra Indirecta	130
Tabla 4.27: Beneficios de Ley	131
Tabla 4.28: Publicidad	132
Tabla 4.29: Gastos Financieros	133
Tabla 4.30: Concurrencia de personas a la Cafetería	134
Tabla 4.31: Capacidad para atender clientes	135
Tabla 4.32: Cálculo Ingresos Esperados	136
Tabla 4.33: Punto de Equilibrio Esperado	138
Tabla 4.34: Estado de Pérdidas & Ganancias Esperado	140

Tabla 4.35: Flujo de Caja Esperado.....	141
Tabla 4.36: VAN	145
Tabla 4.37: TIR	146
Tabla 4.38: Periodo de Recuperación.....	146

LISTA DE CUADROS

Cuadro 2.1: Población de Quito	21
Cuadro 2.2: Pregunta 1	28
Cuadro 2.3: Pregunta 2	29
Cuadro 2.4: Pregunta 3	30
Cuadro 2.5: Pregunta 4	31
Cuadro 2.6: Pregunta 5	32
Cuadro 2.7: Pregunta 6	33
Cuadro 2.8: Pregunta 7	35
Cuadro 2.9: Pregunta 8	36
Cuadro 2.10: Pregunta 9	37
Cuadro 2.11: Pregunta 10	38
Cuadro 2.12: Pregunta 11	39
Cuadro 2.13: Pregunta 12	40
Cuadro 2.14: Oferta Librerías – Cafeterías 2011	44
Cuadro 2.15: Competencia Indirecta Librerías.....	45
Cuadro 2.16: Competencia Indirecta Cafeterías.....	45
Cuadro 2.17: Oferta Presente	46
Cuadro 2.18: Capacidad Instalada Operacional Competencia Directa.....	46
Cuadro 2.19: Pregunta 1	47
Cuadro 2.20: Pregunta 2	48
Cuadro 2.21: Pregunta 3	49
Cuadro 2.22: Pregunta 4	50
Cuadro 2.23: Pregunta 5	52
Cuadro 2.24: Pregunta 1	54
Cuadro 2.25: Pregunta 2	55
Cuadro 2.26: Pregunta 3	56
Cuadro 2.27: Pregunta 4	57
Cuadro 2.28: Pregunta 5	59
Cuadro 2.29: Pregunta 1	61
Cuadro 2.30: Pregunta 2	62
Cuadro 2.31: Pregunta 3	63
Cuadro 2.32: Pregunta 4	64
Cuadro 2.33: Pregunta 5	65
Cuadro 2.34: Proyección Librerías y Cafeterías.....	66
Cuadro 2.35: Subsector Editorial	69
Cuadro 2.36: Tema General.....	70
Cuadro 2.37: Temas con mayor número de Títulos	70

Cuadro 3.1: Organigrama Estructural.....	77
Cuadro 3.2: Distribución del local.....	92
Cuadro 3.3: Matriz de Requerimiento de Maquinaria y Equipo de la Cocina	99
Cuadro 3.4: Matriz de Requerimiento de Maquinaria y Equipo de la Cafetería	100
Cuadro 3.5: Matriz de Requerimiento de Maquinaria y Equipo de la Librería.....	100
Cuadro 3.6: Matriz de Insumos y Materiales de la Cocina	101
Cuadro 3.7: Matriz de Insumos y Materiales de la Cafetería	102
Cuadro 3.8: Matriz de Insumos y Materiales de la Librería.....	103
Cuadro 3.9: Matriz de Insumos y Materiales de la Administración.....	103
Cuadro 3.10: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra para la Cocina	104
Cuadro 3.11: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra para la Cafetería.....	104
Cuadro 3.12: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra para la Librería.....	104
Cuadro 3.13: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra	105
Cuadro 4.1: Capacidad del Negocio	135
Cuadro 4.2: Periodo de Recuperación Probable.....	146

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 2.2: Pregunta 1.....	29
Gráfico 2.3: Pregunta 2.....	30
Gráfico 2.4: Pregunta 3.....	31
Gráfico 2.5: Pregunta 4.....	32
Gráfico 2.6: Pregunta 5.....	33
Gráfico 2.7: Pregunta 6.....	34
Gráfico 2.8: Pregunta 7.....	35
Gráfico 2.9: Pregunta 8.....	36
Gráfico 2.10: Pregunta 9.....	37
Gráfico 2.11: Pregunta 10.....	38
Gráfico 2.12: Pregunta 11.....	39
Gráfico 2.13: Pregunta 12.....	40
Gráfico 2.19: Pregunta 1.....	48
Gráfico 2.20: Pregunta 2.....	49
Gráfico 2.21: Pregunta 3.....	50
Gráfico 2.22: Pregunta 4.....	51
Gráfico 2.23: Pregunta 5.....	53
Gráfico 2.24: Pregunta 1.....	55
Gráfico 2.25: Pregunta 2.....	56
Gráfico 2.26: Pregunta 3.....	57
Gráfico 2.27: Pregunta 4.....	58
Gráfico 2.28: Pregunta 5.....	59
Gráfico 2.29: Pregunta 1.....	61
Gráfico 2.30: Pregunta 2.....	62
Gráfico 2.31: Pregunta 3.....	63
Gráfico 2.32: Pregunta 4.....	64
Gráfico 2.33: Pregunta 5.....	65
Gráfico 3.1: Plano Librería-Cafetería.....	92
Gráfico 3.2: Mapa del Sector Norte de Quito.....	93
Gráfico 3.3: Av. República del Salvador y Portugal	94
Gráfico 3.4: Diagrama de los Proceso de la Cafetería.....	96
Gráfico 3.5: Diagrama de los Procesos de la Elaboración de un pedido en la Cafetería	97
Gráfico 3.6: Diagrama de los procesos de la librería	98

CAPITULO I

1. PLAN DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de Tesis

Estudio de Factibilidad para la instalación de una Librería – Cafetería en el Sector Norte de la ciudad de Quito.

1.2 Introducción

La ciudad de Quito cuenta con un sin número de negocios, que ofrecen al mercado un espacio de entretenimiento y relajación como son restaurantes, cafeterías, bares y discotecas. Mientras que otros brindan un espacio al arte y la cultura como son la Casa de la Cultura Ecuatoriana, la Alianza Francesa, entre otros establecimientos cuya misión es incentivar a los artistas a desarrollar su talento.

En general no se cuenta con negocios que ofrezcan a sus clientes una gran variedad de productos, que den la oportunidad a las personas de practicar actividades que les gusta e interesa; por lo cual, se busca implementar en la ciudad de Quito un negocio de este estilo, que ofrezca varias opciones al público.

Este negocio se encontrará localizado estratégicamente en el Sector Norte de la ciudad de Quito, y estará dirigido especialmente a personas entre 15 y 35 años de edad pertenecientes a la clase socio-económica media alta y alta, las cuales gusten del arte y literatura y dediquen tiempo a estas actividades de distracción y relajación.

Lo que diferenciará a esta librería - cafetería de los negocios ya existentes en la ciudad es que además de brindar estos dos servicios habrán: clubs de lectura, cursos de arte, teatro y danza; adicionalmente se realizarán eventos como lanzamientos de libros, obras de teatro y danza, para esto contaremos con el espacio adecuado para su desarrollo.

De esta manera se fomentará el arte y la cultura en los jóvenes de la ciudad. Se buscará también el apoyo del Municipio y el Ministerio de Educación para incentivar a los artistas y puedan así crecer en estos ámbitos.

1.3 Planteamiento del Problema

En la ciudad de Quito hay una gran variedad de opciones turísticas como el Centro Histórico, centros comerciales y muchos lugares como restaurantes, cafeterías, bares y discotecas, que las personas frecuentan en un momento de distracción y diversión, como forma de desconectarse de su rutina diaria, y poder descansar del trabajo.

En cuanto a relajación y distracción se refiere los gustos y preferencias de las personas al momento de decidir qué hacer en su tiempo libre; habitualmente son leer un libro, tomar un café, asistir a cursos de arte o danza; por lo que buscan un lugar idóneo donde puedan pasar este tiempo tomando un café con sus amigos, o leyendo un libro. Pero al tener poco tiempo, y no contar con espacios adecuados, las personas deben limitarse a escoger una sola actividad, además de las escasas opciones que brindan este tipo de servicios como el Cafélibro, la Casa Humboldt o La Liebre que dan a los artistas un espacio para darse a conocer; pero estos lugares no tienen una variedad de opciones en su establecimiento.

Estos negocios no cuentan con los implementos y las condiciones necesarias para ofrecer al público más de un servicio a la vez; debido a que se especializan únicamente en un determinado campo, lo que limita los productos que ofrecen a los clientes, y generalmente

estos negocios se encuentran a una distancia considerable, por lo que es difícil para las personas acceder a estos lugares.

Tampoco existe en la ciudad espacios adecuados donde las personas que gustan de la literatura, danza, arte o teatro; puedan aprender más de estas materias, y a su vez puedan desarrollarlas de una manera adecuada con las herramientas necesarias para hacerlo.

1.4 Formulación del objetivo general

Implementar en la ciudad de Quito una librería-cafetería donde el cliente pueda escoger varias opciones en un mismo lugar, y de esta manera realizar más de una actividad con los implementos necesarios para desarrollarlas en su tiempo libre.

1.5 Formulación de los objetivos específicos

- Conocer con claridad la viabilidad y rentabilidad que tendrá el negocio en la ciudad de Quito, con una proyección a nivel nacional y de internacionalización en el futuro.
- Adquirir el conocimiento para el funcionamiento de este tipo de negocio, y poder ofrecer un producto de calidad al mercado objetivo.
- Ofrecerles a nuestros clientes potenciales una alternativa diferente de distracción y relajación.
- Fomentar en el mercado objetivo el interés por la literatura, el arte, teatro y danza; incentivándolos con las distintas obras de teatro, bailes, exposiciones de libros y pinturas, e invitándolos a participar de los distintos cursos que se darán.

1.6 Justificación de la Investigación

Conforme al número de establecimientos existentes en la ciudad de Quito, se ha encontrado que en la actualidad no contamos con lugares que ofrezcan un producto que combine dos servicios a la vez, y que brinden una mejor atención a sus clientes ampliando su negocio, ya que se especializan en un solo ámbito.

Este proyecto busca implementar en el mercado una librería-cafetería, que vaya acorde a los gustos y preferencias del mercado objetivo, y que cuente con una gran variedad de productos que puedan satisfacer estas necesidades.

Se busca de igual manera fomentar la cultura en los jóvenes ecuatorianos, y brindarles un espacio donde puedan desarrollarse como artistas.

1.7 Marco Teórico y Conceptual

1.7.1 Marco Teórico

Para el desarrollo de este proyecto es necesario utilizar algunos conceptos básicos de teorías esenciales para la implementación de un negocio, y basar el desarrollo de esta investigación en teorías fundamentales para ponerlo en marcha, de la siguiente manera:

TEORÍA DE LA PLANIFICACIÓN

Según Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain la planificación es un proceso mediador entre el presente y el futuro, porque lo que pasará mañana no depende únicamente de las variables cambiantes, sino también de la actitud que adopten los hombres ya que son ellos los que crean estas variables en el presente.

El futuro influye en los agentes económicos del presente, momento en que evaluamos el proyecto, y cuyos resultados esperamos posteriormente. Ese mañana nos afecta hoy, que es cuando podemos hacer algo para estar en condiciones de aprovechar las oportunidades del futuro.¹ Por lo tanto un primer argumento para la planificación es el criterio para decidir qué hacer hoy, que se refiere a si esa acción será eficaz para mí.

Con esta definición, el averiguar y explorar el futuro ayuda a tomar mejores decisiones. Si no se realizan las respectivas investigaciones para prever los posibles problemas que pueden presentarse, se corre el riesgo evidente de actuar en forma tardía frente a estas situaciones.

En cualquier proyecto se debe decidir antes cuánto será el monto de la inversión que debe hacerse para su puesta en marcha.² Esta decisión se basará en estudios de mercado previamente realizados. Con los resultados de esta investigación se toma la decisión de ejecución.

Así el mañana incierto depende de un sin fin de factores que debemos intentar proyectar. Por ejemplo, no es muy complicado prever cuál podrá ser el nivel de ingreso de la población y su distribución dentro de cinco años. Sin embargo, resulta más difícil prever cuál será la actitud y las decisiones que adoptarán las personas dentro de cinco años con su mismo ingreso. Es así que la planificación debe analizar también el comportamiento de la sociedad.

DISEÑO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En este punto se presentará un esquema global del diseño y evaluación del proyecto como un proceso.

¹ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 14

² Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 14

El estudio del proyecto pretende contestar la interrogante de si es o no conveniente realizar la inversión.³ Decisión que se tomará con todos los elementos de juicio necesarios.

El estudio de viabilidad debe determinar, con un máximo de precisión, lo que sucederá si el proyecto fuese implementado; a pesar de que no se puede establecer con exactitud el resultado que se obtendrá. De esta forma se pueden estimar y evaluar los costos y beneficios que se tendrá.

Alcance del estudio de proyectos

Si bien toda decisión de inversión debe responder a un estudio previo de las ventajas y desventajas asociadas a su implementación, la profundidad con que se realice dependerá de lo que aconseje cada proyecto en particular.⁴

En general son cinco los estudios que se deben realizar para evaluar un proyecto, estos son los de viabilidad comercial, técnica, legal, organizacional y financiera. Cualquiera de ellos que de un resultado negativo determina que el proyecto no debe llevarse a cabo.

Un estudio de inversión se centra en la viabilidad económica, sin embargo cada uno de los estudios antes mencionados puede determinar que un proyecto se concrete o no en la realidad.

El estudio de viabilidad comercial revelará si el mercado es o no sensible al producto ofrecido, así como la aceptabilidad que tendrá en el mismo. De esta manera podremos determinar la postergación o rechazo del proyecto, sin tener que incurrir en los costos de un estudio económico completo.

El estudio de viabilidad técnica considera los elementos y alternativas necesarios para la elaboración del producto. Muchos proyectos nuevos requieren ser probados técnicamente

³ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 25

⁴ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 25

para garantizar la capacidad de su producción, incluso antes de determinar si son o no convenientes desde el punto de vista de su rentabilidad económica.⁵

Los resultados de los estudios pueden determinar que el proyecto es viable, por tener el mercado asegurado y ser técnicamente factible. No obstante, pueden existir ciertas restricciones legales que impedirán el funcionamiento del negocio, por lo que no sería recomendable su ejecución.

El objetivo del estudio de factibilidad organizacional es definir si se cuenta con las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad del proyecto, tanto en lo estructural como en lo funcional.

El estudio de viabilidad financiera mide la rentabilidad de la inversión, y es el que determina, en última instancia la aprobación o rechazo del proyecto.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objeto proporcionar información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación del proyecto.

Uno de los resultados de este será definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí se podrá obtener la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.⁶

En base a los requerimientos de equipos, caracterizaciones y especificaciones técnicas de la maquinaria; podremos determinar el espacio físico en la planta y dimensionarlas para su normal operación.

⁵ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 26

⁶ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 30

Este análisis permitirá cuantificar las necesidades de mano de obra por nivel de especialización, y la asignación de su remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera deberán tomarse en cuenta los costos de mantenimiento y reparación, así como la reposición de equipos.

La descripción del proceso productivo hará posible, además, conocer la maquinaria, equipos e insumos que demandará el proceso como ya se mencionó, dicho proceso productivo se elige a través de un análisis tanto técnico como económico de las alternativas ya existentes.⁷

Para fijar la inversión y los costos derivados del estudio técnico, es importante el tamaño del proyecto. En esta etapa puede optarse por una alternativa de tamaño y proceso específicos. Sin embargo, cuando existen dudas entre dos o más alternativas, es conveniente no tomar una decisión en una etapa tan preliminar. Para esto deberán desarrollarse los estudios de las distintas alternativas, postergando, en caso de ser necesario, la decisión hasta la última etapa de su evaluación.

ESTUDIO DE MERCADO

Un aspecto importante en el estudio de proyectos es establecer el mercado, ya que en este punto se determina la demanda, ingresos de operación y los costos de inversión implícitos.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y la demanda o de los precios del proyecto.⁸ Debido a que especificando políticas y procedimientos que se utilizaran en la estrategia comercial, se pueden prever algunos costos de operación.

Este mismo análisis se utiliza para explicar la política de distribución del producto final. La importancia de este factor se manifiesta al considerar su efecto sobre la relación oferta – demanda del proyecto. La cantidad y calidad de los canales de distribución que se escojan

⁷ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 30

⁸ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 31

son fundamentales, ya que basta agregar un canal para que el precio final del producto se incremente en el margen que recibe este canal. Con lo cual la demanda prevista en el estudio puede verse disminuida.

Todos estos factores deben ser tomados en cuenta. Decisiones como el precio de introducción, inversiones para el fortalecimiento de la imagen, acondicionamientos de los locales, entre otros; pueden considerarse variables predeterminantes para el resultado de la evaluación.

Metodológicamente, tres son los aspectos que se deben estudiar:

- a) El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- b) La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- c) Comercialización del producto del proyecto.⁹

El objetivo de analizar al consumidor es caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus gustos, preferencias, hábitos; que nos den un perfil para poder basar la estrategia comercial.

Es fundamental estudiar a la competencia por muchas razones, por lo que la estrategia comercial que se defina en el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es importante conocer cuáles son las estrategias que utiliza la competencia para de esta manera aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en una buena fuente de información para calcular las posibilidades de captar mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.¹⁰

Resulta más complicado determinar la oferta, por cuanto no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del proyecto, la potencialidad real de la ampliación de

⁹ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 31

¹⁰ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 32

la oferta al desconocer la capacidad instalada de la competencia, sus planes de expansión o los nuevos proyectos en curso, etc.¹¹

Es más difícil de precisar el análisis de la comercialización, ya que no se puede estimar las reacciones y variaciones del medio durante la operación del proyecto.

Muchas son las decisiones que deben adoptarse al respecto, las cuales deben basarse en los resultados obtenidos en los análisis señalados en los párrafos anteriores. Las decisiones aquí adoptadas tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.¹²

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Para cada proyecto es posible definir una estructura organizativa que se adecué a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión.¹³

Al igual que en los estudios anteriores es necesario definir a detalle los procedimientos administrativos que se podrían implementar.

Decisiones que pueden parecer secundarias como llevar registros normales o computarizados, desarrollar internamente actividades que pueden subcontratarse, llevan a una serie de inversiones que ningún estudio puede obviar.

Los sistemas y procedimientos contable-financieros, de información, de planificación y presupuesto, de personal, adquisiciones, crédito, cobranzas y muchos más, van asociados a costos específicos de operación.¹⁴

¹¹ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 32

¹² Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 32

¹³ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 33

¹⁴ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 33

Estos sistemas y los procedimientos que se siguen determinan también la inversión en la infraestructura y el espacio físico del proyecto, lo que permitirá establecer las necesidades de espacio físico de oficinas, pasillos, estacionamiento, y todo lo que conforma el local.

Ninguno de estos detalles puede dejarse al azar, ya que de estos análisis se derivan otros factores que podrían tornar no rentable el proyecto, que podía haber parecido conveniente implementar.

Es importante también tomar en cuenta el estudio legal; debido a que este aspecto puede restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el desarrollo de determinadas zonas geográficas donde el beneficio que obtendría el proyecto superaría los mayores costos de transporte.¹⁵

Existen disposiciones que de una u otra forma afectan al proyecto. Esto se manifiesta en el otorgamiento de permisos y patentes, en las tasas arancelarias diferenciadas para tipos distintos de materias primas o productos terminados, o incluso en la constitución de la empresa que llevará a cabo el proyecto, la cual tiene exigencias impositivas distintas según cuál sea el tipo de organización que se seleccione.¹⁶

ESTUDIO FINANCIERO

En este punto se ordena y sistematiza la información monetaria proporcionada por los estudios anteriores, y se elaboran cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos.¹⁷ No toda la información necesaria para la evaluación del proyecto ha sido proporcionada por los estudios anteriores, por lo que hay ciertos elementos; como el estudio de las fuentes y

¹⁵ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 33

¹⁶ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 34

¹⁷ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 34

condiciones de financiamiento, o el cálculo del monto que se piensa invertir en capital de trabajo; que deben ser proporcionados por el mismo estudio financiero para este proceso.

Evaluar un proyecto a un plazo fijo puede llevar a conclusiones erradas respecto del mismo. Muchas veces se adopta como norma que un proyecto debe evaluarse a diez años. Sin embargo, es posible que la rentabilidad de un proyecto sea mayor si su puesta en marcha se posterga algunos periodos. No todos los proyectos rentables se deben implementar de inmediato, aun cuando existan los recursos necesarios, si se maximiza su rentabilidad postergando su iniciación.¹⁸

MARKETING MIX

Es el conjunto de herramientas de marketing tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo. Y consta de cuatro elementos que se detallan a continuación:

Producto

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, los cuales incluyen el empaque, color, precio, calidad y marca, además de los servicios y reputación del vendedor.

“Un producto puede ser un bien, servicio, lugar, persona o idea.”¹⁹

Precio

Es una expresión en valor monetario, y se determina según la calidad y utilidad del producto.

¹⁸ Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 35

¹⁹ Rodrigo Irigoyen, 2009, Marketing Estratégico

Plaza

Es la forma en que el producto llegará al mercado meta.

Promoción

“La promoción es la función de la mezcla de mercadeo relacionada con la comunicación persuasiva, hacia audiencias objetivas, de los componentes del programa de marketing.”²⁰

1.7.2 Marco Conceptual

Planificación

“La planificación contempla la ejecución de los planes desde su concepción y su operación en diferentes niveles, ya que realiza acciones en base a la planeación de cada uno de los proyectos.”²¹

Proyecto

Es el conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas, cuyo fin es cumplir con un objetivo específico. Generalmente debe ser alcanzado en un periodo de tiempo establecido, respetando un presupuesto.

Investigación de Mercados

Investigación de Mercados es un proceso que contiene una serie de pasos, donde el logro de cada uno permite seguir con el siguiente paso.

²⁰ Rodrigo Irigoyen, 2009, Marketing Estratégico

²¹ www.definicion.de/planificación

Demanda

La demanda de un bien o servicio es la cantidad de productos que los consumidores planean adquirir, según sus gustos y preferencias. La demanda se asocia a distintos niveles de precio, condiciones de venta, etcétera, y se proyecta en el tiempo, independizando claramente la demanda deseada de la esperada.²²

Oferta

La oferta de un bien o servicio es la cantidad de producto que una empresa planea vender durante un periodo dado a un precio en particular.

Valor Actual Neto VAN

Es el valor que permite determinar el monto de inversión de un proyecto en el presente, mediante la función de la diferencia entre el valor actual de todos los cobros menos todos los pagos.

Valor Actual Neto Ajustado VANA

Es el método que comienza calculando el Valor Actual Neto del proyecto (VAN Básico) como si fuera una empresa financiada totalmente con recursos propios. Luego se modifica el VAN básico para incorporar los efectos de las decisiones de financiamiento causado por el proyecto.²³

²² Nassir Sapag Chain, 1994, Pág. 31

²³ Silvia Carolina Almache Sierra, 2010, Pág. 7

Tasa Interna de Retorno TIR

Método de evaluación de la inversión, el cual establece la tasa de descuento que sería necesario aplicar para balancear los costos presentes y futuros con las utilidades, empleando técnicas de flujo de caja rebajado.²⁴

Inversión

Una inversión es renunciar a una satisfacción inmediata y cierta por adquirir un bien que será el soporte para el incremento neto de capital en el futuro.

Periodo de Recuperación de Capital

El período o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial de un proyecto.²⁵

Costo

El costo es un decremento de recursos, pero a diferencia de los gastos, estos recursos se consumen para fabricar un producto.²⁶

Gasto

Es el decremento bruto de activos o incremento de pasivos que experimenta una entidad como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades normales encaminadas a la generación de ingresos.²⁷

²⁴ www.serfinco.com

²⁵ Silvia Carolina Almache Sierra, 2010, Pág. 7

²⁶ Aldo Torres Salinas, 2004, Pág. 7

²⁷ Aldo Torres Salinas, 2004, Pág. 7

Clase Social Alta

Conjunto de personas que viven en la misma condición social y que cuenta con más medios económicos dentro de esta escala social.

Clase Social Media-Alta

Es la clase social cuyo nivel económico se encuentra entre la clase alta y media.

1.8 Diseño de la Investigación

En este proyecto utilizaremos la Investigación Descriptiva, ya que detallaremos la situación actual de los negocios en la ciudad de Quito, y analizaremos el mercado al que estamos dirigidos, es decir estudiaremos sus gustos, preferencias y necesidades. Se utilizara este tipo de investigación con el fin de caracterizar y describir las diferentes variables que componen el problema de la investigación.

1.9 Hipótesis de la Investigación

Demostrar que al implementar un negocio de este tipo, fomentará el gusto por el arte, la literatura, el teatro y la danza en las personas de 15 a 35 años de edad de clase socio-económica media alta y alta, propiciando el interés de la gente por este proyecto.

1.10 Delimitación de la investigación y alcance

Este proyecto estará delimitado al sector Norte de la ciudad de Quito, para personas de 15 a 35 años de ambos sexos pertenecientes a la clase socio-económica media alta y alta.

1.11 Metodología y Fuentes de Datos

El estudio de mercado de este proyecto se desarrollará con una Investigación Descriptiva; necesaria para establecer la oferta y demanda potencial, así como la segmentación del nicho de mercado. La información se obtendrá a través de fuentes de información primaria, en el cual utilizaremos el método de la encuesta, la cual se aplicará en base a una muestra aleatoria simple, que nos proporcionará datos específicos relacionados con el comportamiento de los clientes y la participación de la competencia en el mercado.

También utilizaremos fuentes de información secundarias, que en esta investigación de mercado serán datos de estudios ya realizados como tesis, documentos e información de algunos negocios establecidos en Quito.

Toda la información recolectada será procesada y analizada para poder confirmar la hipótesis antes establecida y poder tomar las mejores decisiones para el negocio.

CAPITULO II

2. Estudio de Mercado

2.1 Conceptualización y Objetivo del Estudio de Mercado

El Estudio de Mercado permite estudiar y conocer cuantitativamente toda la información del entorno, esto se realiza a través de métodos de investigación analítica, observación focus group, entrevistas, encuestas, entre otros.

Por lo tanto podemos decir que: Investigación de Mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones por la gerencia de marketing.²⁸

El Estudio de Mercado consiste también en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas pueden producir para satisfacer las necesidades del mercado, a un precio fijado para la competencia.

El Estudio de Mercado se apoya en tres aspectos importantes que son:

1. Análisis de la Demanda
2. Análisis de la Oferta
3. Marketing Mix

²⁸Kinnear/Taylor, 2005, pág. 6

El objetivo del Estudio de Mercados, es determinar el número de consumidores, empresas u otras entidades económicas que generan una demanda que justifique la implementación de un proyecto; es decir pretende medir el número de individuos y el nivel de consumo que tendría cierto producto, dentro de un espacio y tiempo determinado, a un precio fijado.

Adicionalmente, el Estudio de Mercado indicará si las características y especificaciones del producto corresponden a las que desea comprar el cliente, así como la cantidad de bienes y servicios que están dispuestos a adquirir.

Otro objetivo es el de indicar que tipo de clientes están interesados en el producto, lo que servirá para poder orientar la producción del negocio. El Estudio de Mercado proporciona información sobre el precio apropiado para colocar el producto y competir en el mercado, de igual forma deberá determinar los canales de distribución usuales e indicados para el tipo de producto que se desea colocar, y cuál es su funcionamiento.

El Estudio de Mercado ayuda a conocer el tamaño adecuado del negocio, con las correspondientes previsiones para la ampliación posterior del negocio, provenientes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente permite identificar importantes elementos que deben tomarse en cuenta; no solo al momento de evaluar la decisión de inversión, sino también en la estrategia de construcción y operación de la unidad económica que se analiza.

En síntesis el Estudio de Mercado: Sirve de base para tomar la decisión de llevar adelante o no la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para las investigaciones posteriores del proyecto, como son los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica.²⁹

²⁹ www.eumed.net

2.2 Análisis de la Demanda

Un aspecto importante al momento de llevar a cabo un proyecto “es estimar la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.”³⁰

El objetivo principal del Análisis de la Demanda es determinar y medir las fuerzas que afecta los requerimientos del mercado en relación a un determinado producto, y de igual forma poder determinar la participación del producto en la satisfacción de dicha demanda. “La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros”³¹, por lo tanto habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

Para poder determinar la demanda se utilizan herramientas de investigación de mercados, básicamente investigación estadística e investigación de campo.

En el análisis de la demanda es necesario evaluar la demanda pasada, presente y futura del proyecto.

2.2.1 Demanda Pasada

Para el análisis de la demanda pasada se tomará en cuenta el número de personas que han frecuentado los lugares que brindan un servicio similar al que se ofrecerá, comprendido en el rango de edad de 15 a 35 años de clase alta y media-alta.

³ Bayron Lara, 2009, Diseño de Proyectos

⁴ Baca Urbina Gabriel, 2010, pág. 15

Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito la población y la PEA en el Cantón Quito para el periodo 2006 al 2010 es el siguiente:

AÑOS	Población de Quito	PEA Quito	Clase Alta y Media/Alta de Quito	PEA de Clase Alta y Media/Alta (15 a 35 años)	% de crecimiento
2,006	2,036,260	751,931	297,294	53,016	-
2,007	2,064,611	778,452	301,433	54,756	3.28%
2,008	2,093,458	812,182	305,645	57,002	4.10%
2,009	2,122,594	834,333	309,899	58,431	2.51%
2,010	2,151,993	863,760	314,191	60,361	3.30%
PROMEDIO					3.30%

Cuadro 2.1: Población de Quito
Fuente: INEC, Municipio de Quito
Elaborado por: El Autor

En base a los datos mostrados en la tabla 2.1 se puede decir que la población en el Cantón Quito presenta una tasa de crecimiento promedio del 1.39% en el período analizado; adicionalmente, podemos indicar que la Población Económicamente Activa de Quito representa el 38.6% de la población total anual y tiene una tasa de crecimiento promedio del 3.53%; mientras que la población de Quito que pertenece a la Clase Socioeconómica Alta y Media-Alta representa el 14.6% de la población total anual. Por tanto se concluye que la PEA de Quito comprendida entre los 15 y 35 años de edad que pertenecen a la clase alta y media-alta representa el 2.8% de la población total de Quito, y presenta un crecimiento promedio del 3.30% anual.

Según datos del Municipio Metropolitano de Quito el 8,5% de la población pertenece a la clase social Media-Alta; la cual tiene un ingreso promedio de \$549,89 y por lo general poseen casa propia y en promedio un auto. Mientras que un 6,1% pertenece a la clase social Alta, cuyos ingreso promedio son de \$ 2.479,90, estas personas poseen en promedio dos autos y casa propia.

2.2.2 Demanda Presente

Para el análisis de la demanda presente se debe realizar la investigación de mercado correspondiente, por lo cual es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Necesidades de Información

- ¿Con que frecuencia las personas realizan actividades de distracción y relajación?
- ¿Qué tipo de actividades les gusta realizar en su tiempo libre?
- ¿Cuáles son las razones por las cuales las personas quieren realizar estas actividades?
- ¿Cuáles son los días y horas que las personas prefieren realizar estas actividades?
- ¿Cuál es el precio que están dispuestos a pagar por estos servicios?

Objetivos de la Investigación

➤ Objetivo General

Establecer el segmento de mercado al que está dirigido este negocio según sus necesidades, gustos y preferencias.

➤ Objetivos Específicos

- Definir cuál es el segmento de mercado al que está dirigido el proyecto.
- Establecer la competencia directa e indirecta del negocio.
- Determinar el marketing mix más adecuado para el producto.
- Establecer la rentabilidad potencial que tendría el negocio.
- Conocer con qué frecuencia las personas realizan actividades de distracción y relajación.

- Determinar qué tipo de actividades realizan las personas en su tiempo libre.
- Conocer las razones principales por las cuales los consumidores prefieren realizar estas actividades.
- Conocer los días y hora que las personas prefieren realizar estas actividades.
- Definir el precio promedio que los consumidores están dispuestos a pagar por estos servicios.
- Conocer cuáles son los medios de comunicación y publicidad que prefieren los consumidores.

Fuentes de Datos

En el desarrollo del proyecto se utilizaron fuentes primarias y secundarias las cuales se detallan a continuación:

- **Fuentes Primarias:** Es toda la información recopilada en la investigación de mercados realizada. Este proceso se basó en el método de investigación con encuesta, a través de un cuestionario aplicado a las personas pertenecientes al mercado objetivo, con el fin de establecer las necesidades, gustos y preferencias de los posibles clientes reales y potenciales.
- **Fuentes secundarias:** Es toda la información obtenida de las instituciones a continuación detalladas:
 - o Ministerio de Turismo
 - o Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
 - o Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
 - o Cafélibro
 - o La Liebre
 - o Casa Humboldt

Selección del Mercado Objetivo

El segmento de mercado al que está dirigido el presente proyecto lo componen personas de 15 a 35 años de clase socioeconómica media-alta y alta.

Segmentación de Mercado

Para realizar una adecuada segmentación de mercado se tomaron en cuenta las siguientes variables:

- **Variable Geográfica:**

Este negocio está dirigido a personas que habitan en la parte exclusiva del sector Norte de la ciudad de Quito; como son los barrios aledaños al local, así como también La Gonzales Suarez, Ponciano, El Batán, Iñaquito, Quito Tennis, Jipijapa, entre otros; tomando en cuenta la siguiente segmentación geográfica:

- o ***Zona Geográfica:*** Ciudad de Quito
- o *Población Total de la ciudad de Quito*
- o *Población Urbana de la de Quito*³²

- **Variable Demográfica y Psicográfica:**

Este proyecto se enfoca en las personas de 15 a 35 años de edad, las cuales gusten de la literatura, arte, danza y teatro; pertenecientes a la clase socioeconómica media alta y alta.

³² Silvia Carolina Almache Sierra, 2010, pág. 33

- **Variable de Uso**

Esta variable se refiere a la frecuencia de utilización de un determinado bien o servicio. Para poder determinar esta variable se realizó la respectiva Investigación de Campo en los locales de la competencia directa: El Cafélibro, La Liebre y La Casa Humboldt; por lo cual se formuló la siguiente pregunta en la encuesta B:

o *¿Cuántas veces viene a este lugar?*

La respuesta a esta pregunta en el Cafélibro determinó que el 60% de sus clientes va dos veces a la semana, y el otro 40% va una vez al mes.

Por otro lado la respuesta que se obtuvo en la Casa Humboldt reflejó que la totalidad, es decir el 100%; de los clientes van a este lugar cinco veces a la semana.

En la Libre se estableció que el 70% de los clientes encuestados acude una vez al mes a este lugar, mientras que el 20% lo hace dos veces al mes, y apenas un 10% lo frecuenta una vez a la semana.

Por lo tanto se puede concluir que la utilización de este tipo de servicios es de una vez al mes en promedio en la ciudad de Quito, es decir, las personas acuden a estos lugares por lo menos una vez al mes.

Y para poder establecer con qué frecuencia van a lugares que brindan servicios similares; es decir la competencia indirecta del negocio; como son las librerías y cafeterías de la ciudad de Quito, se realizó las siguientes preguntas en la encuesta A:

o *¿Con que frecuencia va a una librería?*

La respuesta que dieron las personas encuestadas a esta pregunta indica que el 44% visita una librería una vez al mes, esto significa que hay un uso frecuente cada mes de este servicio específicamente.

o *¿Con que frecuencia va a una cafetería?*

En esta pregunta la respuesta que se obtuvo reflejo que el 44% frecuenta cafeterías una vez al mes, por lo tanto hay un uso frecuente cada mes de este servicio.

Introducción:

Según estadísticas del INEC para el 2010 en el Cantón Quito había 1.030.036 habitantes en el rango de 15 a 35 años de edad, con una Población Económicamente Activa de 431.880 habitantes en el mismo rango de edad, de los cuales 60.361 habitantes pertenecen a la clase alta y medio-alta.

Esta información se utilizará para realizar el muestreo y de esta manera poder establecer el número de personas a la cuales se aplicará la Encuesta A.

Muestreo:

Para calcular la muestra se utilizo la siguiente fórmula para poblaciones infinitas:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor Crítico

N = Población total

P = Proporción de la población que posee una característica específica³³

Q = Proporción de la población que no posee una característica específica³⁴

K = Nivel de tolerancia del error

Por tanto:

N = 60.361

P = 0,5

Q = 0,5

Z = 1,96

K = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 * 60.361 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (60.361 - 1) + (1,96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 381,74 \simeq 382$$

³³ Se asignó el 0.5 a esta variable ya que no existe una prueba piloto previa o registro histórico con esta información; ya que el negocio es nuevo; que permita establecer un porcentaje específico.

³⁴ Se asignó el 0.5 a esta variable ya que no existe una prueba piloto previa o registro histórico con esta información; ya que el negocio es nuevo; que permita establecer un porcentaje específico.

Escogimiento de la muestra Encuesta A:

La Encuesta A (ANEXO No 1) fue aplicada a personas de 15 a 35 años de clase alta y media - alta del sector norte de la ciudad de Quito, debido a que este es el mercado objetivo del negocio que se piensa instalar.

Análisis y Tabulación de Datos de la Encuesta A:

Para la realización de la investigación de campo en este proyecto se estableció un tipo de escogimiento de la muestra No Probabilístico Intencional, dado que la población objetivo pertenece a una clase alta y media alta, por este motivo la investigación fue intencional, y se baso en el lugar de trabajo y estudio de las personas encuestadas y su vestimenta.

1. ¿Le gusta la literatura, el arte, el teatro o la danza?

Como se puede ver en el cuadro 2.2 al 78.01% de las personas encuestadas en la ciudad de Quito les gusta la literatura, el arte, el teatro o la danza; mientras que al 21.99% no les gustan estas actividades. El gráfico 2.2 muestra la distribución de estos porcentajes, en la que se concluye que a gran parte de los encuestados les gustan las actividades antes mencionadas.

Datos	No de Personas	%
Si	298	78%
No	84	22%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.2: Pregunta 1
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

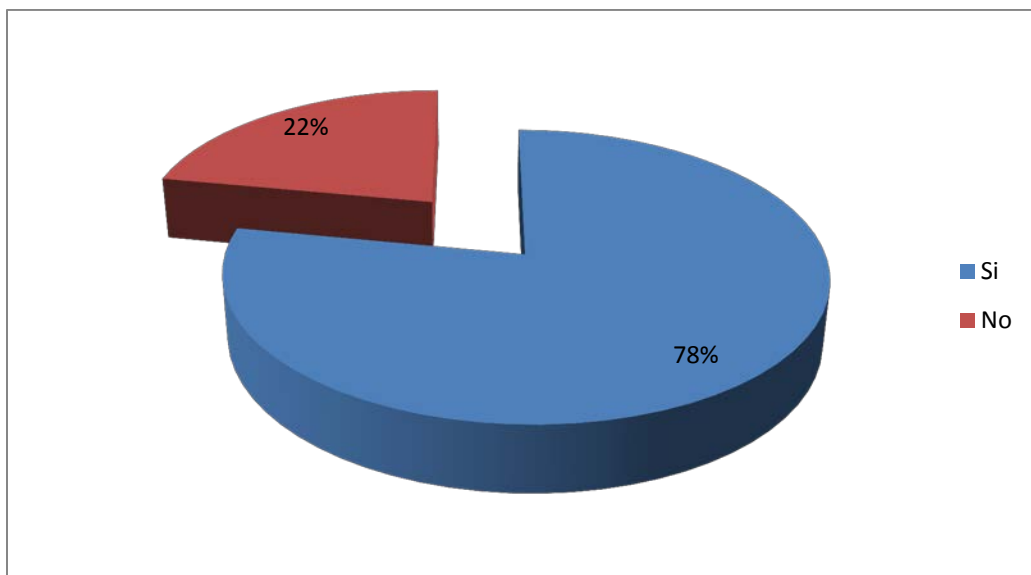


Gráfico 2.2: Pregunta 1
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

2. ¿Le gusta frecuentar cafeterías?

En el cuadro 2.3 se puede ver que al 76% de las personas encuestadas les gusta frecuentar cafeterías, y al 24% restante no les gusta frecuentar cafeterías. Con los datos obtenidos se puede decir que a un gran porcentaje de los encuestados les gusta frecuentar cafeterías, como lo muestra el gráfico 2.3.

Datos	No de Personas	%
Si	290	76%
No	92	24%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.3: Pregunta 2
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

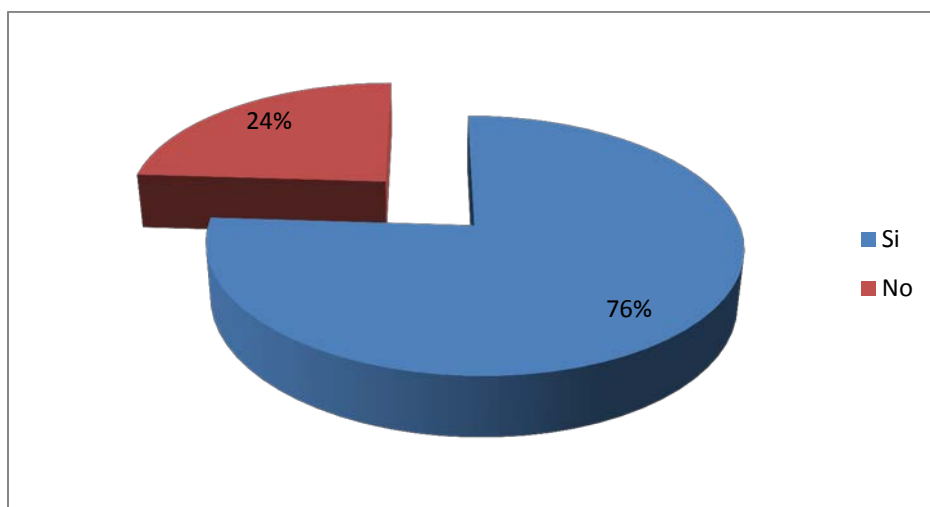


Gráfico 2.3: Pregunta 2
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

3. ¿Qué actividad le gusta realizar en su tiempo libre?

El cuadro 2.4 indica que a un 7% de los encuestados en la ciudad les gusta leer un libro en su tiempo libre, a un 12% le gusta tomar café, el 44% prefiere escuchar música, al 26% le gusta ir al cine, y a un 11% le gustar realizar otras actividades; como jugar football o hacer deporte, según las respuestas que dieron. Este resultado muestra que a gran parte de la población que fue encuestada le gusta escuchar música en su tiempo libre, tal como se puede ver en el gráfico 2.4.

Datos	No de Personas	%
Leer un libro	27	7%
Tomar café	46	12%
Escuchar música	168	44%
Ir al cine	99	26%
Otro	42	11%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.4: Pregunta 3
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

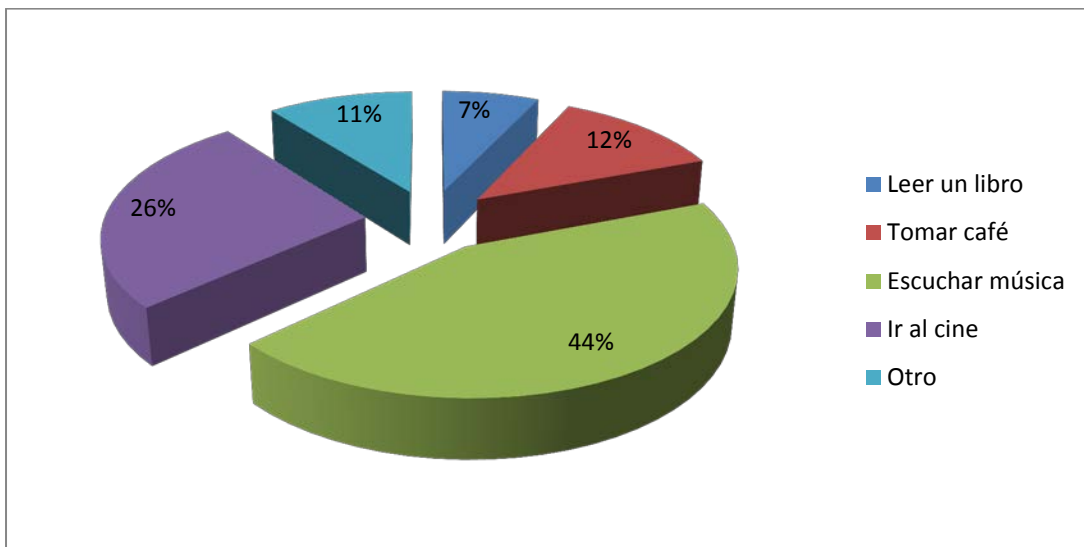


Gráfico 2.4: Pregunta 3
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

4. ¿Qué lugares le gusta frecuentar en su tiempo libre?

El cuadro 2.5 indica que al 2% de las personas encuestadas en Quito les gusta frecuentar librerías en su tiempo libre, al 21% le gusta frecuentar cafeterías, el 46% prefiere ir a bares, y al 32% le gusta ir al cine. Estos datos nos permiten concluir que generalmente las personas prefieren frecuentar bares en su tiempo libre, el gráfico 2.5 muestra estos resultados en forma clara.

Datos	No de Personas	%
Librerías	7	2%
Cafeterías	80	21%
Bares	174	46%
Cine	121	32%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.5: Pregunta 4
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

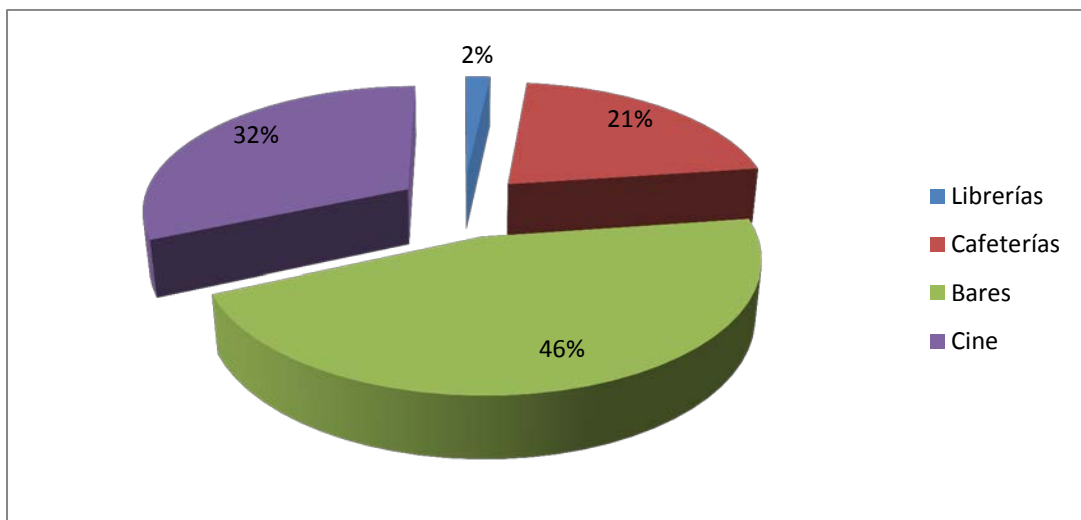


Gráfico 2.5: Pregunta 4
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

5. ¿Qué busca al momento de acudir a estos lugares?

El cuadro 2.6 establece que el 15% de los encuestados busca calidad al momento de frecuentar lugares como los mencionados en la pregunta 4 de esta encuesta, el 33% va por distracción, el 27% va para relajarse, el 7% va por los precios y el 18% busca variedad. Así se puede concluir que la mayor parte de personas va a estos lugares por distracción, tal como se ve reflejado en el gráfico 2.6.

Datos	No de Personas	%
Calidad	57	15%
Distracción	126	33%
Relajación	103	27%
Precio	27	7%
Variedad	69	18%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.6: Pregunta 5
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

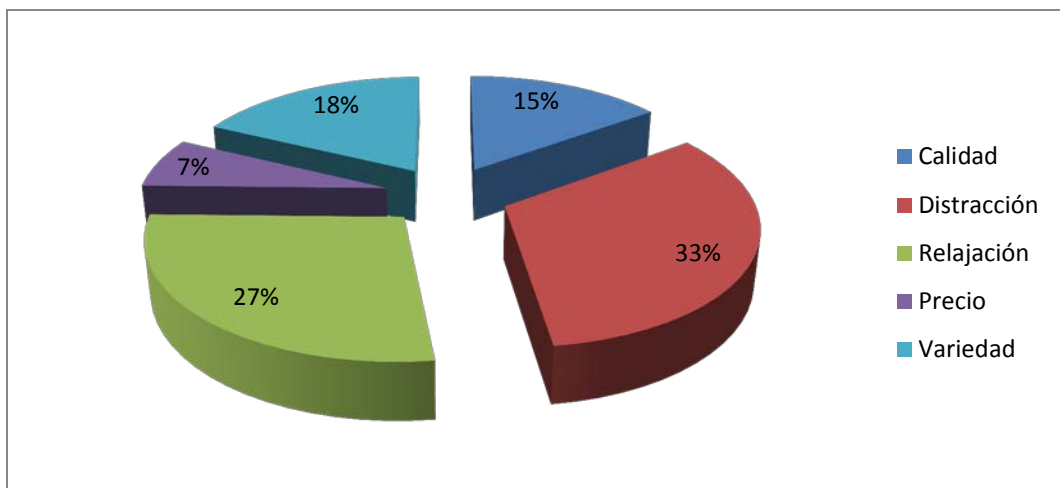


Gráfico 2.6: Pregunta 5
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

6. ¿Con qué frecuencia va a una librería?

Como se ve en el cuadro 2.7 el 14% de las personas encuestadas frecuenta una librería una vez a la semana, el 44% las frecuenta una vez al mes, el 24% va una vez al año, y un 18% no frecuenta librerías. Estos resultados establecen que un gran porcentaje de las personas encuestadas va a una librería una vez al mes, como se ve en el gráfico 2.7.

Datos	No de Personas	%
1 vez por semana	53	14%
1 vez por mes	168	44%
1 vez al año	92	24%
Ninguna	69	18%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.7: Pregunta 6
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

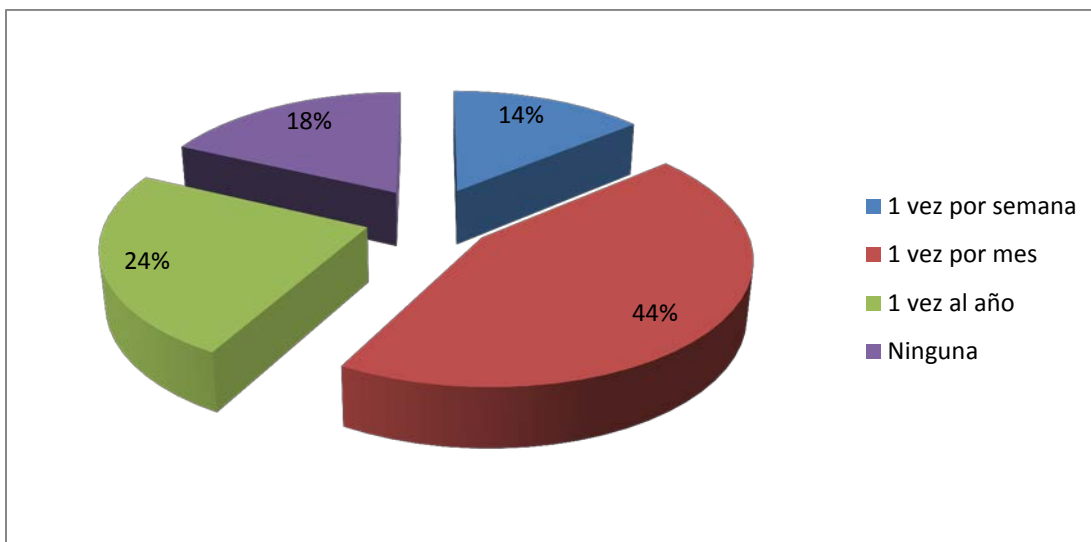


Gráfico 2.7: Pregunta 6
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

7. ¿Con qué frecuencia va a una cafetería?

En el cuadro 2.8 podemos ver que el 10% de los encuestados en la ciudad de Quito frecuentan una cafetería una vez a la semana, el 12% lo hace dos veces a la semana, el 18% va tres veces a la semana, el 6% frecuenta cafeterías cuatro veces a la semana, el 44% va una vez al mes y un 10% va más de dos veces al mes. Según los resultados obtenidos se puede establecer que un alto porcentaje de las personas encuestadas frecuenta una cafetería una vez al mes, tal como lo muestra el gráfico 2.8.

Datos	No de Personas	%
A la semana 1	38	10%
A la semana 2	46	12%
A la semana 3	69	18%
A la semana 4	23	6%
1 vez por mes	168	44%
Más de 2 veces al mes	38	10%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.8: Pregunta 7
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

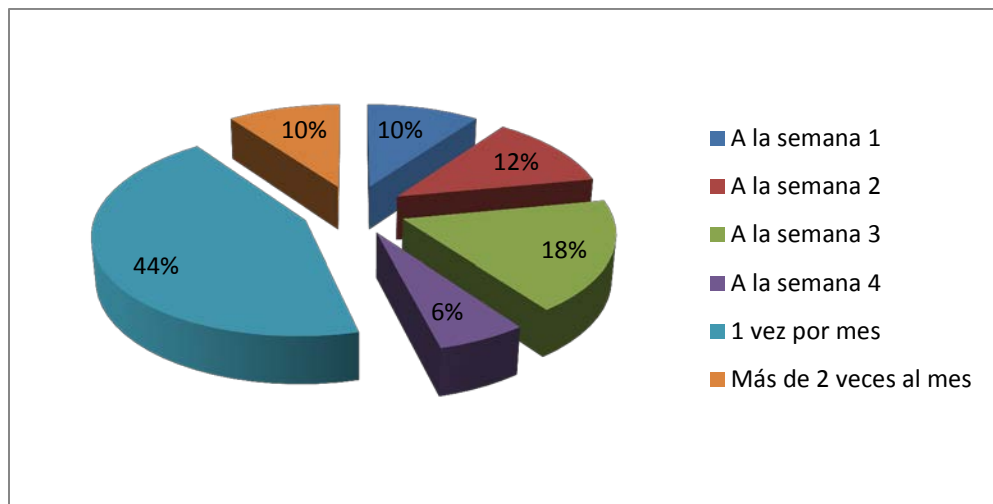


Gráfico 2.8: Pregunta 7
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

8. ¿Cuáles de estos lugares conoce?

Como se ve en el cuadro 2.9 el 20% de los encuestados conocen el Cafélibro, el 12% conoce la Liebre, el 18% conoce La Casa Humboldt, el 46% no conocen estos lugares, y un 4% conoce otros lugares, como el Mal Santiguado y El Ocho y Medio, según las respuestas que dieron las personas encuestadas. Con esta información se puede establecer que una gran parte de las personas encuestadas no conoce este tipo de lugares, en el gráfico 2.9 se puede ver estos resultados.

Datos	No de Personas	%
El Cafélibro	92	24%
La Liebre	43	11%
La Casa Humboldt	92	24%
Ninguno	142	37%
Otro	13	3%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.9: Pregunta 8
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

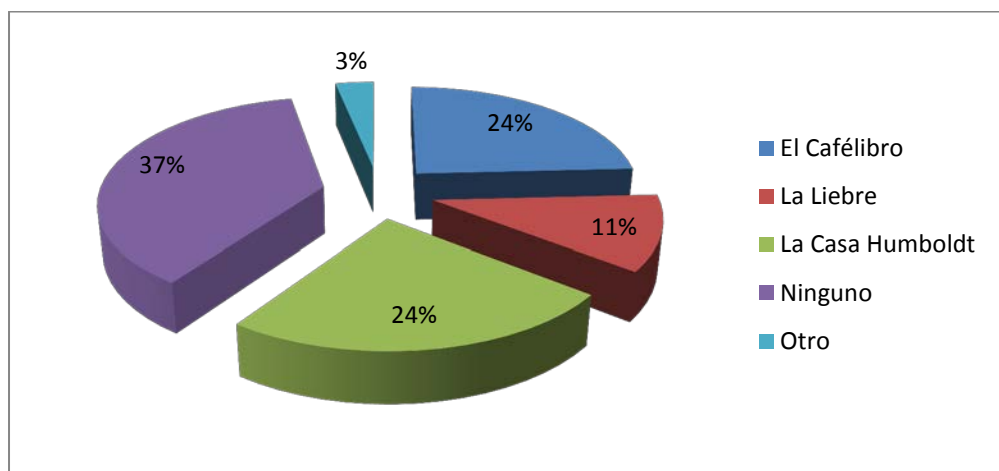


Gráfico 2.9: Pregunta 8
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

9. ¿Le gustaría que existiera en Quito un negocio que convine estos dos servicios (librería y cafetería)?

En el cuadro 2.10 se puede ver que al 100% de las personas encuestadas en la ciudad de Quito les gustaría que existiera en la ciudad un negocio que convine estos dos servicios (librería y cafetería). Como conclusión podemos decir que a la totalidad de las personas encuestadas les gustaría que haya un negocio de este tipo en la ciudad, en el gráfico 2.10 se puede ver este resultado claramente.

Datos	No de Personas	%
Si	382	100%
No	0	0%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.10: Pregunta 9
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

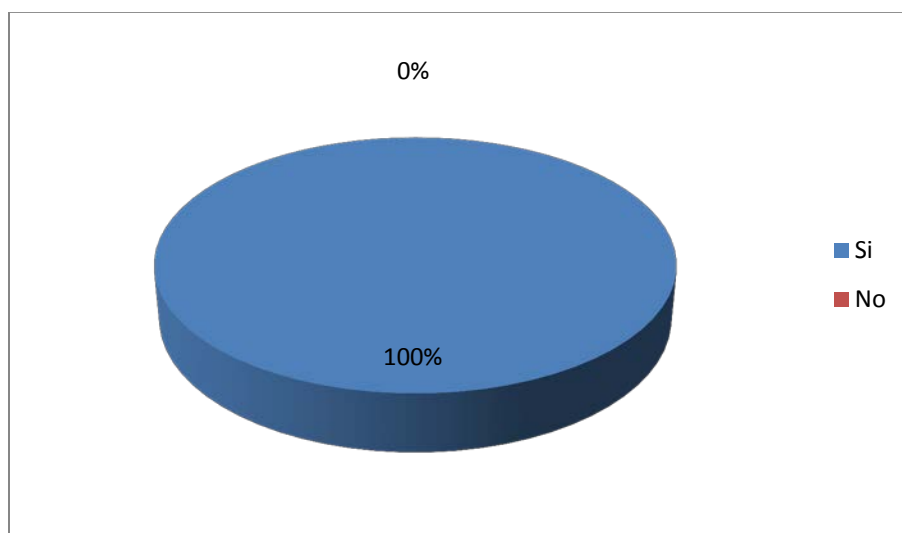


Gráfico 2.10: Pregunta 9
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

10. ¿En qué sector le gustaría que se encuentre el negocio?

En el cuadro 2.11 se ve que al 20% de los encuestados en la ciudad le gustaría que el negocio estuviera en la Gonzales Suarez, el 26% quisiera que estuviera en la Eloy Alfaro, al 34% le gustaría que estuviera en la República del Salvador, y un 20% quisiera que estuviese en otro lugar, como la Kennedy, la Amazonas, Iñaquito, Centro Histórico, Puembo, en la Diego de Vásquez o en Rodrigo de Chávez, según la respuesta que dieron las personas. Los resultados reflejan que un gran porcentaje de los encuestados quisieran que el negocio estuviera en la República del Salvador, el gráfico 2.11 muestra esta información.

Datos	No de Personas	%
Gonzales Suarez	76	20%
Eloy Alfaro	100	26%
República del Salvador	130	34%
Otros	76	20%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.11: Pregunta 10
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

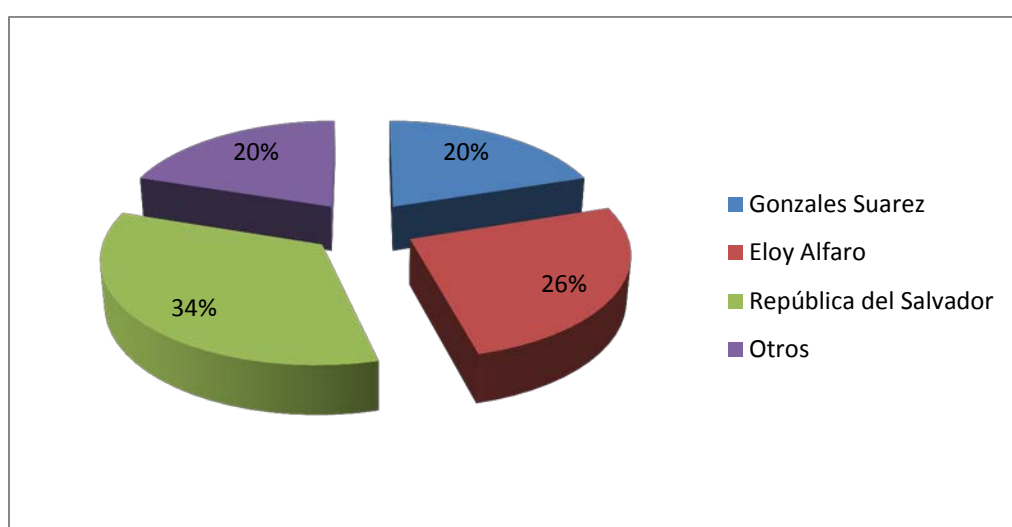


Gráfico 2.11: Pregunta 10
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un libro?

Como se puede ver en el cuadro 2.12 el 46% de los encuestados está dispuesto a pagar \$5 por un libro, el 14% pagaría \$10, el 22% está dispuesto a pagar \$15 y un 18% pagaría \$20 por un libro. Estos resultados indican que la mayor parte de los encuestados están dispuestos a pagar \$5, como se pueden ver reflejados en el gráfico 2.12.

Datos	No de Personas	%
\$5	176	46%
\$10	53	14%
\$15	84	22%
\$20	69	18%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.12: Pregunta 11
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

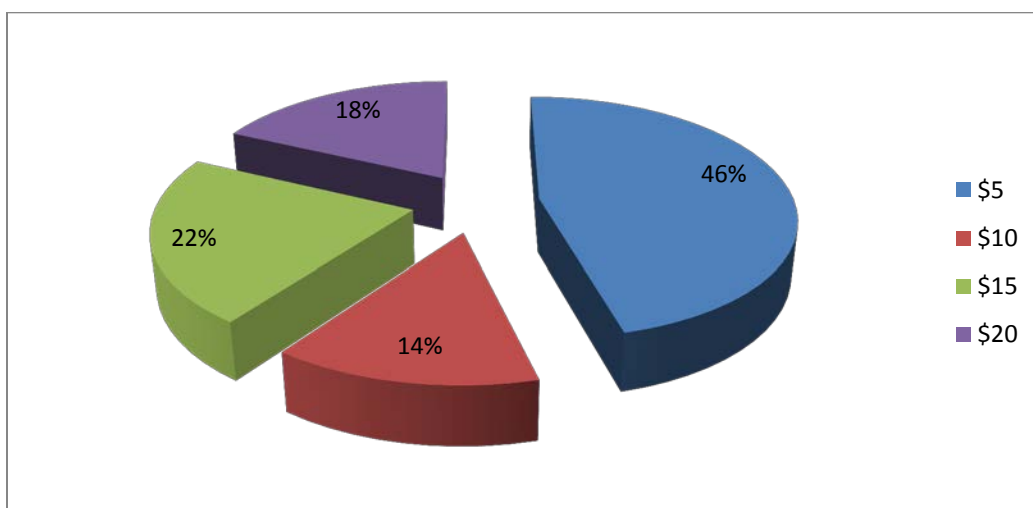


Gráfico 2.12: Pregunta 11
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

12. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en una cafetería?

En el cuadro 2.13 se puede ver que el 54% de los encuestados en la ciudad está dispuesto a gastar \$5 en una cafetería, el 26% gastaría \$10, el 16% gastaría \$15, y un 4% gastaría \$20 en una cafetería. Según los datos obtenidos la gran mayoría de los encuestados gastarían \$5 en una cafetería, estos resultados pueden verse claramente reflejados en el gráfico 2.13.

Datos	No de Personas	%
\$5	206	54%
\$10	100	26%
\$15	61	16%
\$20	15	4%
TOTAL	382	100%

Cuadro 2.13: Pregunta 12
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

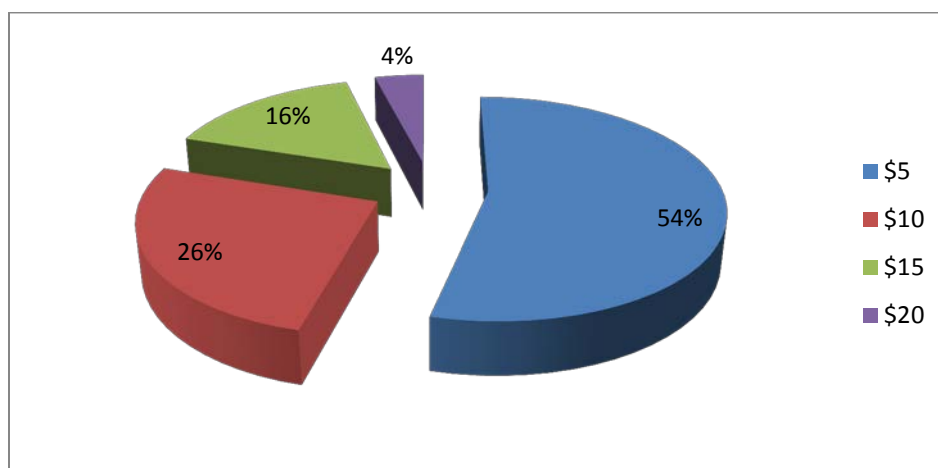


Gráfico 2.13: Pregunta 12
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Conclusiones Generales:

En base a la información obtenida en esta investigación de mercado realizada en el sector Norte de la ciudad de Quito a 382 personas, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ❖ Al 78% de las personas encuestadas les gusta la literatura, el arte, el teatro o la danza, y una gran parte de ellos, el 44% frecuenta una librería una vez al mes. De acuerdo a estos datos se concluye que las personas visitan una librería generalmente una vez cada mes.

- ❖ Al 76% de la población encuestada le gusta frecuentar una cafetería, de los cuales un 44% lo hace una vez al mes. Como conclusión se puede decir que las personas frecuentan cafeterías una vez al mes.
- ❖ A un 44% de las personas encuestadas les gusta escuchar música en su tiempo libre, y un 46% de ellos va a bares en su tiempo libre. En conclusión se puede decir que generalmente las personas prefieren estar en bares escuchando música.
- ❖ Lo que buscan las personas que frecuentan estos lugares es distraerse, reflejando así un 33% de las personas encuestadas.
- ❖ Los resultados establecen que un 37% de la población que fue encuestada no conoce lugares como el Cafélibro, la Liebre o la Casa Humboldt.
- ❖ Al 100% de los encuestados le gustaría que existiera en Quito un negocio que combine los dos servicios, la librería y la cafetería, de los cuales al 34% le gustaría que esté ubicado en el sector de la República del Salvador.
- ❖ El 46% de las personas encuestadas está dispuesto a pagar \$5 por un libro, mientras que un 54% pagaría \$5 en una cafetería.

2.2.3 Demanda Futura

Para el análisis de la demanda futura se utilizarán los datos de la población de la ciudad de Quito del año 2006 al 2010 indicados en el cuadro 2.1, con lo cual se podrá realizar la proyección para los próximos cinco años; como se muestra en la Tabla 2.1:

AÑOS	Población de Quito	PEA Quito	Clase Alta y Media/Alta de Quito	PEA de Clase Alta y Media/Alta (15 a 35 años)
2012	2,212,303	925,793	322,996	64,409
2013	2,243,089	958,460	327,491	66,534
2014	2,274,304	992,280	332,048	68,729
2015	2,305,953	1,027,294	336,669	70,996
2016	2,338,042	1,063,543	341,354	73,338

Tabla 2.1: Proyección Población de Quito

Fuente: INEC, Municipio de Quito

Elaborado por: El Autor

Como se puede observar en la tabla anterior para el año 2012 se tendrá una Población Económicamente Activa (PEA) pertenecientes a la clase socioeconómica Alta y Medio-Alta en el rango de 15 a 35 años de 64.409 habitantes en el Cantón Quito, y se espera tener para el año 2016 un total de 73.338 habitantes. Se llegó a este resultado en función de la tasa de crecimiento del 3.30% calculada en el cuadro 2.1 y la demanda histórica detallada en el mismo cuadro, esto es bueno ya que al incrementar el número de personas con ingresos fijos; es decir que tienen capacidad para pagar un producto de este tipo; el consumo en el negocio se incrementará.

2.3 Análisis de la Oferta

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores ponen a determinados precios en el mercado, a disposición de los demandantes para satisfacer sus necesidades.

El objetivo de realizar el análisis de la oferta es evaluar el comportamiento histórico presente y futuro de una determinada variable.

2.3.1 Oferta Pasada

Para el análisis de la oferta pasada se tomó en cuenta datos sobre el crecimiento en el número de librerías, cafeterías y negocios afines en el sector norte de la ciudad de Quito. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en sus documentos de Encuesta Anual de Restaurantes, Hoteles y Servicios muestra el número de establecimientos para cada uno de los rubros existentes en la ciudad de Quito en los años 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 y 2008; de lo cual se pudo identificar el número de librerías y cafeterías existentes en estos años con el porcentaje establecido en el mismo documento.

En la siguiente tabla podemos ver en detalle el crecimiento de estos negocios:

Años	Cafeterías	% de crecimiento	Librerías	% de crecimiento
2003	82	0.00%	275	0.00%
2004	96	17.07%	322	17.09%
2005	107	11.46%	333	3.42%
2006	78	-27.10%	408	22.52%
2007	101	29.49%	386	-5.39%
2008	102	0.99%	390	1.04%
	PROMEDIO	6.38%	PROMEDIO	7.73%

Tabla 2.2: Oferta Pasada de Librerías y Cafeterías

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: El Autor

Como se observa en el tabla anterior, el promedio de crecimiento de cafeterías es del 6.38% anual; con un aumento promedio de 4 cafeterías por año; teniendo en cuenta el número de cafeterías cada año. En cambio, el crecimiento promedio de las librerías es del 7.73%, incrementándose las librerías en un promedio de 23 cada año; según los datos históricos de librerías en cada año.

2.3.2 Oferta Presente

En el análisis de la oferta presente se tomó en cuenta la competencia directa e indirecta del negocio que se va a implementar en la ciudad de Quito. En cuanto a la competencia indirecta según datos del Municipio en lo que va del año 2011 existe un total de 300 librerías y 238 cafeterías, las cuales se dividen en Sociedades y Personas Naturales como se puede ver en el siguiente cuadro:

DETALLE	Sociedades	Personas Naturales	TOTAL
Librerías	54	246	300
Cafeterías	17	221	238
TOTAL	71	467	538

Cuadro 2.14: Oferta Librerías – Cafeterías 2011

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Elaborado por: El Autor

En forma más detallada en Quito existen un sinnúmero de librerías y cafeterías, como se muestra en los siguientes cuadros, y sus anexos respectivos (2 y 3):

Negocio	Nombre	Descripción del Producto
Librería	Librería Club Amigo del Libro	Comercialización y divulgación de colecciones de diversidad de libros
Librería	Librería Confederaye	Comercialización de libros nuevos y usados de habla inglesa, francesa o castellana
Librería	Librería Libri Mundi	Distribución y producción de los mejores productos y servicios culturales.
Librería	Librería Española	Comercialización de libros ecuatorianos
Librería	Librería Sagitario	Comercialización de libros
Librería	Abya - Yala	Comercialización y distribución de libros nacionales, pueblos indígenas
Librería	Mr. Books	Comercialización de libros, revistas y productos afines, de origen nacional e internacional

Cuadro 2.15: Competencia Indirecta Librerías

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

Negocio	Nombre	Descripción del Producto
Cafetería	Cielo Quiteño	Comida ecuatoriana, internacional y cafetería
Cafetería	Hasta la Vuelta Señor	Comida ecuatoriana, internacional y cafetería
Cafetería	Mi Cocina	Comida ecuatoriana, internacional y cafetería
Cafetería	Apricot	Cafetería/Bar
Cafetería	Azúcar y Canela	Antojitos y Cafetería
Cafetería	Búster Café	Cafetería
Cafetería	Butterfly	Cafetería, Sanduches
Cafetería	Cactus Café	Comida internacional y cafetería
Cafetería	Café Amaranto	Cafetería
Cafetería	Café Chi Quito	Cafetería
Cafetería	Café Cocalero	Cafetería
Cafetería	Café del Fraile	Cafetería
Cafetería	Café del Museo	Comida ecuatoriana, internacional y cafetería
Cafetería	Café Do Brasil	Cafetería
Cafetería	Sweet & Coffe	Cafetería
Cafetería	Hansel & Gretel	Comida internacional y cafetería
Cafetería	American Bagel	Cafetería
Cafetería	Mister Bagel	Cafetería
Cafetería	Juan Valdez Café	Cafetería
Cafetería	Modelo	Comida ecuatoriana y cafetería

Cuadro 2.16: Competencia Indirecta Cafeterías

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

Negocio	Nombre	Descripción del Producto
Librería - Cafetería	Cafélibro	Ofrece un espacio gratuito a los artistas que quieren crecer, y un menú variado en su cafetería.
	Casa Humboldt	El objetivo principal es la contribución al intercambio cultural entre Alemania y Ecuador, así como el fomento del idioma alemán.
	La Liebre	Comercialización de libros y videos, brinda un espacio cultural a artistas ecuatorianos, y servicio de cafetería.

Cuadro 2.17: Oferta Presente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

En el cuadro 2.17 podemos observar a los tres principales negocios en la ciudad de Quito que realizan actividades de librería, cafetería y desarrollo cultural. Los cuales serían la competencia principal de este negocio. Cabe indicar que se realizó una visita a cada uno de ellos para conocer en detalle la actividad que realizan, al igual que determinar la capacidad instalada operacional que tienen, lo que se puede ver en el siguiente cuadro:

Negocio	No de mesas	Puestos por mesa	TOTAL
Cafélibro	16	4	64
Casa Humboldt	16	3	48
La Liebre	10	4	40

Cuadro 2.18: Capacidad Instalada Operacional Competencia Directa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

Según los datos del cuadro 2.18 se puede establecer que el Cafélibro tiene capacidad para atender a 64 personas en un día, la Casa Humboldt puede atender a 48 personas y La Liebre a 40, lo que en suma da 152 personas diarias; al analizar el número de mesas que utilizan diariamente, el número de personas promedio por mesa, la rotación de las mismas al día y los días que trabajan, se pudo establecer un número de personas promedio semanal, con lo que se pudo establecer que los tres negocios abarcan un 43.78% del mercado total actual.

Escogimiento de la muestra:

La encuesta B (ANEXO No 4) se realizó con el fin de obtener información de la competencia directa del negocio, por lo cual se aplicó en cada uno de estos locales, en la tabulación de la encuesta se ve los resultados obtenidos.

Análisis y Tabulación de Datos de la Encuesta B:

Esta encuesta fue aplicada a las personas que frecuentan El Cafélibro, La Casa Humboldt y La Liebre, los cuales son la competencia directa de este nuevo negocio, y los resultados son los siguientes:

♦ Cafélibro

1. ¿Qué le gusta de este lugar?

En el cuadro 2.19 podemos ver que el 77% de los encuestados en el Cafélibro, va a este lugar por el ambiente, un 8% va por el servicio, otro 8% va por el producto que ofrece y un último 8% va por los precios. Estas respuestas indican que la gran mayoría de las personas encuestadas va al Cafélibro por el ambiente como se refleja en el gráfico 2.19.

Datos	%
El ambiente	77%
El servicio	8%
El producto	8%
Los precios	8%
TOTAL	100%

Cuadro 2.19: Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

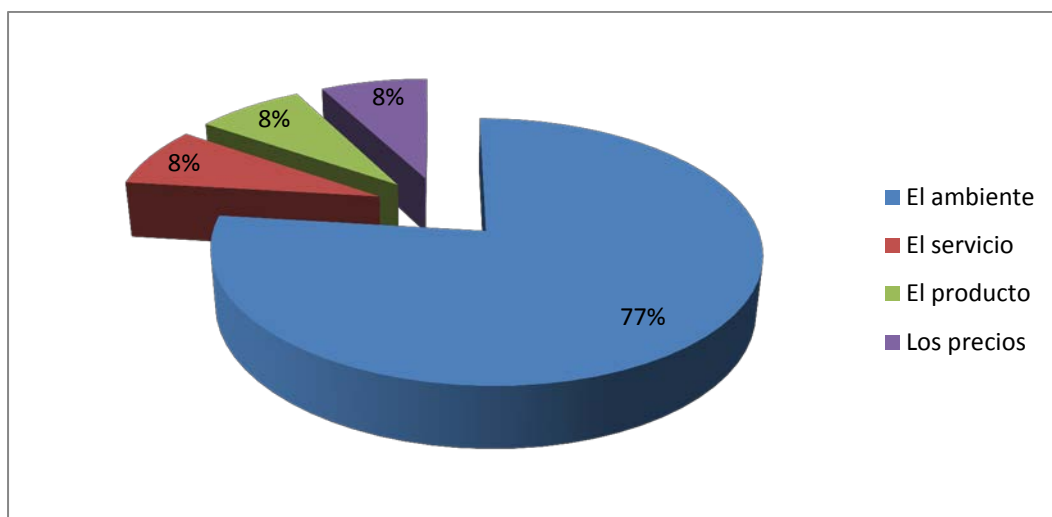


Gráfico 2.19: Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

2. ¿Cómo calificaría el servicio del lugar?

Como se puede ver en el cuadro 2.20 el 10% de los encuestados considera que el servicio que brinda el Cafélíbro es excelente, el 30% piensa que es muy bueno, el 50% cree que es bueno, y un 10% cree que es regular. Los datos antes mencionados indican que la mayor parte de los encuestados piensa que el servicio que brinda el Cafélíbro es bueno, esto se ve reflejado en el gráfico 2.20.

Datos	%
Excelente	10%
Muy Bueno	30%
Bueno	50%
Malo	0%
Regular	10%
TOTAL	100%

Cuadro 2.20: Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

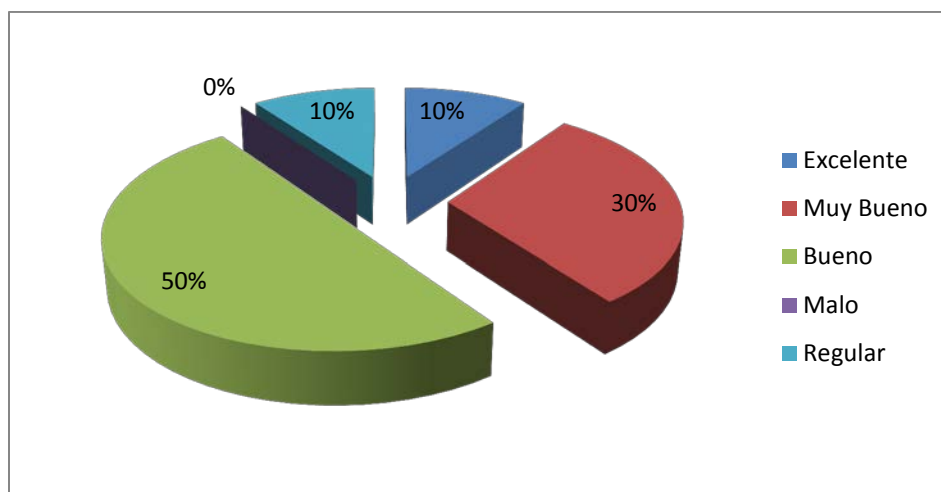


Gráfico 2.20: Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

3. ¿Cuántas veces viene a este lugar?

En el cuadro 2.21 se puede ver que el 60% de los encuestados en el Cafélíbro va dos veces a la semana, y el 40% va una vez al mes. Con este resultado se puede concluir que la mayoría de las personas encuestadas va dos veces al Cafélíbro, como se ve en el gráfico 2.21.

Datos	%
A la semana 1	0%
A la semana 2	60%
A la semana 3	0%
A la semana 4	0%
A la semana 5	0%
Al mes 1	40%
Al mes 2	0%
Al mes 3	0%
Al mes 4	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.21: Pregunta 3
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

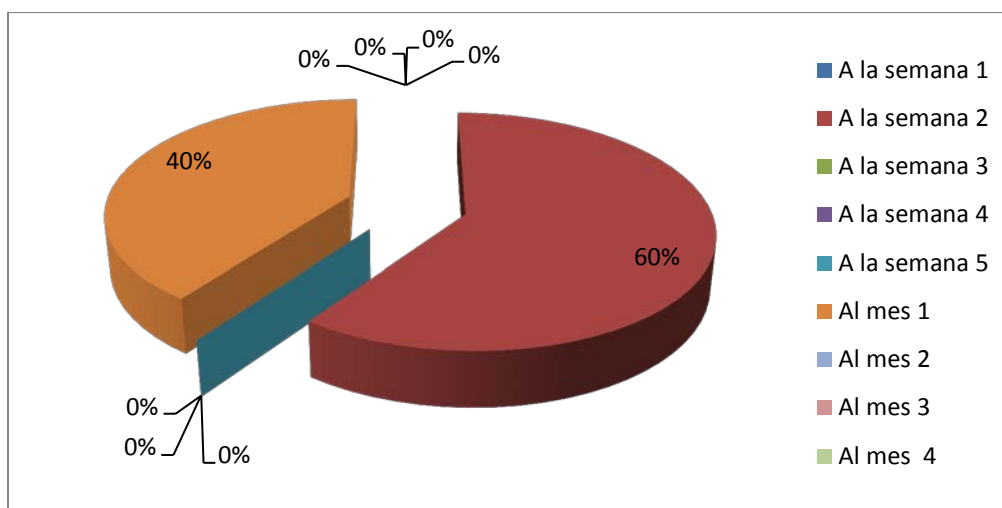


Gráfico 2.21: Pregunta 3
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

4. ¿Con quién viene generalmente a estos lugares?

El cuadro 2.22 nos indica que el 40% de los encuestados va con pareja al Cafélibro, y el 60% va con amigos. Según los resultados obtenidos la mayoría de los encuestados van al Cafélibro con amigos, esto se ve reflejado en el gráfico 2.22.

Datos	%
Solo	0%
Con pareja	40%
Con amigos	60%
Con familia	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.22: Pregunta 4
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

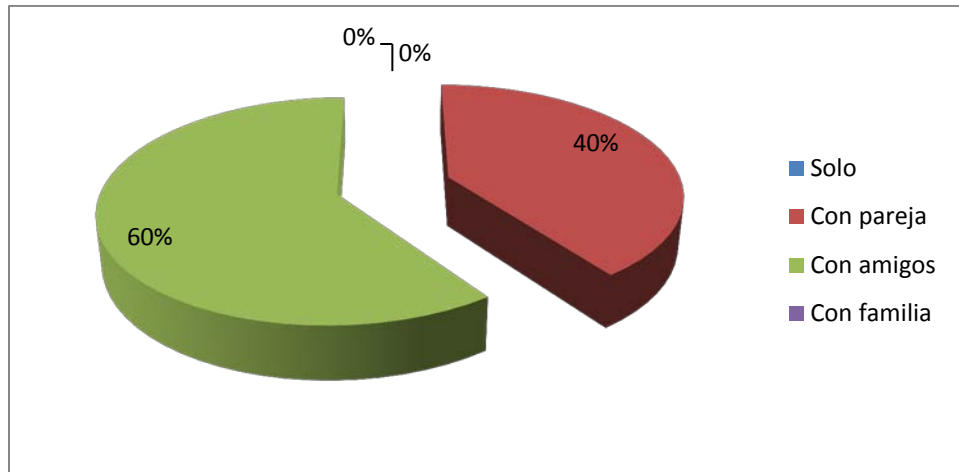


Gráfico 2.22: Pregunta 4
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

5. ¿Qué recomendaría que mejore el lugar?

Como se puede ver en el cuadro 2.23, el 11% de los encuestados piensan que el Cafélibro debería tener música en vivo, un 6% cree que debe tener más variedad de música, el 11% piensa que debe mejorar su servicio, un 6% opina que todo está bien, un 11% cree que deberían variar la música más temprano, un 11% piensa que deberían tener más variedad de comida, el 6% opina que deben mejorar la calidad de la comida, un 6% piensa que la ubicación y distribución de las mesas debe mejorar, el 11% piensa que la atención de los meseros debe mejorar, el 11% cree que la atención al cliente debe ser mejor, y un 11% piensa que debería tener parqueadero. Esto se ve claramente reflejado en el gráfico 2.23.

Datos	%
Música en vivo	11%
Tener variedad de música	6%
Mejoren el servicio	11%
Todo está bien	6%
Variar la música más temprano	11%
Más variedad de comida	11%
Mejorar la calidad de la comida	6%
Mejorar la ubicación y distribución de las mesas	6%
Mejorar la atención de los meseros	11%
Mejorar la atención del cliente	11%
Tener parqueadero	11%
TOTAL	100%

Cuadro 2.23: Pregunta 5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: EL Autor

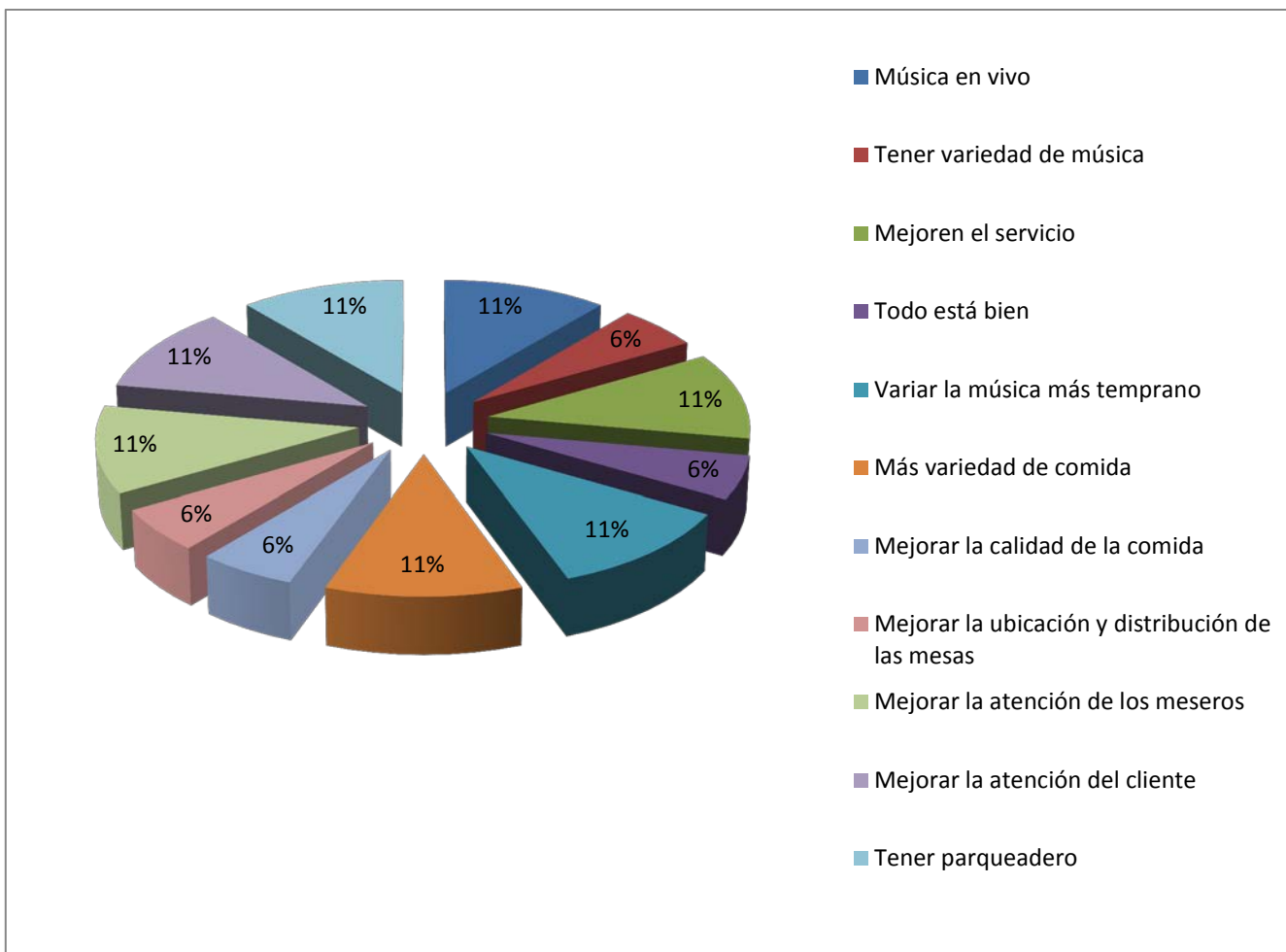


Gráfico 2.23: Pregunta 5
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Conclusiones Generales:

Una vez realizada la investigación de campo en el Cafélíbro aplicando la encuesta B a las personas que frecuentan el lugar, como conclusión de los resultados se puede decir lo siguiente:

- La mayor parte de los encuestados va al Cafélíbro por el ambiente que hay en el lugar. Por lo que se puede decir que lo que llama la atención y atrae a las personas es el ambiente que brinda a sus clientes.

- ▶ Gran parte de los encuestados opina que el servicio brindado por el Cafélibro es bueno, y piensan que los aspectos que deberían mejorar son la música, la comida, la atención al cliente, la distribución de las mesas y ampliar el área física para tener un parqueadero.
- ▶ Un gran porcentaje de los encuestados va al Cafélibro con amigos, y lo frecuentan dos veces a la semana como refleja el 60% de las personas que dieron esta respuesta.

♦ Casa Humboldt

1. ¿Qué le gusta de este lugar?

El cuadro 2.24 nos indica que el 40% de los encuestados va a la Casa Humboldt por el ambiente, el 33% va por el servicio, un 20% va por el producto y un 7% va por los precios. Estas respuestas establecen que la gran parte de los encuestados va a la Casa Humboldt por el ambiente, esto puede verse claramente en el gráfico 2.24.

Datos	%
El ambiente	40%
El servicio	33%
El producto	20%
Los precios	7%
TOTAL	100%

Cuadro 2.24: Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

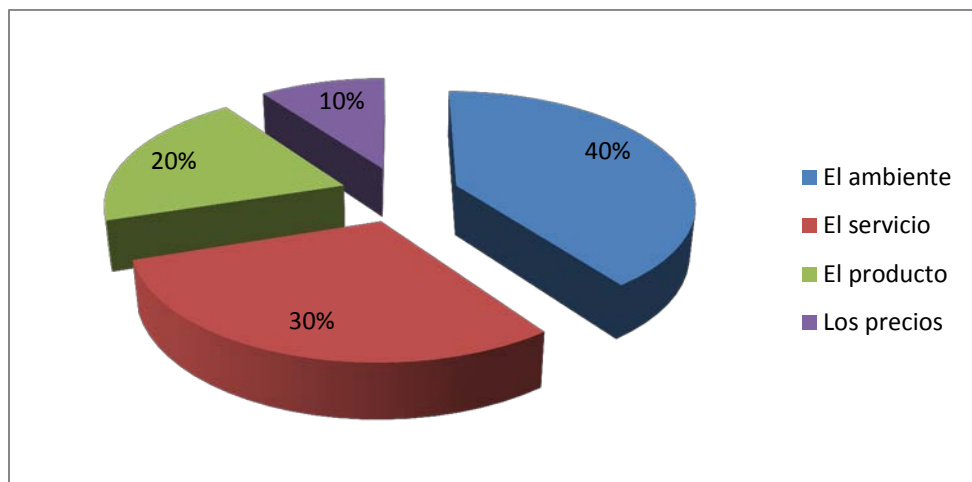


Gráfico 2.24: Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

2. ¿Cómo calificaría el servicio del lugar?

En el cuadro 2.25 podemos ver que el 90% de los encuestados en la Casa Humboldt piensa que el servicio es excelente, mientras que un 10% opina que el servicio es muy bueno. Estos datos establecen que la gran mayoría de los encuestados opina que el servicio que brinda la Casa Humboldt es excelente, esta información puede verse en el gráfico 2.25.

Datos	%
Excelente	90%
Muy bueno	10%
Bueno	0%
Malo	0%
Regular	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.25: Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

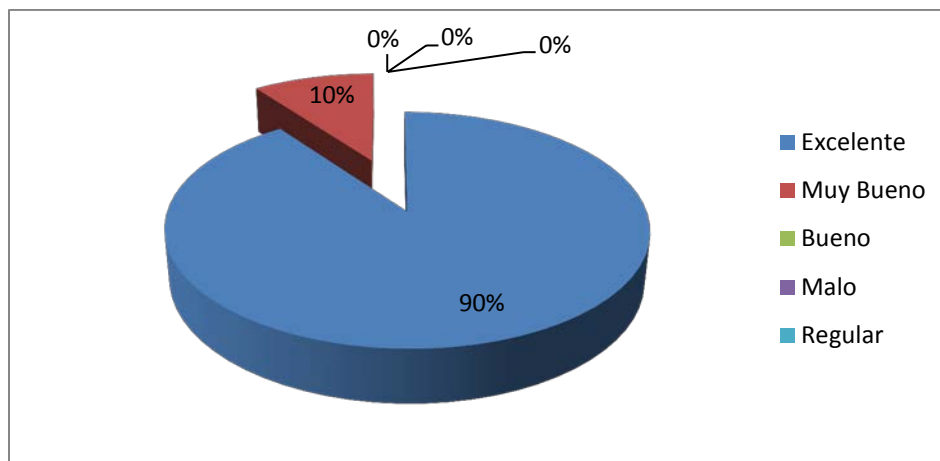


Gráfico 2.25: Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

3. ¿Cuántas veces viene a este lugar?

El cuadro 2.26 muestra que el 100% de los encuestados va a La Casa Humboldt cinco veces a la semana. Este resultado muestra que la totalidad de los encuestados va cinco veces a la semana a la Casa Humboldt, como puede verse en el gráfico 2.26.

Datos	%
A la semana 1	0%
A la semana 2	0%
A la semana 3	0%
A la semana 4	0%
A la semana 5	100%
Al mes 1	0%
Al mes 2	0%
Al mes 3	0%
Al mes 4	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.26: Pregunta 3
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

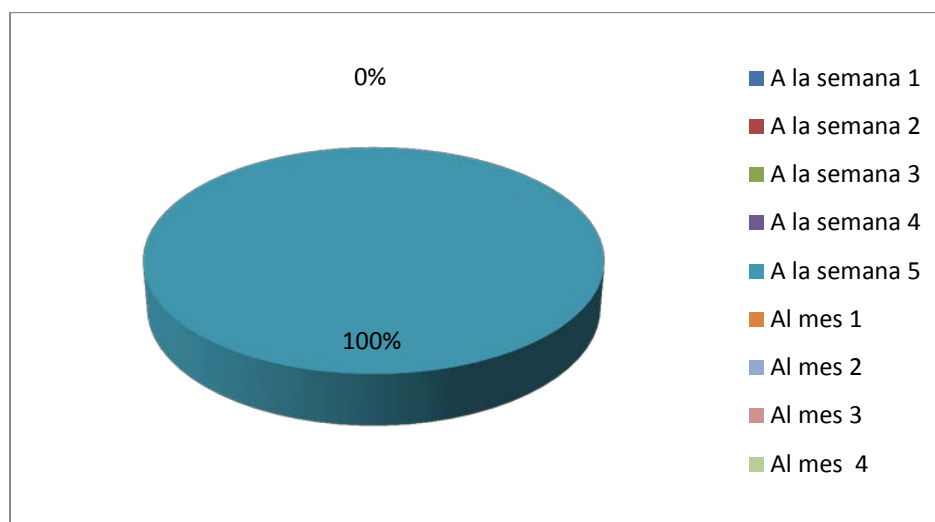


Gráfico 2.26: Pregunta 3
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

4. ¿Con quién viene generalmente a estos lugares?

Como se puede ver en el cuadro 2.27 el 100% de los encuestados va solo a la Casa Humboldt. Estos resultados indican que la totalidad de los encuestados va solo a la Casa Humboldt, como se refleja en el gráfico 2.27.

Datos	%
Solo	100%
Con pareja	0%
Con amigos	0%
Con familia	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.27: Pregunta 4
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

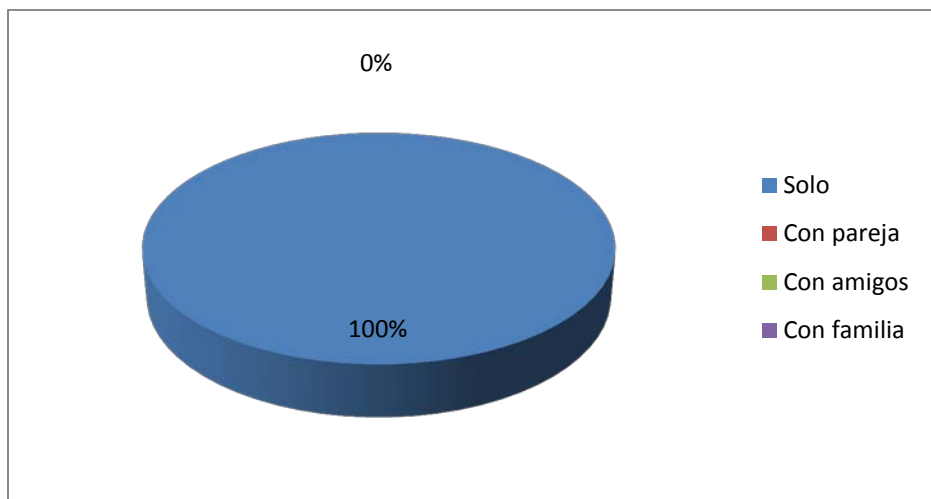


Gráfico 2.27: Pregunta 4
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

5. ¿Qué recomendaría que mejore el lugar?

En el cuadro 2.28 podemos ver que el 10% de los encuestados piensa que en la Casa Humboldt debería haber un área para fumadores porque el cigarrillo molesta a los clientes, el 10% cree que debe mejorar la presentación e infraestructura del lugar, un 10% piensa que debería haber más espacio físico, un 20% opina que debería haber más información para los clientes, un 20% piensa que debería haber más alternativas de comida en la cafetería, un 30% piensa que los precios de la cafetería deberían bajar y un 10% piensa que debería haber más alternativas de distracción, todo esto se puede ver en el gráfico 2.28.

Datos	%
El cigarrillo molesta a los clientes	10%
Mejorar la presentación y la infraestructura del lugar	10%
El espacio físico	10%
Más información	20%
Más alternativas de comida	10%
Precios más baratos en la cafetería	30%
Más alternativas de distracción	10%
TOTAL	100%

Cuadro 2.28: Pregunta 5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

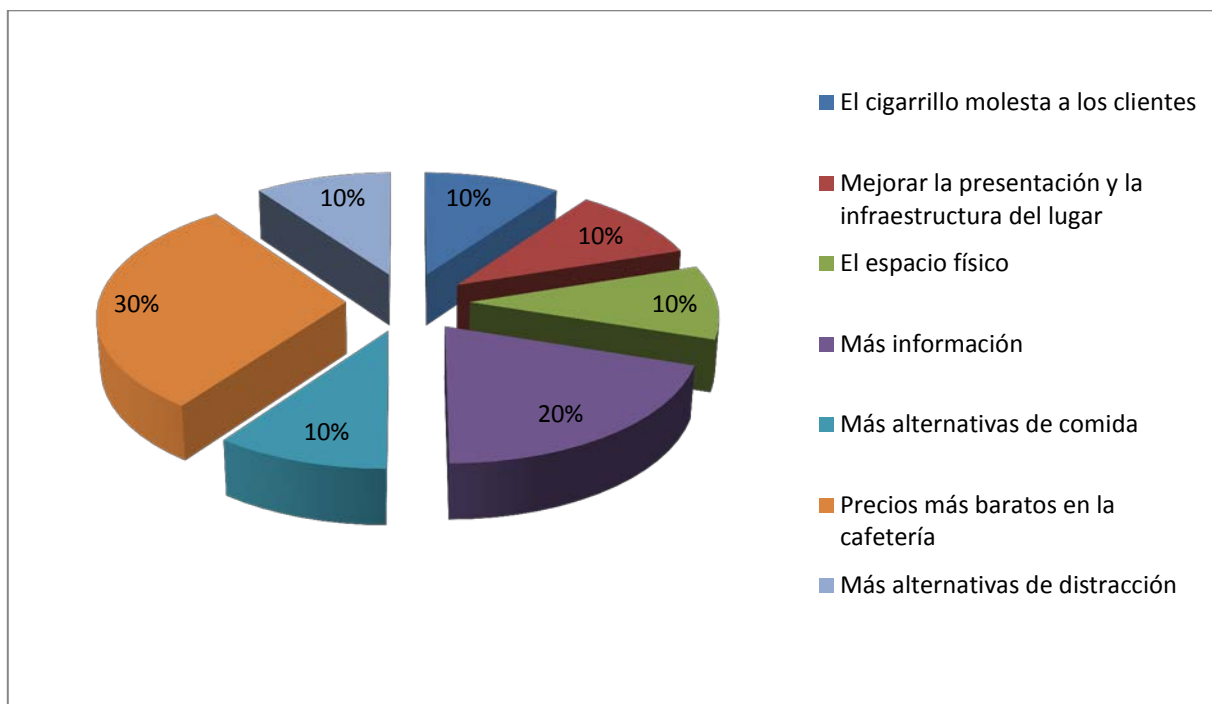


Gráfico 2.28: Pregunta 5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Conclusiones Generales:

- ▶ En su mayoría las personas encuestadas en la Casa Humboldt va por el ambiente que tiene el lugar. Por tanto se puede concluir que esto es lo que motiva y atrae los clientes del lugar.
- ▶ La gran mayoría de personas encuestadas en la Casa Humboldt opina que el servicio que brinda es excelente. Sin embargo hay cosas que opinan que deben mejorar, como ampliar el lugar para que los fumadores tengan un área aparte para ellos, que hay que mejorar la infraestructura y presentación del lugar, y que debería haber más información sobre el negocio, en cuanto a la comida piensan que debería haber más variedad a precios más bajos.
- ▶ La totalidad de los encuestados en la Casa Humboldt indicaron que van cinco veces a la semana y sin compañía a este lugar.

♦ La Liebre

1. ¿Qué le gusta de este lugar?

El cuadro 2.29 indica que el 30% de las personas encuestadas en La Liebre va a este lugar por el ambiente, otro 30% va por el servicio y un 40% va por el producto. Con estos resultados se puede establecer que la mayor parte de las personas encuestadas va a La Liebre por el producto que el lugar ofrece, el gráfico 2.29 refleja esta información.

Datos	%
El ambiente	30%
El servicio	30%
El producto	40%
Los precios	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.29: Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

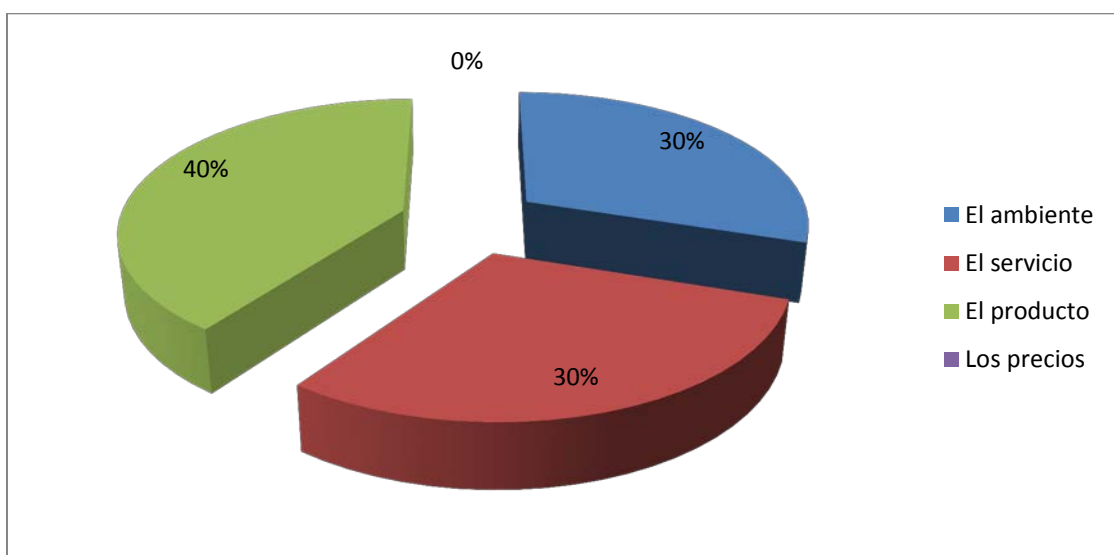


Gráfico 2.29: Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

2. ¿Cómo calificaría el servicio del lugar?

En el cuadro 2.30 se puede ver que el 20% de las personas encuestadas en La Liebre opina que el servicio que ofrece este lugar es excelente, el 40% piensa que es muy bueno y otro 40% cree que es bueno. En base a esta información se puede decir que gran parte de los encuestados califica el servicio de La Liebre como muy bueno y bueno, esto se puede ver en el gráfico 2.30.

Datos	%
Excelente	20%
Muy Bueno	40%
Bueno	40%
Malo	0%
Regular	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.30: Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

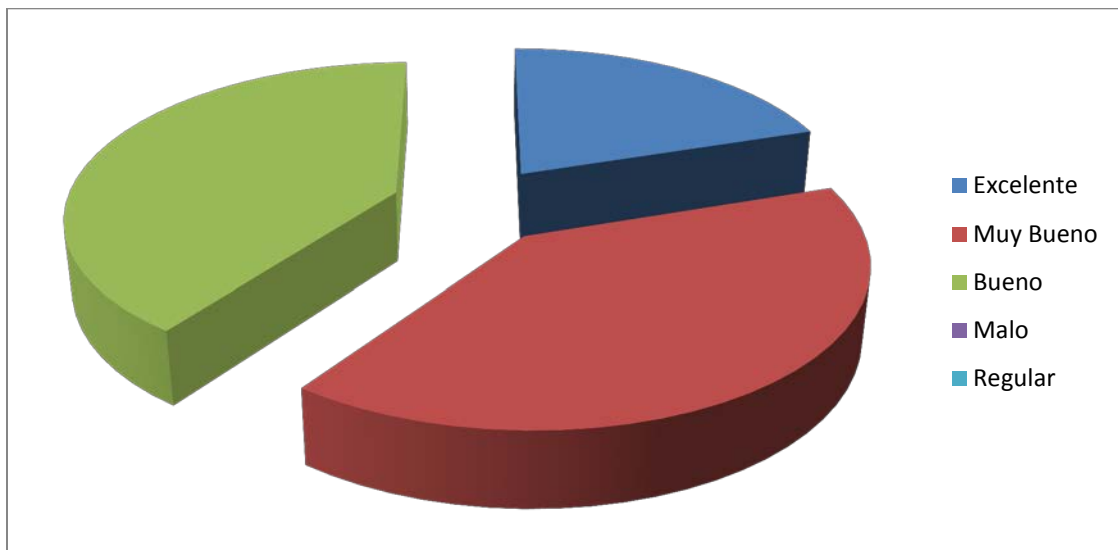


Gráfico 2.30: Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

3. ¿Cuántas veces viene a este lugar?

En el cuadro 2.31 se puede ver que el 10% de las personas encuestadas en La Liebre va a este lugar una vez a la semana, el 70% va una vez al mes y un 20% va dos veces al mes. Con esta información se puede establecer que gran parte de las personas encuestadas va a La Liebre una vez al mes como se ve en el gráfico 2.31.

Datos	%
A la semana 1	10%
A la semana 2	0%
A la semana 3	0%
A la semana 4	0%
A la semana 5	0%
Al mes 1	70%
Al mes 2	20%
Al mes 3	0%
Al mes 4	0%
TOTAL	100%

Cuadro 2.31: Pregunta 3
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

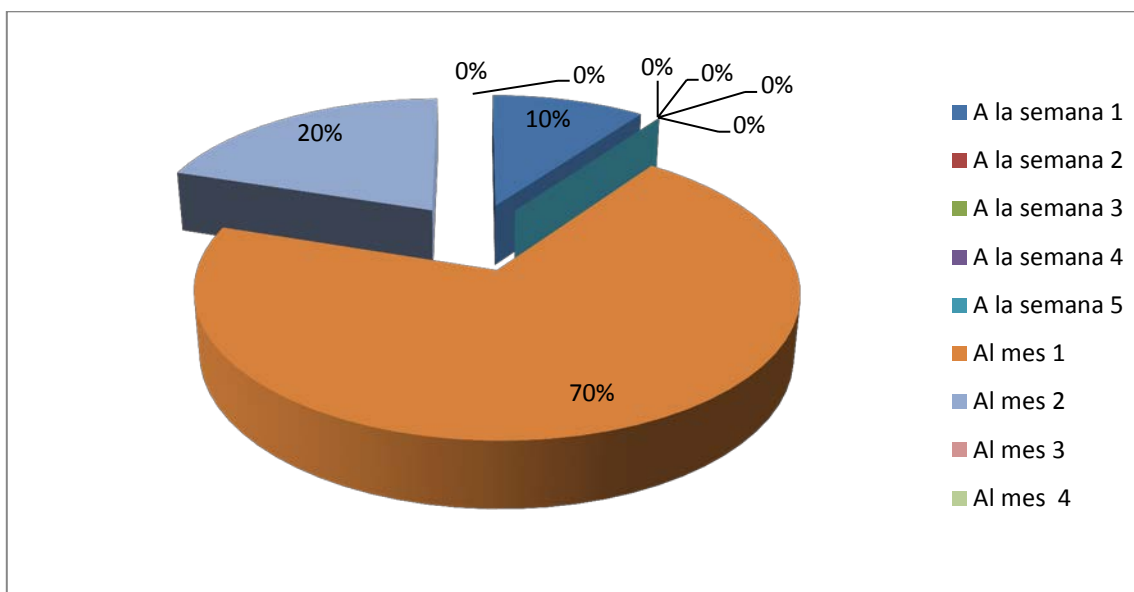


Gráfico 2.31: Pregunta 3
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

4. ¿Con quién viene generalmente a estos lugares?

El cuadro 2.32 indica que el 90% de las personas encuestadas en La Liebre asiste a este lugar con amigos, mientras que un 10% asiste con la familia. Con estos resultados se puede decir que gran parte de los encuestados va a este lugar con amigos, como lo refleja el gráfico 2.32.

Datos	%
Solo	0%
Con pareja	0%
Con amigos	90%
Con familia	10%
TOTAL	100%

Cuadro 2.32: Pregunta 4
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

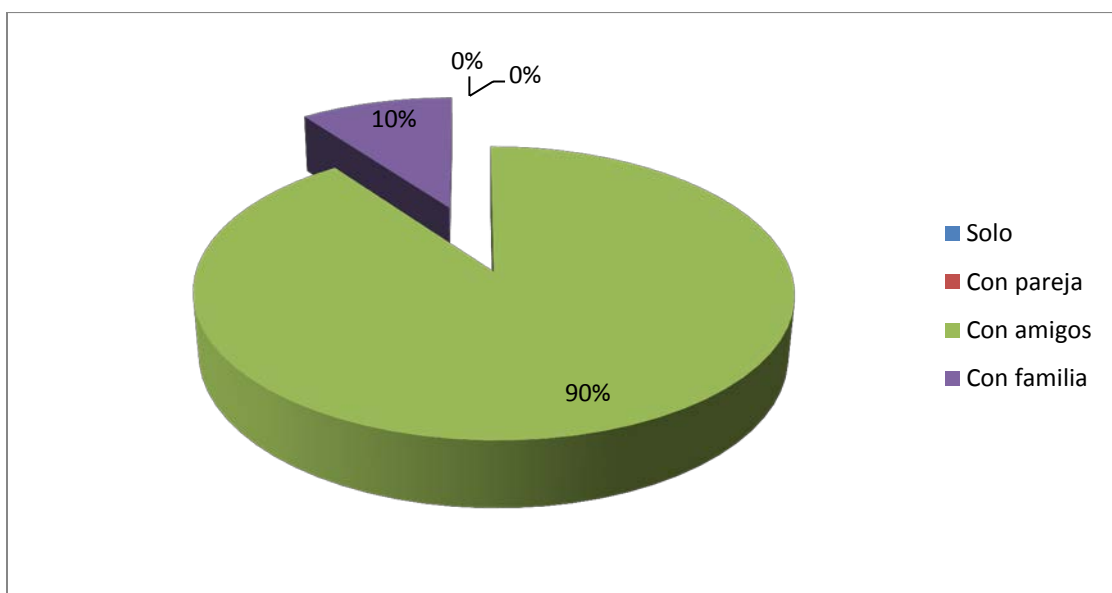


Gráfico 2.32: Pregunta 4
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

5. ¿Qué recomendaría que mejore el lugar?

El cuadro 2.33 establece que el 17% de las personas encuestadas en La Liebre piensa que el lugar debería tener baños para ambos sexos, otro 17% cree que debería haber más variedad de comida, un 17% opina que los baños deberían ser más limpios, un 33% opina que deberían mejorar la música, un 8% piensa que los precios deberían ser más bajos, y otro 8% cree que deberían mejorar las bebidas, todo esto se ve reflejado en el gráfico 2.33.

Datos	%
Poner baños para ambos sexos	17%
Más variedad de comida	17%
Limpiar los baños	17%
Mejorar la música	33%
Bajar los precios	8%
Mejorar las bebidas	8%
TOTAL	100%

Cuadro 2.33: Pregunta 5
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

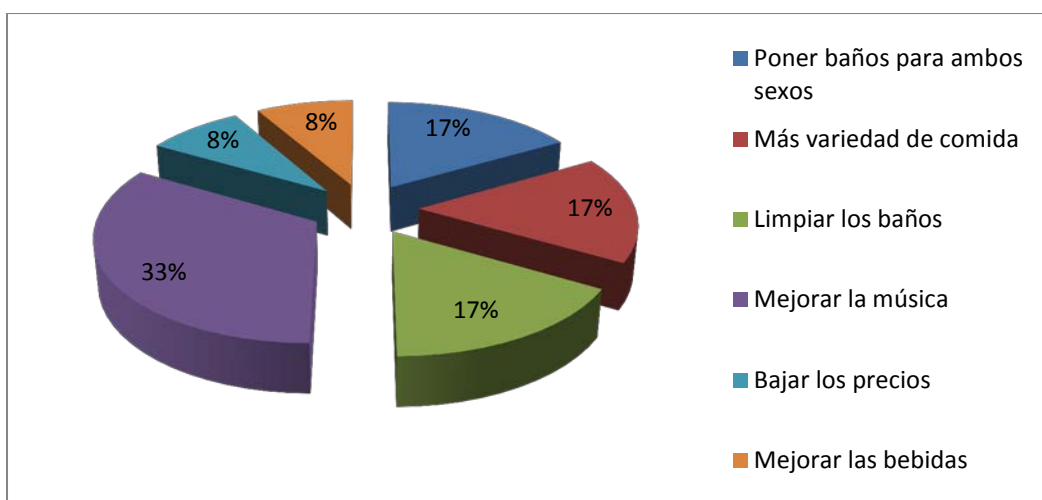


Gráfico 2.33: Pregunta 5
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Conclusiones Generales:

- ▶ Como conclusión podemos decir que gran parte de las personas va a La Liebre por los productos que el lugar ofrece. Por tanto se puede decir que esto es lo que los motiva a ir a La Liebre.
- ▶ La gran mayoría de las personas opina que el servicio que brinda el lugar es muy bueno, también creen que hay cosas que se deberían mejorar como los baños; poniendo uno para cada género y manteniéndolos más limpios; la comida y bebida; teniendo más variedad y precios más bajos; y hay que mejorar la música.
- ▶ La mayoría de las personas encuestadas indicaron que van a La Liebre una vez al mes a este lugar, y van acompañados de sus amigos en su gran parte.

2.3.3 Oferta Futura

Para establecer la oferta futura del negocio, se realizó la proyección del crecimiento de librerías y cafeterías en el cantón Quito, la Tabla 2.2 basada en los datos del INEC indica que la Tasa de Crecimiento Promedio fue del 6.38% para las cafeterías y del 7.73% para las librerías; con lo cual se pudo proyectar la oferta para los siguientes años, el mismo que se puede observar en el cuadro 2.34.

Años	Número de Librerías	Número de Caferías	TOTAL
2012	323	253	576
2013	348	269	618
2014	375	287	662
2015	404	305	709
2016	435	324	760

Cuadro 2.34: Proyección Librerías y Cafeterías
Investigación propia
Elaborado por: El Autor

2.4 Plan de Marketing Mix

El **marketing mix** es un conjunto de instrumentos tácticos controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo³⁵, esto incluye todas las medidas tácticas que una empresa puede tomar para influir en la demanda de sus productos.

Todas estas opciones se pueden agrupar alrededor de las “cuatro ps”: producto, precio, plaza y promoción.

Producto se refiere a la combinación de bienes y servicios que ofrece una empresa a su mercado objetivo.³⁶

Precio es la cantidad de dinero que debe pagar un cliente para obtener el Producto.

Plaza se refiere a todas las actividades que realiza la empresa para hacer accesible un producto a un público objetivo.³⁷

Promoción se refiere a todas las actividades que desarrolla una empresa para comunicar los méritos de sus productos y cuyo fin consiste en persuadir a los clientes para que compren.³⁸

Para que un plan de marketing sea efectivo debe combinar todos los elementos del marketing mix dentro de un programa coordinado. En síntesis marketing mix es el juego de herramientas de una empresa para poder establecer un posicionamiento fuerte en su mercado objetivo.

⁵ Philip Kotler, Gary Armstrong; 2004, pág. 60

⁶ Philip Kotler, Gary Armstrong; 2004, pág. 60

³⁷ Philip Kotler, Gary Armstrong; 2004, pág. 62

³⁸ Philip Kotler, Gary Armstrong; 2004, pág. 63

2.4.1 Producto

Este negocio está dirigido a personas de 15 a 35 años de edad pertenecientes a la clase socioeconómica media alta y alta. Se ofrecerá al público una combinación de dos servicios, los cuales brindarán relajación y diversión a la vez, ya que la librería-cafetería contará con una amplia gama de productos, los cuales estarán distribuidos entre estos dos servicios. A continuación se detalla las características de cada uno:

Librería:

La librería tendrá un espacio adecuado con mesas para que las personas puedan disfrutar de un buen libro; dentro de la librería, ubicada adecuadamente, habrá una sala donde las personas que quieran asistir al club de lectura que se ofrecerá podrán hacerlo tranquilamente. Contará también con un área de computadoras con internet que estarán a disposición del público.

Las secciones de la librería estarán ubicadas de la siguiente manera: novelas de todo tipo, poesía, ciencia y tecnología, variados como libros de psicología, filosofía, y generales tales como: libros de viaje, biografías, textos de estudio, entre otros; además habrá una sección internacional con libros en distintos idiomas para que los turistas también puedan disfrutar de un buen libro mientras están de visita en el país.

Los tipos de libros que se venderá en la librería fueron establecidos en base a las estadísticas de la Cámara Ecuatoriana del Libro, la cual indica que para el año 2010 hubo una producción de 4.164 Títulos con 12.078.136 Ejemplares. Los cuales están divididos en subsectores³⁹ de la siguiente manera:

³⁹ “**Subsector Editorial:** Los subsectores editoriales se refieren a la actividad principal de las empresas editoriales dentro de un área especial de temas.” Cámara Ecuatoriana del Libro

- **Interés General:** Obras de referencia y consulta, así como libros de literatura infantil, juvenil, adulta, filosofía, psicología, generales, etc.
- **Didáctico:** Exclusivamente textos escolares desde preescolar hasta secundaria y las ayudas denominadas paradidácticas o paraescolares
- **Científicos, técnicos y profesionales:** Libros técnicos, universitarios y especializados
- **Religiosos:** biblias, libros de teología cristiana, libros evangélicos, espirituales, otras religiones, etc.⁴⁰

Según los datos de la Cámara Ecuatoriana del libro los títulos más producidos en el 2010 fueron los de interés general con un 49% como se puede ver en el cuadro 2.35:

Subsector Editorial	TÍTULOS 2010	%
Interés General	2054	49%
Didácticos	1331	32%
Científicos, Técnicos y Profesionales	715	17%
Religiosos	64	2%
TOTAL	4164	100%

Cuadro 2.35: Subsector Editorial
Fuente: Cámara Ecuatoriana del libro
Elaborado por: El Autor

En las estadísticas también encontramos la producción de títulos por clasificación temática y los temas con mayor número de títulos como se puede ver en los cuadros 2.36 y 2.37:

⁴⁰ Cámara Ecuatoriana del Libro: El libro en el Ecuador, 2010, pág. 9

Tema General	TÍTULOS 2010	%
Generalidades	99	2%
Filosofía	127	3%
Religión	64	2%
Ciencias Sociales	2170	52%
Lenguas	87	2%
Ciencias Naturales y Matemáticas	212	5%
Tecnología (Ciencias aplicadas)	356	9%
Las Artes Bellas y Artes Decorativas	92	2%
Literatura y Retórica	849	20%
Geografía e Historia	108	3%
TOTAL	4164	100%

Cuadro 2.36: Tema General

Fuente: Cámara Ecuatoriana del libro

Elaborado por: El Autor

Temas	TÍTULOS 2010	%
Textos de Estudio	507	26.41%
Uso de libros de texto	259	13.49%
Literatura infantil/juvenil	239	12.45%
Novelística ecuatoriana	195	10.16%
Literatura (novela, cuento, poesía)	136	7.08%
Poesía ecuatoriana	117	6.09%
Ensayos ecuatorianos	115	5.99%
Estudio y enseñanza de la educación	67	3.49%
Religiosa	64	3.33%
Sociología y antropología	61	3.18%
Historia del Ecuador	59	3.07%
Derecho constitucional y administrativo	40	2.08%
Leyes (Estatutos), reglamentaciones	35	1.82%
Recursos naturales y energía	26	1.35%
TOTALES	1920	100%

Cuadro 2.37: Temas con mayor número de Títulos

Fuente: Cámara Ecuatoriana del libro

Elaborado por: El Autor

Por tanto según los porcentajes de temas con mayor número de títulos descrito en el cuadro 2.37 los temas escogidos para los libros que se venderán son los que más títulos tienen en su clasificación, es decir los más vendidos.

Los clientes podrán revisar los libros antes de comprarlos, tomando su tiempo para ver su contenido, y de esta manera puedan escoger el que más les guste; cosa que en otras librerías no se puede hacer.

También se ofrecerá al público clases de danza, teatro, y arte las mismas que serán impartidas por profesores especializados en cada materia, las clases se realizarán en el área designa para la librería o cafetería dependiendo del horario de atención y clases, adecuando el lugar para la actividad que se realizará. Cabe indicar que las clases se dictarán una vez que estemos posicionados en el mercado.⁴¹

Cafetería:

Este servicio contará con un variado menú de cafetería en comida nacional e internacional como son desayunos, panadería y pastelería, incluirá además snacks y picaditas de todo tipo. En el ANEXO No 5 se presenta el menú que ofrece la cafetería.

El menú será de un color sobrio, propio del arte, y tendrá fotografías de las distintas pinturas y obras de arte de artistas ecuatorianos, con su respectiva explicación y una pequeña reseña histórica de cada uno.

Todos los muebles de la cafetería serán de un estilo moderno en madera, y todo el local tendrá decoración alusiva al arte; fotografías de arte y artistas en las paredes, los manteles y servilletas tendrán un diseño que convine con el tema del arte y cultura. Todo esto le dará un ambiente tranquilo y agradable.

⁴¹ El sueldo de las personas que ayudarán en estas clases es de \$50 la hora. Este rubro se puede cubrir con el valor de imprevistos.

Además se adecuara estos dos espacios, la librería y cafetería, para la realización de las clases de arte, danza y teatro que se ofrecerá a los clientes. De igual manera se adecuara el lugar para realizar los distintos eventos como lanzamientos de libro, exposiciones de arte y obras de teatro y danza.

Para el servicio de librería con arte y cultura se contará con profesionales en estas materias, quienes impartirán las clases de literatura (club de lectura), arte, danza y teatro. De igual forma para la cafetería se contratará a un cocinero experto en comida nacional e internacional, y meseros capacitados en atención al público.

2.4.2 Precio

En base a las encuestas realizadas y a la información de la competencia indirecta; librerías y cafeterías de la ciudad de Quito; los precios que se establecerán en cada lugar serán los siguientes:

Librería:

Los precios de los libros tendrán una variación de \$5 hasta \$50 dependiendo del tipo de libro; si es novela, poesía, ciencia y tecnología, u otras categorías, si es nacional o extranjero, y del autor del mismo.

Cafetería:

Los precios de la cafetería oscilarían entre \$1 y \$11, como se detalla en el ANEXO No 5 donde se define el menú con sus respectivos precios.

2.4.3 Plaza

Este negocio estará ubicado en la Provincia de Pichincha, en el Cantón Quito, en el sector Norte de la ciudad, exactamente en la Avda. República del Salvador y Portugal, por la preferencia a este sector según la respuesta que dieron los futuros clientes a la pregunta 10 de la encuesta A. En esta zona se encuentra un local en arriendo el cual se puede apreciar en el ANEXO No 6.

2.4.4 Promoción

La publicidad de este negocio será a través de radio, televisión, prensa escrita e internet; dando a conocer al público los servicios que se ofrecen.

En las propagandas que se realicen se comunicará al público todos los productos, servicios y beneficios que brinda la librería-cafetería, haciéndoles llegar un mensaje de diversión y distracción alternativas con un sinnúmero de actividades para escoger.

La publicidad por radio y televisión será en los canales y emisoras más escuchados por el segmento al que está dirigido el negocio, en un horario pico para que el mensaje llegue al público objetivo. En la prensa escrita la publicidad se hará de igual forma en los diarios y revistas más utilizados por el segmento al que estamos dirigidos, esta tendrá información de la ubicación del negocio con todos los productos y servicios que se ofrecen.

Por internet la publicidad se manejará vía mail y redes sociales (facebook, twitter, etc.), donde se hará llegar a los clientes toda la información de nuestro producto, el menú de la cafetería, lista de libros que tenemos, horarios de las clases de arte, danza y teatro con los profesores para cada área, el cronograma de eventos que se realizaran en el negocio, lanzamientos de libro, obras de teatro y danza. También se creará una página web para el servicio donde se encontrará toda la información antes dicha.

2.5 Canales de Comercialización

El canal de comercialización que se utilizará en este negocio será directo, es decir vendedor-comprador, debido a que los clientes se acercarán directamente a las instalaciones y harán uso de ellas atendidos por el personal en cada área del negocio (librería y cafetería), por lo que no existirá ningún intermediario entre los dos.

El canal de distribución se refiere también a la forma en que llega el producto al cliente, es decir, en el caso de la cafetería la presentación de los platos y la temperatura adecuada, en el caso de la librería los libros deberán estar en buen estado, todas las computadoras deberán tener internet, las clases deberán ser dadas por personas que dominen cada área. Por esto es importante hablar con el personal de cada área para manejarlo de la mejor manera y brindar un buen servicio a los clientes.

CAPÍTULO III

3. Estudio Técnico, Administrativo y Legal

3.1 Estructura administrativa

3.1.1 Misión, Visión y Valores Corporativos

➤ Misión

“Ofrecer al público una alternativa diferente de distracción y relajación, brindando un servicio eficiente y de calidad al tener más de una alternativa para escoger.”

➤ Visión

“Ser la empresa número uno en el mercado ofreciendo estos servicios, logrando ampliar el negocio a nivel nacional; con un enfoque internacional.”

➤ Valores Corporativos

Los valores que todos los que integran la empresa deberán tener son los siguientes:

- Trabajo en equipo
- Colaboración
- Justicia
- Igualdad
- Honestidad

- Respeto
- Lealtad
- Disciplina
- Responsabilidad
- Confianza

3.1.2 Organigrama Estructural

El organigrama es un esquema que representa de modo gráfico y formal la estructura de la empresa, en los distintos departamentos y jerarquías; este término se utiliza también para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realiza en el marco de los procesos de la entidad. Esto permite analizar la estructura de la organización y cumple con un rol informativo, ya que ofrece información de las características generales de la organización.

La librería – cafetería contara con el personal necesario para desempeñar un correcto funcionamiento y poder brindar a los clientes que visiten el negocio un servicio de primera calidad.

3.1.3 Personal Requerido



Cuadro 3.1: Organigrama Estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El Autor

➤ Manual de Funciones

JUNTA DE ACCIONISTAS

Es el máximo órgano de decisión de la compañía, la cual está constituida por los socios que conforman la empresa.⁴²

⁴² Silvia Carolina Almache Sierra, 2010, pág. 130

GERENTE GENERAL

Es la persona que ejerce autoridad sobre el personal a su cargo y está encargado de coordinar y dirigir todas las actividades que se realizan en la empresa. El Gerente General depende directamente de la Junta de Accionistas.

ADMINISTRACIÓN

La administración estará conformada por el contador, a continuación se explica el desempeño del mismo:

- **Contador:** Es el encargado de llevar y registrar todas las actividades económicas; tales como los ingresos y gastos que se efectúen en la empresa; y es responsable también de cuidar el normal desenvolvimiento del mismo.

CAFETERÍA

En la cafetería trabajará el mesero y el cajero, a continuación la función de cada puesto:

- **Meseros:** Es el encargado de ubicar a los clientes en las mesas; cuando él los recibe; tomar la orden, servir el pedido y pasar la cuenta. Todo esto de una forma amable, cortés y con desempeño eficiente. También deberá limpiar y arreglar el salón antes, durante y después de la apertura del negocio.
- **Cajero:** Es el responsable de dar la cuenta, recibir el pago y emitir la factura.

LIBRERÍA

En la librería trabajara el vendedor, a continuación la explicación:

- **Vendedor:** Es la persona encargada de recibir y atender a los clientes que vienen al lugar.

COCINA

El personal de la cocina estará conformado por cocinero y el auxiliar de cocina, la descripción de cada uno a continuación:

- **El Cocinero:** Se encarga de la preparación de los platillos que los clientes ordenaron.
- **Auxiliar de cocina:** Es la persona que ayuda en la preparación de los pedidos, y todas las actividades que se realiza en la cocina.

SEGURIDAD

En el área de seguridad trabajara el guardia del lugar el cual está encargado de velar por el bienestar de los clientes y empleados del negocio, tanto dentro como fuera del local, con la finalidad de brindar confianza y seguridad a las personas que visiten el negocio.

3.2 Marco Legal y Requisitos para abrir un local de Servicios

Este negocio será constituido como una empresa de Responsabilidad Limitada, el cual se encargará de brindar los servicios de librería y cafetería en la ciudad de Quito.

Los pasos y procedimientos para la constitución de una compañía de estas características se dan a conocer a continuación:

1. Registro Único de Contribuyentes para Personas Jurídicas:

Los requisitos que se necesitan para registrar una sociedad en el Servicio de Rentas Internas (SRI) son los que se detallan a Continuación:

- Los formularios RUC01-A y RUC01-B (ANEXOS No 7 y 8), debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador.
- Identificación de la sociedad:

► Bajo control de la Superintendencia de Compañías:

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domicilio inscrita en el Registro Mercantil.
 - Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, actos jurídicos y accionistas).
- Identificación del representante legal:

► Bajo control de la Superintendencia de Compañías, Civiles y Comerciales:

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- **Ecuatorianos:** Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por el Consejo Nacional Electoral o Provincial.

- **Extranjeros:** Original y copia a color de la cédula vigente.
 - **Extranjeros no Residentes:** Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:

► **Bajo control de la Superintendencia de Compañías, Civiles y Comerciales:**

- Original y copia de la plantilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las plantillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o de internet. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia del Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancaria y de tarjeta de crédito.

Sacar el RUC no tiene costo alguno, y tampoco tiene fecha de caducidad.

2. Búsqueda Fonética:

Para poder establecer si el nombre que tendrá el negocio ya existe es necesario realizar la búsqueda fonética en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), y los requisitos para poder realizar esto son:

- Formulario de Solicitud de Búsqueda Fonética (ANEXO No 9)
- Comprobante de pago por concepto de búsqueda fonética

El valor aproximado de este trámite es de \$13 del formulario, y el trámite cuesta aproximadamente \$8,20. Lo que da un total de \$21,20 y no tiene fecha de vencimiento.

3. Informe de Regulación Metropolitana:

Los requisitos para obtener el Informe de Regulación Metropolitana (IRM) son los siguientes:

- Formulario de solicitud para obtener el IRM (ANEXO No 10)
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica
- Original y copia del comprobante del impuesto predial

El costo de este trámite es de \$ 2 que es el valor del formulario., y una vez obtenido no tiene tiempo de vigencia.

4. Patente Municipal:

Los requisitos para poder sacar el Registro de Patente son los siguientes:

- Formulario de declaración del impuesto de patentes. (ANEXO No 11) (Este formulario se lo compra en la tesorería de la administración zonal de su establecimiento. Cuesta 20 centavos)
- Original y copia de la cédula de identidad del propietario o representante legal.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Clave catastral (Se la obtiene en la ventanilla de información de la administración).

La Patente Municipal deberá ser obtenida en un plazo de treinta días posterior al último día del mes en que se inicio la actividad; o, dentro de los treinta días siguientes al último día del año.

El costo de realizar este trámite es de \$ 200,00 y no tiene fecha de vencimiento.

5. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:

Para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, es necesario contar con los siguientes requisitos:

- Formulario (ANEXO No 12)
- Solicitud de inspección del local
- Informe Favorable de la Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia de la patente municipal

El permiso de funcionamiento tiene una vigencia de un año (365 días), y el valor del formulario es de \$1,00, las inspecciones y re-inspecciones no tienen costo alguno.

6. Uso de Suelo

Para obtener el permiso de Uso de Suelo hay que presentar los siguientes requisitos en la Administración Zonal respectiva:

- Solicitud en papel simple con los timbres detallados: tipo, nombre o razón social, ubicación del establecimiento y actividad.
- Informe de regulación metropolitana (IRM) original
- Copia de la cédula y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.

Este trámite cuesta \$1,70 y no tiene tiempo de vigencia.

7. Impuesto Predial:

El impuesto predial es el pagado por el propietario del inmueble a la Administración Zonal correspondiente. Junto al impuesto predial se paga:

- La tasa de seguridad ciudadana
- El impuesto para el Cuerpo de Bomberos
- Contribución para el sistema de alcantarillado y agua potable y por mejoras que se hayan realizado en los barrios

8. Registro en el Ministerio de Turismo:

Los requisitos para obtener el Permiso para Operar del Ministerio de Turismo, son los siguientes:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Hay que renovar este permiso de operación hasta el 28 de febrero de cada año.

9. Licencia de Funcionamiento:

Para tener la licencia de funcionamiento del Municipio se necesitan los siguientes requisitos:

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento (ANEXO No 12)
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- Copia de la papeleta de votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo
- Carné de salud del personal que manipula alimentos

Licencia Metropolitana de Funcionamiento tendrá vigencia de dos años fiscales, contados desde el primero de enero hasta el treinta y uno de diciembre de cada año.⁴³

10. Licencia Única de Actividades Económicas:

Los requisitos para sacar la Licencia de Actividades Económicas son los siguientes:

- Formulario Único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas -LUAE-, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o Representante legal. (ANEXO No 13)
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación de las últimas elecciones (persona natural o representante legal).

⁴³ Ordenanza 283 que Regula el Funcionamiento de la Licencia de Funcionamiento, Pág. 4

- Informe favorable de compatibilidad de uso de suelo (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).
- Certificado ambiental (para el caso del sector turístico a excepción de agencias de viajes y transporte turístico).
- Original de la declaración del 1.5 x mil sobre los activos totales del año inmediato anterior (para personas jurídicas y personas naturales obligadas a llevar contabilidad).

11. Permiso Sanitario de Funcionamiento:

Para poder obtener el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, se requiere lo siguiente:

- Formulario de solicitud; sin costo; llenado y suscrito por el propietario. (ANEXO No 14).
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50 7.
Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

El costo de este trámite es de \$104.84 y no tiene tiempo de vigencia.

12. Registro del Medio Ambiente del Municipio:

Los requisitos para la obtención del Certificado del Medio Ambiente (CA) del Municipio, son los siguientes:

- Estar registrado en la DMMA
- Contar con un informe técnico emitido por la DMMA o su delegado, en el que consten los cumplimientos de la GPA.
- Presentar el comprobante de pago por los servicios administrativos correspondientes, emitidos por las oficinas de recaudación municipales.

El costo del Certificado de Medio Ambiente es el establecido en la tabla No 2 de la Ordenanza 213 del Distrito Metropolitano de Quito, y tendrá una vigencia de dos años, y para la renovación habrá que presentar una solicitud dentro del último trimestre de vigencia del CA.

3.3 Conceptualización y Objetivo del Estudio de Técnico

Este análisis se basa en verificar la factibilidad de producir un determinado producto o servicio, esto se realiza mediante la determinación de la localización y tamaño optima de la planta, al igual que la disponibilidad de capital y la inversión que se requiere para poner en marcha el proyecto.

Por tanto podemos decir que: “El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.”⁴⁴. Es decir, el estudio técnico responde las incógnitas sobre la necesidad de capital, mano de obra, materiales, tecnología, infraestructura; y todo lo necesario para poner en marcha el proyecto; al igual que la inversión en estos elementos.

⁴⁴ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; 2000; pág. 21

El estudio técnico puede definirse también como el proceso para determinar la localización óptima del negocio, la construcción del mismo, en base a las necesidades de los futuros clientes, al igual que el uso adecuado del espacio en las diferentes áreas: librería, cafetería, salones de exposición, teatro, y las demás áreas que constituyen el negocio.

El objetivo principal del Estudio Técnico es determinar la localización y tamaño óptimo del negocio con el fin de poder atender las necesidades del mercado objetivo, en un aspecto micro y macro de todas las opciones que ofrece el mercado para así poder determinar la alternativa más adecuada para el proyecto y la más rentable.

De igual forma en este análisis se detallan el proceso productivo, de tal manera que se optimicen los recursos con los que dispone la empresa, tales como: insumos, materia prima, equipos, herramientas y maquinaria; lo mismo que la cantidad de cada uno de estos.

También se establece el diseño y distribución de todas las instalaciones que forman la empresa. Finalmente se establece la estructura organizacional con que funcionará la empresa.

3.4 Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto puede ser determinado en diferentes aspectos como son: el tamaño físico del negocio, la magnitud del mismo; es decir, si es una micro, pequeña, mediana o gran empresa; el capital con el que se cuenta para iniciar el negocio, el volumen de producción también es importante en este punto. A continuación se especifica cada una de las áreas antes mencionadas:

Magnitud del Negocio:

La magnitud del negocio estará determinado por dos variables fundamentales como son: la demanda insatisfecha en el mercado al que está dirigido; la inversión en materia prima,

insumos y suministros para el buen desempeño del negocio; y la capacidad máxima del negocio.

Estos puntos pueden ser determinados de la siguiente manera:

La demanda insatisfecha está determinada por el número de personas a las cuales les gustaría que en la ciudad de Quito existiera un negocio que convine estos dos servicios, librería y cafetería, y que acuden frecuentemente a estos establecimientos. Estos datos se pueden ver en las repuestas a las preguntas: 6 de la Encuesta A con la que se determino que un 44% de la población encuestada acude a librerías una vez por mes, 7 de la misma encuesta, donde se estableció que un 44% acude a cafetería una vez al mes, y la pregunta 9 en la cual a la totalidad de las personas encuestas les gustaría que existiera un negocio de este tipo.

La inversión que se realice en materia prima, insumos y suministros que se necesitan para el funcionamiento de este negocio será en base a la producción del negocio.

De acuerdo al horario de atención de los negocios similares; competencia directa; se estableció que el negocio atenderá de martes a sábado, y el horario de atención será el martes y miércoles de 09:00 a 20:00, y los jueves, viernes y sábados de 09:00 a 23:00.

Para la capacidad máxima del negocio se considera tener en la cafetería 10 mesas cuadradas de 4 puestos, lo que da un total de 40 puestos, considerando las horas pico que son de 13:00 a 15:00; que es la hora en la que las personas salen a almorzar; y de 20:00 a 23:00 que es la hora en la que generalmente las personas salen en la noche; las mesas rotarán un total de 4 veces en el día; lo que daría un aproximado de 160 clientes diarios, a partir del cuarto año.

En el caso de la librería se piensa tener 4 mesas cuadradas de 4 puestos y 7 puestos de computadoras, lo que da un total de 23 puestos, de igual forma se consideran las horas pico para este servicio que serían de 9:00 a 13:00; tiempo en el cual alumnos de colegio o universidad que estudian en la tarde acuden a bibliotecas y librerías para hacer sus trabajos

y deberes; y de 17:00 a 20:00; que de igual forma es la hora en la que las personas van a revisar libros o hacer trabajos; en este tiempo se rotarían un total de 4 veces; igualmente a partir del cuarto año; lo que da un aproximado de 92 clientes diarios.

Capital para el negocio:

El capital para iniciar este negocio estará conformado por dos partes: la primera es capital propio, que es la inversión de los socios; y la segunda parte es un préstamo a una institución financiera para completar el capital y poder iniciar con el proyecto.

Volumen de Producción:

El volumen de producción está determinado por la demanda que tendrá el negocio, es decir el número de personas que frecuentará el lugar.

Tamaño Físico:

El negocio estará distribuido de la siguiente manera: habrán dos áreas; en la primera se encontrará la cafetería, que tendrá un área de 150m^2 para poder tener una buena distribución de las mesas, y la cocina que será lo suficientemente espaciosa con 9m^2 para poder contar con los elementos necesarios.

En la segunda área se encontrará la librería cuyo espacio será de 49.5m^2 y estará dividida en dos partes el área de las mesas, donde también se encontrarán las computadoras, y la otra donde se encontrarán las estanterías con los libros.

Diseño de Planta:

El local estará dividido en dos áreas; en la primera estará la cafetería y en la segunda estará la librería. La distribución en cada área será de la manera detalla a continuación:

Plano: Librería-Cafetería

La librería-cafetería estará distribuida de la siguiente manera:

ÁREAS	M2
Salón	102.5
Barra	6
Cocina	9
Bodega	9
Sanitarios Clientes	7.5
Sanitarios Personal	6
Oficina	5
Gradas	5
Librería – Desnivel	49.5
TOTAL	199.5

Cuadro 3.2: Distribución del local

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Estas dimensiones pueden verse claramente en el gráfico 3.1:

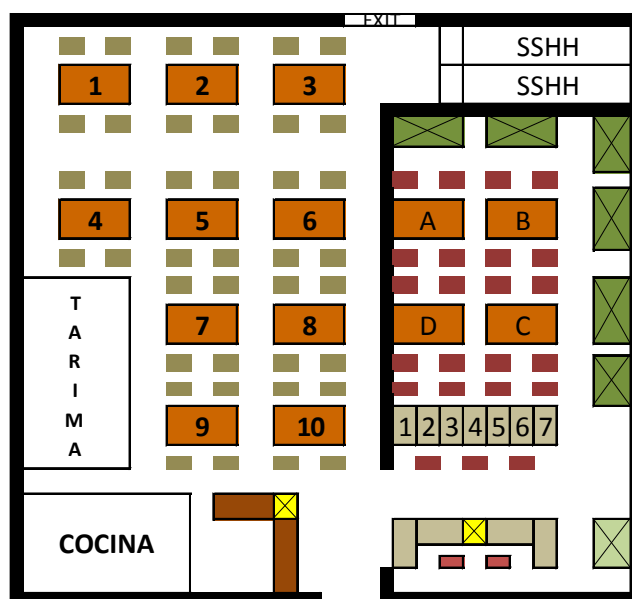


Gráfico 3.1: Plano Librería-Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Arquitecto Pablo Torres

3.5 Localización del proyecto: macro y micro

Para definir el lugar donde se encontrará ubicado el negocio se tomará en cuenta las distintas alternativas de micro y macro localización del proyecto, dentro de la ciudad de Quito.

3.5.1 Macro – Localización

La librería-cafetería estará localizada en la Provincia de Pichincha, en el cantón Quito, en el sector Norte de la ciudad. La ubicación del negocio se realizará de acuerdo a las preferencias de los futuros clientes. A continuación podemos observar la localización:

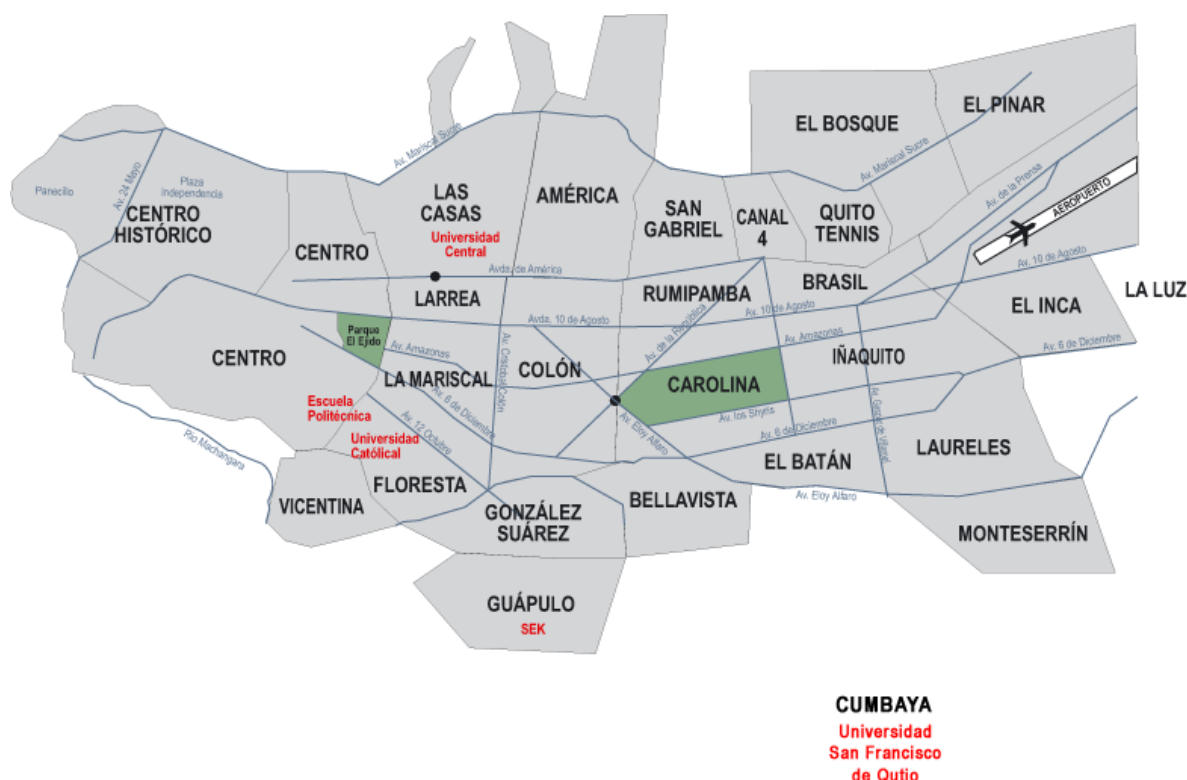


Gráfico 3.2: Mapa del Sector Norte de Quito

Fuente: <http://www.google.com>

Elaborado por: El Autor

3.5.2 Micro-Localización

La librería- cafetería se encontrará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, en la Avda. República del Salvador y Portugal, según la respuesta que dieron los futuros clientes a la pregunta 10 de la encuesta A, en el siguiente gráfico podemos observar la dirección exacta del negocio:

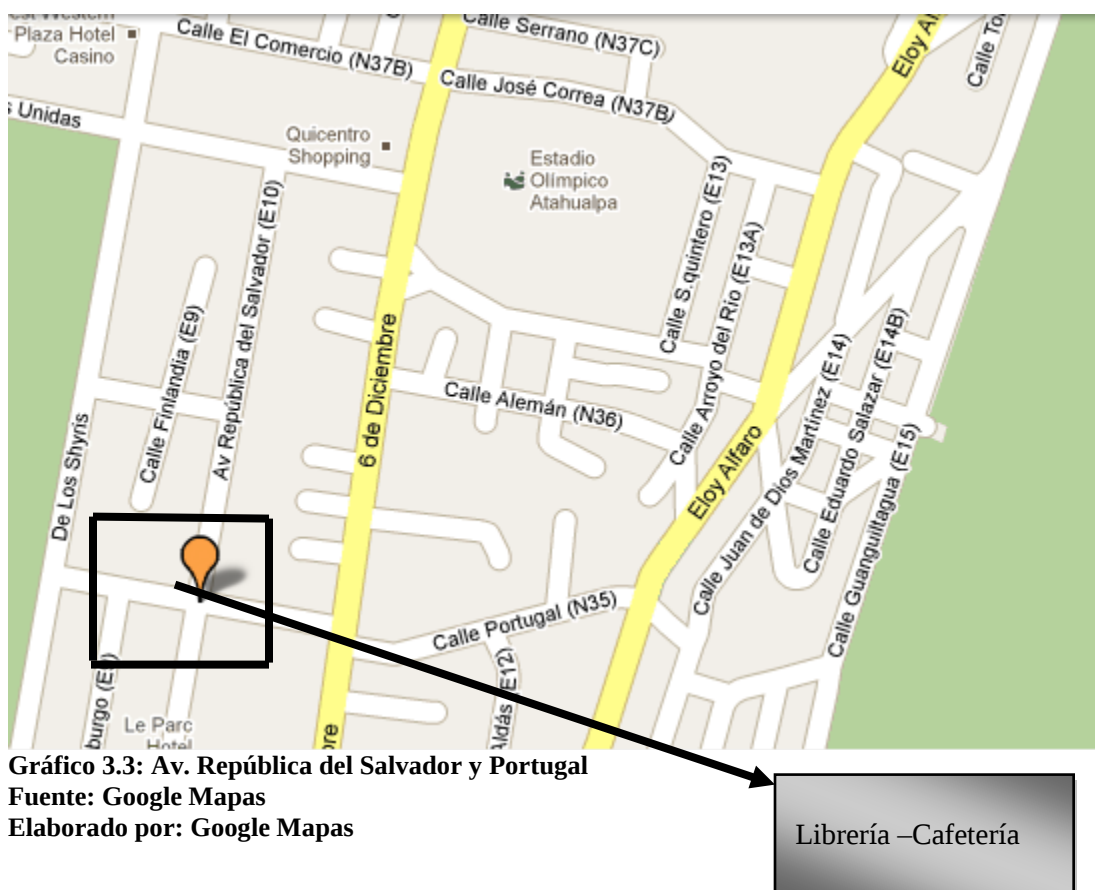


Gráfico 3.3: Av. República del Salvador y Portugal

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

Librería -Cafetería

3.6 Proceso de Producción

El proceso de producción en el negocio se detalla en los siguientes diagramas de flujo, en los que están los procesos de la librería, cafetería y cocina:

➤ **Manual de Procedimientos:**

El gráfico 3.4 muestra el diagrama de los procesos en la cafetería:

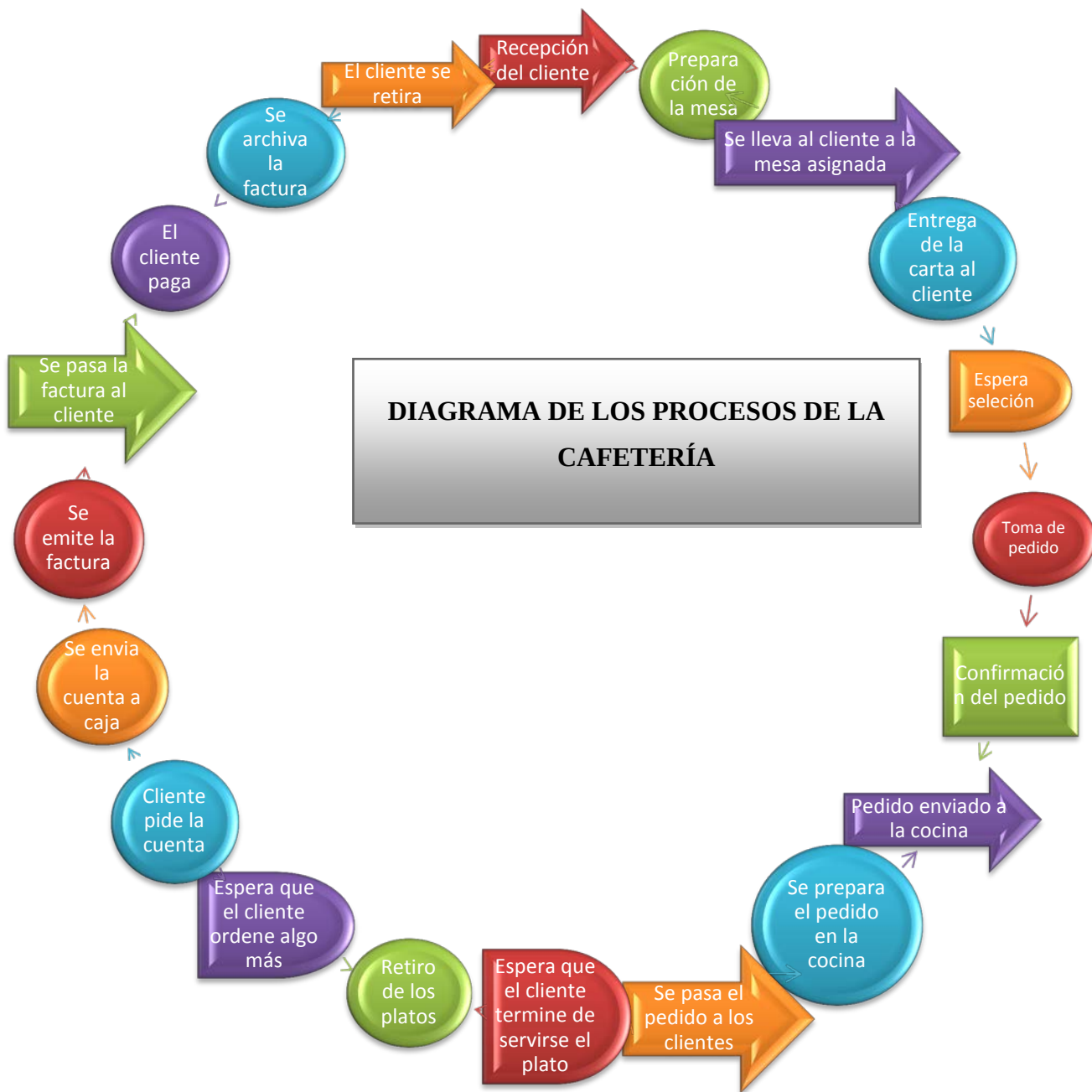


Gráfico 3.4: Diagrama de los Proceso de la Cafetería
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: El Autor

El diagrama de los procesos de elaboración de una orden en la cafetería se puede ver en el gráfico 3.5:



Gráfico 3.5: Diagrama de los Procesos de la Elaboración de un pedido en la Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

En el gráfico 3.6 podemos ver el diagrama de los procesos de la librería:



Gráfico 3.6: Diagrama de los procesos de la librería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.6.1 Requerimiento de: insumos y materiales, maquinaria y equipos, mano de obra

Para poner en marcha este negocio es necesario contar con todos los equipos, conocer los requerimientos necesarios para la instalación del negocio, los materiales y personal adecuado para el buen funcionamiento. A continuación se muestra detalladamente lo antes expuesto, que se encuentra dividido en los dos servicios que se prestarán.

Matriz de Requerimientos de Maquinaria y Equipo:

♦ *Cocina:*

DESCRIPCIÓN	MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD
Recepción de la materia prima	Bodega	1
	Coches de carga	2
	Cajas para materia prima	5
Inspección	Cuaderno	1
	Lápiz	1
Elaboración del platillo escogido	Cocina Industrial	1
	Refrigeradora Industrial Enfriante	1
	Freidora con dos compartimentos	1
	Licuada semindustrial	2
	Horno Microondas	1
	Batidora	2
	Balanza Eléctrica	1
	Extractor de jugos	2

Cuadro 3.3: Matriz de Requerimiento de Maquinaria y Equipo de la Cocina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ **Cafetería:**

DESCRIPCIÓN	MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD
Atención a los clientes	Menú	20
	Libreta	2
Toma de pedidos	Lápiz	2
	Cuaderno	1
Inspección para un servicio más eficiente	Lápiz	1
	Máquina registradora	1
Cancelación de la cuenta	Computadora	1

Cuadro 3.4: Matriz de Requerimiento de Maquinaria y Equipo de la Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ **Librería:**

DESCRIPCIÓN	MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD
Atención al Cliente	Libros	500
	Computadores	7
Inspección para un servicio más eficiente	Cuaderno	1
	Lápiz	1
Cancelación de la cuenta	Máquina registradora	1
	Computadora	1

Cuadro 3.5: Matriz de Requerimiento de Maquinaria y Equipo de la Librería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Matriz de Insumos y Materiales:

♦ *Cocina:*

DESCRIPCIÓN	INSUMOS	CANTIDAD
Elaboración del platillo escogido	Ollas	10
	Sartenes	7
	Pailas	7
	Bandejas para hornear mediana	3
	Bandejas para hornear grande	3
	Pirex pequeños	3
	Pirex mediano	3
	Pirex grande	3
	Moldes para pastel mediano	3
	Moldes para pastel con forma mediano	3
	Tazones	7
	Platero de cocina	5
	Tablas de Picar	3
	Juego de Cuchillos	2
	Cucharones	5
	Cucharas de Madera	2
	Cuchara para poner helado	2
	Coladores	3
	Juego de cernidores	2
	Paletas para freír	3
	Espátulas	3
	Taza medidora	2
	Rodillo	2
	Batidora Manual	2
	Jarra de plástico de 1 galón	1
	Tijeras profesionales	1
	Pinzas	2
	Abre latas	2
	Piedra para afilar cuchillos	2
Aseo y Limpieza de la Cocina	Caja recolectora vajilla	2
	Coche de Limpieza	2
	Tachos de Basura	2
	Contenedores basura (exterior)	1
	Escobas	2
	Trapeadores	2
	Palas	2

Cuadro 3.6: Matriz de Insumos y Materiales de la Cocina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ **Cafetería:**

DESCRIPCIÓN	INSUMOS	CANTIDAD
Atención a los clientes	Mesas	10
	Sillas	40
	Manteles	10
	Bandejas	6
	Platos Tendidos	40
	Juego de plato y tasa para café	40
	Juego de 4 platos para postres	10
	Juego de cubiertos 6 unidades (cuchara grande, tenedor, cuchillo, cuchara pequeña)	7
	Vasos	50
	Servilletas (paquetes de 300)	2
	Embase para salsa (2 unidades)	10
	Jarras	10
Aseo y Limpieza de la Cafetería	Coche de Limpieza	1
	Tachos de Basura	2
	Escobas	1
	Trapeadores	1
	Palas	1

Cuadro 3.7: Matriz de Insumos y Materiales de la Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ **Librería:**

DESCRIPCIÓN	INSUMOS	CANTIDAD
Atención al Cliente	Mesas	4
	Sillas	16
	Escritorios para computadoras	7
	Estanterías para libros	6
Aseo y Limpieza de la Librería	Coche de Limpieza	1
	Tachos de Basura	2
	Escobas	1
	Trapeadores	1
	Palas	1

Cuadro 3.8: Matriz de Insumos y Materiales de la Librería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ **Administración:**

DESCRIPCIÓN	INSUMOS	CANTIDAD
Administración de la empresa	Cuaderno	2
	Libreta de facturas	6
	Carpeta BENE	5
	Paquete de 500 hojas bond	1
	Lápiz	24
	Caja de esferos (24 unidades)	1
	Borrador	10
	Tinta Correctora	10
	Teléfono	2
	Telefax	1
	Calculadora	2
	Computadora con impresora	1
Limpieza del área administrativa	Coche de limpieza	1
	Tachos de Basura	2
	Escobas	1
	Trapeadores	1
	Palas	1

Cuadro 3.9: Matriz de Insumos y Materiales de la Administración

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Matriz de Requerimiento de Mano de Obra:

♦ *Cocina:*

DESCRIPCIÓN	MANO DE OBRA	CANTIDAD
Preparación de la orden y aseo de la cocina	Cocinero	1
	Auxiliar de cocina	1

Cuadro 3.10: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra para la Cocina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ *Cafetería:*

DESCRIPCIÓN	MANO DE OBRA	CANTIDAD
Recepción y Atención al Cliente	Meseros	1

Cuadro 3.11: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra para la Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ *Librería:*

DESCRIPCIÓN	MANO DE OBRA	CANTIDAD
Recepción y Atención al Cliente	Vendedor	2

Cuadro 3.12: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra para la Librería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

♦ **General:**

DESCRIPCIÓN	MANO DE OBRA	CANTIDAD
Administración del Negocio	Gerente General	1
	Contador	1
Cancelación de la cuenta	Cajero	1
Seguridad	Guardia	1

Cuadro 3.13: Matriz de Requerimiento de Mano de Obra

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

3.6.2 Determinación de las fases de operación

A continuación se presenta las fases de operación tanto para la cafetería; incluido también el proceso de preparación en la cocina, como para la librería:

Proceso: Servicio de Cafetería

Se detalla el proceso completo que se realiza cuando se brinda el servicio de cafetería a los clientes, como se puede ver en el ANEXO No 15.

Proceso: Elaboración de una orden de pedido en la cafetería

Aquí se detalla el proceso de elaboración de la orden solicitada por el cliente en la cafetería, como se especifica en el ANEXO No 16.

Proceso: Servicio de Librería

El siguiente cuadro detalla todo el proceso que se realiza cuando se brinda el servicio de librería a los clientes, como se ve en el ANEXO No 17.

CAPITULO IV

4. Estudio Económico-Financiero

4.1 Conceptualización y Objetivo del Estudio Económico-Financiero

El Estudio Económico – Financiero consiste en expresar en términos monetarios todo lo determinado en el Estudio Técnico; en cuanto a maquinaria y equipos, insumos y mano de obra, incluyendo la adquisición del terreno y la construcción del establecimiento; los cuales serán expresados en forma de inversiones, costos y gastos.

La esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión.⁴⁵ Lo primordial de este estudio es el análisis de todos los datos obtenidos, pero hay que tener en cuenta que es importante también ser cuidadoso al momento de ordenar la cantidad de datos que se tiene.

Con este análisis se podrá establecer claramente el origen de cada cifra económica que aparezca en el estudio, el hecho de que cada dato esté conectado con su origen es la base para poder realizar el análisis.

Para el análisis económico hay que tomar en cuenta también el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Periodo de Recuperación, los cuales son indicadores clave de la rentabilidad de una inversión; entonces se puede decir que el análisis estará completo.

⁴⁵ Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 138

Cuando se hace la evaluación de un proyecto, la palabra proyecto implica el futuro, y cuando se habla del futuro se habla de planeación, ya que la inversión debe estar perfectamente planeada para obtener una rentabilidad económica adecuada.⁴⁶

Si bien es cierto que no solo esta parte debe estar planeada, sino también todas las demás; la parte económica – financiera y su análisis de rentabilidad son definitivos en la decisión de implementar un negocio.

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.⁴⁷

En síntesis el Estudio Económico – Financiero tiene como objetivo establecer el monto de los recursos económicos que influyen en la instalación del negocio y su puesta en marcha. Esto incluye una serie de indicadores que son la base de la evaluación final del proyecto como son: la inversión fija y diferida del proyecto, el capital de trabajo con el cual empezará a funcionar la empresa, los costos fijos y variables, así como los gastos de administración, de venta y de financiamiento del proyecto.

Este estudio tiene como finalidad también definir los ingresos que dará el proyecto con base en el costo por unidad de los diferentes productos en cada uno de los servicios que se ofrecerá.

⁴⁶ Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 138

⁴⁷ Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 139

4.2 Análisis Financiero

Este análisis estudia la parte financiera del proyecto y toma en cuenta aspectos como la inversión que se realizará, los costos y gastos que genera la implementación de la empresa, y la forma en que se financiara todo esto.

En base a los cálculos antes mencionados se puede establecer el punto de equilibrio en el escenario establecido y posteriormente se procede a la evaluación de la información obtenida.

4.2.1 Inversiones: fija y pre-operativa

Antes de poner en marcha el proyecto es necesario identificar la inversión inicial; la cual comprende en la adquisición de activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles, con excepción del capital de trabajo; necesarios para iniciar la operación de la empresa.

4.2.1.1 Inversión Fija

Las inversiones en activos fijos son aquellos desembolsos que se realizan en bienes tangibles tales como edificios, terrenos, maquinaria, equipos, vehículos, muebles y enseres, entre otros; los mismos que serán utilizados en el proceso de producción y operación del proyecto.⁴⁸

Se llama activo fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de esto, sin ocasionar problemas a sus actividades productivas, a diferencia del activo circulante. Lo mencionado anteriormente se indica y explica detalladamente a continuación:

⁴⁸ Silvia Carolina Almache Sierra, 2010, pág. 139

- ♦ En el caso de este negocio no se realizará la inversión en el terreno y construcción ya que se arrendará un local en el sector de la Av. República del Salvador y Portugal. Cabe mencionar que el contrato de arriendo del local se lo realizará a un plazo de 5 años.
- ♦ La inversión que se realizará en los muebles y enseres para toda la empresa; la cocina, la cafetería, la librería y la parte administrativa; es la siguiente:

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Mesas cuadradas de comedor 4 puestos	10	\$ 80.00	\$ 800.00
Sillas de comedor	40	\$ 30.00	\$ 1,200.00
Muebles de cocina mesón	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Mueble de cocina estantería	1	\$ 90.00	\$ 90.00
Mueble tipo bar	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Mueble para la caja	2	\$ 300.00	\$ 600.00
Mesas para librería	4	\$ 80.00	\$ 320.00
Sillas para librería	23	\$ 30.00	\$ 690.00
Estanterías para libros	6	\$ 70.00	\$ 420.00
Muebles para computadora	7	\$ 60.00	\$ 420.00
Escritorios de oficina	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Mueble archivador grande	1	\$ 200.00	\$ 200.00
TOTAL			\$ 5,740.00

Tabla 4.1: Inversión en Muebles y Enseres

Fuente: Investigación propias

Elaborado por: El Autor

- ♦ En el caso de la maquinaria y equipo la inversión que se realizará se detalla por cada área de operación; cocina, cafetería, librería y administración; como se muestra en las siguientes tablas:

Cocina:

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Coches de Carga	2	\$ 20.00	\$ 40.00
Cajas para la Materia Prima	5	\$ 12.00	\$ 60.00
Cocina Industrial	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Refrigeradora Industrial Enfriante	1	\$ 1,435.00	\$ 1,435.00
Freidora con dos compartimentos	1	\$ 1,700.00	\$ 1,700.00
Licadora semindustrial	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Horno Microondas	1	\$ 220.00	\$ 220.00
Batidora	2	\$ 100.00	\$ 200.00
Balanza Eléctrica	1	\$ 62.69	\$ 62.69
Extractor de Jugos	2	\$ 120.00	\$ 240.00
TOTAL			\$ 5,157.69

Tabla 4.2: Inversión en Maquinaria y Equipo de Cocina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Cafetería:

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Menú	20	\$ 5.00	\$ 100.00
Máquina Registradora	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Computadora	1	\$ 528.00	\$ 528.00
TOTAL			\$ 1,078.00

Tabla 4.3: Inversión en Maquinaria y Equipo de Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Librería:

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Computadoras	8	\$ 528.00	\$ 4,224.00
Máquina Registradora	1	\$ 450.00	\$ 450.00
TOTAL			\$ 4,674.00

Tabla 4.4: Inversión en Maquinaria y Equipo de Librería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

- ♦ Para el funcionamiento del negocio es necesario menaje para los servicios que se ofrecerán (librería, cafetería y cocina, incluyendo el área administrativa), por lo tanto la inversión que se realizará en insumos y materiales para el negocio es la siguiente:

Cocina:

DETALLE	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Ollas	10	\$ 30.00	\$ 300.00
Sartenes	7	\$ 16.00	\$ 112.00
Pailas	7	\$ 20.00	\$ 140.00
Bandejas para hornear mediana	3	\$ 4.34	\$ 13.02
Bandeja para hornear grande	3	\$ 4.36	\$ 13.08
Pírex pequeño	3	\$ 14.39	\$ 43.17
Pírex mediano	3	\$ 23.39	\$ 70.17
Pírex grande	3	\$ 19.79	\$ 59.37
Moldes para pastel mediano	3	\$ 3.91	\$ 11.73
Moldes para pastel con forma mediano	3	\$ 7.91	\$ 23.73
Tazones	7	\$ 10.00	\$ 70.00
Platero de Cocina	5	\$ 11.00	\$ 55.00
Tablas para picar	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Juego de Cuchillos	2	\$ 41.00	\$ 82.00
Cucharones	5	\$ 3.00	\$ 15.00
Cuchara de Madera	2	\$ 0.72	\$ 1.44
Cuchara para poner helado	2	\$ 7.51	\$ 15.02
Coladores	3	\$ 2.00	\$ 6.00
Juego de Cernidores	2	\$ 8.00	\$ 16.00
Paletas para freír	3	\$ 2.00	\$ 6.00
Espátulas	3	\$ 7.00	\$ 21.00
Taza Medidora	2	\$ 9.00	\$ 18.00
Rodillo	2	\$ 3.00	\$ 6.00
Batidora Manual	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Jarra de Plástico 1 galón	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Pinzas	2	\$ 2.25	\$ 4.50
Tijeras Profesionales	1	\$ 4.63	\$ 4.63
Abrelatas	2	\$ 5.00	\$ 10.00
Piedra para afilar cuchillos	2	\$ 3.17	\$ 6.34
Coches de limpieza	2	\$ 69.97	\$ 139.94
Tachos de Basura	2	\$ 18.60	\$ 37.20
Contenedores de Basura	1	\$ 24.65	\$ 24.65
Escobas	2	\$ 4.00	\$ 8.00
Trapeadores	2	\$ 2.65	\$ 5.30
Palas	2	\$ 4.70	\$ 9.40
TOTAL			\$ 1,417.69

Tabla 4.5: Inversión en Insumos y Materiales para Cocina

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Cafetería:

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Manteles	10	\$ 22.00	\$ 220.00
Bandejas	6	\$ 10.00	\$ 60.00
Platos Tendidos	40	\$ 11.00	\$ 440.00
Juego de plato y tasa para café	40	\$ 1.30	\$ 52.00
Juego de 4 platos para postres	10	\$ 12.00	\$ 120.00
Juego de cubiertos 6 unidades (cuchara grande, tenedor, cuchillo, cuchara pequeña)	7	\$ 25.00	\$ 175.00
Vasos	50	\$ 0.40	\$ 20.00
Servilletas (paquete de 300)	2	\$ 3.00	\$ 6.00
Embase para salsa (2 unidades)	10	\$ 1.36	\$ 13.60
Jarras de vidrio 1 litro	10	\$ 1.50	\$ 15.00
Coches de limpieza	1	\$ 69.97	\$ 69.97
Tachos de Basura	2	\$ 26.00	\$ 52.00
Escobas	1	\$ 4.00	\$ 4.00
Trapeadores	1	\$ 2.65	\$ 2.65
Palas	1	\$ 4.70	\$ 4.70
TOTAL			\$ 1,254.92

Tabla 4.6: Inversión en Insumos y Materiales para Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Librería:

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Coches de limpieza	1	\$ 69.97	\$ 69.97
Tachos de Basura	2	\$ 26.00	\$ 52.00
Escobas	1	\$ 4.00	\$ 4.00
Trapeadores	1	\$ 2.65	\$ 2.65
Palas	1	\$ 4.70	\$ 4.70
TOTAL			\$ 133.32

Tabla 4.7: Inversión en Insumos y Materiales para Librería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Administración:

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo Unitario	COSTO TOTAL
Cuaderno	2	\$ 4.00	\$ 8.00
Libreta de factura	6	\$ 1.22	\$ 7.32
Carpeta BENE	5	\$ 2.70	\$ 13.50
Paquete de 500 hojas bond	1	\$ 4.94	\$ 4.94
Lápiz	24	\$ 0.31	\$ 7.44
Caja de esferos (24 unidades)	1	\$ 7.40	\$ 7.40
Borrador	10	\$ 0.49	\$ 4.90
Tinta Correctora	10	\$ 2.03	\$ 20.30
Teléfono	2	\$ 99.00	\$ 198.00
Telefax	1	\$ 147.60	\$ 147.60
Calculadora	2	\$ 12.00	\$ 24.00
Computadora con impresora	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Coche de limpieza	1	\$ 69.97	\$ 69.97
Tachos de Basura	2	\$ 26.00	\$ 52.00
Escobas	1	\$ 4.00	\$ 4.00
Trapeadores	1	\$ 2.65	\$ 2.65
Palas	1	\$ 4.70	\$ 4.70
TOTAL			\$ 1,576.72

Tabla 4.8: Inversión en Insumos y Materiales para la Administración

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

- ❖ Debido a que con el tiempo y el uso de los bienes, estos se deprecian; es decir; valen menos, la depreciación se aplica únicamente a los activos fijos. Para poder establecer el cargo correspondiente por depreciación, la empresa deberá basarse en los porcentajes autorizados por la ley tributaria vigente en el país.

En esta investigación se utilizará el método de depreciación en línea recta. “El método de línea recta consiste en depreciar (recuperar) una cantidad igual cada año por un determinado número de años, los cuales están dados por el propio porcentaje aplicado.”⁴⁹

La siguiente tabla muestra detalladamente la depreciación anual de los activos fijos establecidos anteriormente:

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipo	\$ 100.00	10%	3	\$ 10.00
Equipo de Computación	\$ 4,752.00	33%	3	\$ 1,568.16
Equipos de cocina	\$ 5,057.69	10%	10	\$ 505.77
Utensilios de cocina	\$ 1,417.69	10%	10	\$ 141.77
Vajilla	\$ 612.00	10%	10	\$ 61.20
Cubertería	\$ 175.00	10%	10	\$ 17.50
Cristalería	\$ 35.00	10%	10	\$ 3.50
TOTAL				\$ 2,307.90

Tabla 4.9: Depreciación de Activos Fijos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

4.2.1.2 Inversión Pre-Operativa

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre-operativos, de instalación y puesta en marcha.⁵⁰

Bajo el concepto anterior se tomo en cuenta las siguientes inversiones diferidas:

⁴⁹ Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 144

⁵⁰ Gabriel Baca Urbina, 2010, pág. 143

DESCRIPCIÓN	TOTAL ANUAL
Registro Único de Contribuyentes	\$ -
Resultado de búsqueda fonética	\$ 21.20
Informe de Regulación Metropolitana	\$ 2.00
Patente Municipal	\$ 200.00
Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	\$ 1.00
Permiso de uso de suelo	\$ 1.70
Impuesto Predial	\$ 312.98
Registro en el Ministerio de Turismo	\$ 510.00
Licencia de Funcionamiento	\$ 290.40
Licencia Única de Actividades Económicas	\$ 150.00
Permiso Sanitario de Funcionamiento	\$ 104.84
Registro del Medio Ambiente del Municipio	\$ 40.00
TOTAL INVERSIÓN PRE-OPERATIVA	\$ 1,634.12

Tabla 4.10: Inversión Pre-Operativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

4.2.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo se considera como el capital adicional para la puesta en marcha del restaurante, el mismo que es diferente a las inversiones fijas y diferidas anteriormente expuestas.⁵¹

Para el cálculo del capital de trabajo se tomo en cuenta los costos; fijos y variables; los gastos administrativos y la publicidad; lo cual podemos ver detalladamente en la siguiente tabla:

⁵¹ Silvia Carolina Almache Sierra, 2010, pág. 147

DETALLE	COSTOS TOTALES MENSUALES		COSTOS TOTALES ANUALES	
Costos Totales	\$	5,126.29	\$	61,515.48
Gastos Totales	\$	7,014.00	\$	84,168.00
Publicidad	\$	440.00	\$	5,280.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$	12,580.29	\$	150,963.48

Tabla 4.11: Capital de Trabajo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Cabe recalcar que para el cálculo de la Inversión Total se toma en consideración el valor mensual del Capital de Trabajo.

Inversión Total:

Una vez realizados los cálculos de la inversión fija, la inversión pre-operativa y el capital de trabajo; la inversión total que se realizará en este proyecto es de \$ 35,246,75, tal como se muestra detallado en la tabla 4.12:

DESCRIPCIÓN	TOTAL	
Inversión Fija	\$	21,032.34
Inversión Pre-Operativa	\$	1,634.12
Capital de Trabajo	\$	12,580.29
INVERSIÓN TOTAL	\$	35,246.75

Tabla 4.12: Inversión Total
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

4.2.4 Financiamiento del Proyecto

En base al monto de la inversión total requerida para poner en marcha el negocio; puede establecerse un modelo de financiamiento con capital propio (aporte de los accionistas), y un préstamo bancario:

CONCEPTO	TOTAL	PORCENTAJE
Capital Propio	\$ 10,574.03	30%
Préstamo Bancario	\$ 24,672.73	70%
INVERSIÓN TOTAL	\$ 35,246.75	100%

Tabla 4.13: Financiamiento del Proyecto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

La tabla 4.13 indica la estructura de financiamiento que se utilizará para el proyecto, el cual está compuesto de capital propio que representa un 30% de la inversión total lo que da un total de \$10.574,03, y un préstamo bancario que es el 70% de la inversión total, lo que es \$ 24.672,73.

Después de haber analizado todas las opciones de financiamiento a través de un préstamo en instituciones bancarias, cooperativas y en la Corporación Financiera Nacional (CFN); se ha establecido que la opción más conveniente es la que ofrece la Corporación Financiera Nacional con un préstamo de \$24.672,73 a una tasa anual del 10,85% durante 5 años.⁵² Hay mencionar que si por cualquier motivo la Corporación Financiera Nacional negará el crédito para el proyecto se tomará en cuenta otras opciones del Sistema Financiero, como por ejemplo el Banco Pichincha el cual tiene una tasa de interés corporativa del 11,92% a 5 años; en el ANEXO No 20 se presenta la tabla de amortización de la deuda, y en el ANEXO No 21 se presenta los requisitos para el crédito.

⁵² Requisitos para crédito en CFN están en el ANEXO No 19

Adicionalmente debemos indicar que las garantías que se presentará a la CFN serán los bienes inmuebles que poseen los inversionistas del proyecto, es decir los accionistas.

La siguiente tabla muestra el pago anual de capital e intereses durante los próximos 5 años:

AÑO	Pago anual de Interés	Pago anual de Capital	Pago Total
1	\$ 2,485.37	\$ 3,929.84	\$ 6,415.21
2	\$ 2,037.13	\$ 4,378.08	\$ 6,415.21
3	\$ 1,537.76	\$ 4,877.45	\$ 6,415.21
4	\$ 981.43	\$ 5,433.78	\$ 6,415.21
5	\$ 361.64	\$ 6,053.57	\$ 6,415.21
TOTAL	\$ 7,403.33	\$ 24,672.73	\$ 32,076.06

Tabla 4.14: Pago de la Deuda
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Amortización de la Deuda:

Desde un punto de vista financiero, la palabra **AMORTIZAR** significa cancelar una deuda por medio de pagos regulares e iguales, que incluyen capital e intereses, los mismos que van liquidando en forma **gradual** la obligación. Dichos pagos regulares se denominan **dividendos**.⁵³

Bajo este concepto, la operación que se debe realizar es calcular el valor de los pagos (anualidades) que liquidarán la deuda contraída con el banco, mismos que se efectuaran en periodos de tiempo regulares y considerando una tasa de interés específica.

En la tabla 4.15 y en el ANEXO No 18 se presenta la amortización del monto asignado como préstamo bancario que se solicitará para cubrir parte de la inversión:

⁵³Econ. Juan Rodrigo Sáenz Flores, 2007, pág. 156

	CFN	Descripción
Monto	\$ 24,672.73	Dólares
Tasa	10.85%	Anual
Período	60	Meses
Capitalización	12	Meses

Tabla 4.15: Amortización del Préstamo Bancario
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Como se puede ver en la tabla el monto del préstamo es de \$ 24.672,73, el mismo que será amortizado en un periodo de 60 meses (5 años) con capitalización de 12 meses, es decir se tomará en cuenta los pagos anuales que se realizarán como se muestra en la tabla 4.14.

4.2.5 Costos Fijos y Variables

De acuerdo al volumen de producción al que trabaje el negocio los costos pueden ser clasificados en: costos fijos y costos variables. “Los *costos variables* y los *costos fijos* son dos tipos básicos de costos. Cada uno de ellos se define en términos del cambio del costo total como respuesta a las fluctuaciones en la actividad (con frecuencia denominada *volumen*) de un objetivo de costos seleccionado.”⁵⁴

La definición de cada uno de estos costos se hace en base a la cantidad total consumida en la producción, y no a la cantidad asignada al producto individualmente, ya que en tal caso las características de los costos se invierten.

En el caso de este negocio el monto total asignado a los costos fijos y variables se muestra en la siguiente tabla:

⁵⁴ Charles T. Horngren; George Foster, 1991, pág. 25

DETALLE	COSTOS TOTALES MENSUALES		COSTOS TOTALES ANUALES	
Costos Fijos	\$	270.00	\$	3,240.00
Costos Variables	\$	4,856.29	\$	58,275.48
TOTAL	\$	5,126.29	\$	61,515.48

Tabla 4.16: Costos Totales
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Auto

4.2.5.1 Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que si son cuantificados de manera global, no varían aunque hubieran variaciones en un rango en el volumen de producción de un periodo determinado. Cuando un costo fijo es asignado a los productos, la cantidad de costo fijo que recibe cada producto será menor si la cantidad de unidades producidas es menor.⁵⁵

Según la definición antes mencionada se puede decir que los costos fijos no cambian durante un periodo de tiempo determinado, a pesar de las variaciones que puedan existir en la producción. Sin embargo cabe señalar que el nivel de consumo de un costo fijo puede cambiar con el paso del tiempo, pero seguirá considerándose fijo si dicho cambio no está relacionado al nivel de producción.

Por lo tanto los costos fijos que se han considerado para este negocio son el pago de servicios básicos como son el agua potable, energía eléctrica, teléfono e internet; los valores establecidos para cada uno se detallan a continuación:

⁵⁵ Aldo Torres Salinas, 2004, pág. 9

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua Potable	\$ 50.00	\$ 600.00
Energía Eléctrica	\$ 90.00	\$ 1,080.00
Teléfono	\$ 50.00	\$ 600.00
Internet	\$ 80.00	\$ 960.00
TOTAL	\$ 270.00	\$ 3,240.00

Tabla 4.17: Costos Fijos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

4.2.5.2 Costos Variables

El costo variable es un costo que cambia en total en proporción directa a los cambios en la actividad o el volumen total relacionado.⁵⁶

Los costos variables son aquellos en los que puede observarse un ajuste directamente proporcional al nivel de producción. La cantidad de costo variable permanecerá constante por periodos y rangos de producción.⁵⁷

Los conceptos anteriores indica que los costos variables, a diferencia de los costos fijos si cambian en proporción al volumen de producción. En el caso del negocio se tomará en cuenta los siguientes costos variables:

⁵⁶ Charles T. Horngren; George Foster, 1991, pág. 25

⁵⁷ Aldo Torres Salinas, 2004, pág. 9

DESCRIPCIÓN	TOTAL PRIMER MES	TOTAL COSTO ANUAL
Materia Prima	\$ 570.29	\$ 6,843.48
Gas Industrial	\$ 96.00	\$ 1,152.00
Libros para la venta	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00
Control de Calidad	\$ 90.00	\$ 1,080.00
Mantenimiento de la cocina	\$ 100.00	\$ 1,200.00
TOTAL	\$ 4,856.29	\$ 58,275.48

Tabla 4.18: Costos Variables
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

La tabla 4.18 indica los rubros que se tomaron en cuenta para los costos variables, la cantidad que se destino a cada uno para el primer mes se estableció en base a la cantidad de materia prima que se necesitara para la elaboración de los platos que se estima producir según lo establecido en los ingresos esperados, y los precios unitarios dados por los proveedores en el caso de la materia prima y en total los libros, y de los indicados por los profesionales encargados del control de calidad y el mantenimiento.

Las siguientes tablas detallan el cálculo del costo de la materia prima para la elaboración de los diferentes platos que se ofrecen en la cafetería, divididas en las categorías establecidas en el menú:

Cafés & Bebidas:

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Café Colcafé tostado y molido	Funda de 500g.	2	\$ 4.68	\$ 9.36
Azúcar Valdez Blanca	Funda de 5kg.	1	\$ 4.17	\$ 4.17
Leche La Lechera Semidescremada	Funda de 1 Litro	60	\$ 0.98	\$ 58.80
Caja de Té Inglés Negro	Paquete de 100 bolsitas	10	\$ 2.38	\$ 23.80
Chocolate Cocoa Universal	Funda de 440 g.	2	\$ 1.99	\$ 3.98
Esencia de Vainilla	Frasco de 500g.	2	\$ 1.60	\$ 3.20
Mora	Libra	6	\$ 1.20	\$ 7.20
Limón	Funda 13 u.	6	\$ 0.82	\$ 4.92
Naranja	Paquete 25 unidades	3	\$ 2.00	\$ 6.00
Taxo	Libra	6	\$ 0.50	\$ 3.00
Tomate de árbol	Libra	6	\$ 0.50	\$ 3.00
Crema de Leche	Funda de 500cc.	5	\$ 1.71	\$ 8.55
Cola	Envase de 3 litros	10	\$ 1.90	\$ 19.00
Güiting	Envase de 3 litros	10	\$ 1.00	\$ 10.00
TOTAL				\$ 135.98

Tabla 4.19: Materia Prima para Cafés y Bebidas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Dulce:

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Harina Santa Lucia con polvo de hornear	Funda de 2 kg.	2	\$ 3.13	\$ 6.26
Huevos	Cubeta de 30u.	7	\$ 4.85	\$ 33.95
Mantequilla	Tarrina de 1 kg.	2	\$ 3.22	\$ 6.44
Chocolate Cocoa Universal	Funda de 440 g.	2	\$ 1.99	\$ 3.98
Crema de Leche	Funda de 500cc.	4	\$ 1.71	\$ 6.84
Leche Condensada La Lechera	Tarro de 397g.	5	\$ 2.01	\$ 10.05
La Lechera 3 leches	Tarro de 1 Litro	4	\$ 3.35	\$ 13.40
Crema Chantilly	Tarro de 7,98g.	5	\$ 5.65	\$ 28.25
Crema Chantilly Royal	Funda de 100g.	8	\$ 1.28	\$ 10.24
Leche Evaporada La Lechera	Frasco de 410g.	4	\$ 1.62	\$ 6.48
Frutillas	Libra	4	\$ 1.00	\$ 4.00
Bizcotelas	Caja de 150g.	3	\$ 1.66	\$ 4.98
Cerezas Gustadina	Frasco de 500g.	3	\$ 3.38	\$ 10.14
Helados	Tarro de 1 Galón	5	\$ 10.98	\$ 54.90
Cubiertas par Helado	Frasco de 550g	5	\$ 2.32	\$ 11.60
TOTAL				\$ 211.51

Tabla 4.20: Materia Prima para platos de dulce

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Sal & Picaditas:

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Pan Supan	Funda de 20u.	5	\$ 1.27	\$ 6.35
Pan suave	Unidad	40	\$ 0.20	\$ 8.00
Pan Baguett	Palanqueta	5	\$ 0.75	\$ 3.75
Queso Fresco	Unidad	5	\$ 3.39	\$ 16.95
Queso Mozzarella	Unidad	4	\$ 5.33	\$ 21.32
Jamón Mr. Pollo	Paquete de 1000kg.	1	\$ 10.18	\$ 10.18
Jamón Mr. Pavo	Paquete de 1000kg.	1	\$ 6.21	\$ 6.21
Pernil Horneado Juris	Paquete de 1000kg.	1	\$ 12.84	\$ 12.84
Pechuga de Pollo Mr. Pollo	Fuente de 1,162kg	3	\$ 7.20	\$ 21.60
Harina Santa Lucia sin polvo de hornear	Funda de 1kg.	1	\$ 1.55	\$ 1.55
Mantequilla Verde	Tarrina de 1 kg.	1	\$ 3.22	\$ 3.22
Masa de Morocho	Paquete de 3	5	\$ 1.00	\$ 5.00
Carne Molida Ternera	Paquete de 1 libra	4	\$ 1.50	\$ 6.00
Arveja	Fuente de 0,521kg.	2	\$ 2.32	\$ 4.64
Zanahoria	Libra	4	\$ 2.00	\$ 8.00
Aceitunas Carbonell	Libra	4	\$ 0.60	\$ 2.40
Arroz Pronaca	Frasco de 500g.	2	\$ 4.61	\$ 9.22
Sal Cris-Sal	Funda de 10 kg.	1	\$ 12.19	\$ 12.19
Aceite La Favorita	Funda de 2 kg.	2	\$ 0.60	\$ 1.20
Papas	Frasco de 4 litros	1	\$ 9.30	\$ 9.30
	Arroba	1	\$ 6.25	\$ 6.25
TOTAL				\$ 176.17

Tabla 4.21: Materia Prima para platos de sal

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Desayunos:

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Leche Lechera Semidescremada	Funda de 1 Litro	10	\$ 0.98	\$ 9.80
Café Colcafé tostado y molido	Funda de 500g.	2	\$ 4.68	\$ 9.36
Chocolate Cocoa Universal	Funda de 440 g.	2	\$ 1.99	\$ 3.98
Pan Supan	Funda de 20u.	2	\$ 1.27	\$ 2.54
Pan suave	Unidad	20	\$ 0.20	\$ 4.00
Queso Fresco	Unidad	5	\$ 3.39	\$ 16.95
TOTAL				\$ 46.63

Tabla 4.22: Materia Prima para los desayunos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

4.2.6 Gastos Administrativos y Financieros

Como se cito en el Marco Conceptual del Capítulo I, gasto es la disminución en los activos de la empresa como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades normales encaminadas a la generación de ingresos.

Por lo tanto se entiende por gasto al activo de la empresa que es usado o consumido con el fin de obtener ingresos, los cuales disminuyen el capital del negocio. Los tipos de gastos que se pueden tener son los sueldos y salarios de los empleados, las primas de seguro que se pagan para proteger el negocio de ciertos riesgos, la renta del mismo, las comisiones que se fijan a los empleados por alcanzar su presupuesto de ventas y la publicidad que efectúa la empresa.

Como consecuencia de comparar los ingresos con los gastos se genera una utilidad o una pérdida.⁵⁸

Para el presente proyecto el monto total que se asigno a los gastos administrativos y financieros se presenta en la tabla 4.23:

DETALLE	GASTOS TOTALES MENSUALES	GASTOS TOTALES ANUALES
Gastos Administrativos	\$ 7,014.00	\$ 84,168.00
Gastos Financieros	\$ 223.08	\$ 2,676.99
Publicidad	\$ 440.00	\$ 5,280.00
TOTAL	\$ 7,677.08	\$ 92,124.99

Tabla 4.23: Gastos Totales
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

4.2.6.1 Gastos Administrativos

En este caso los rubros que se tomó en cuenta para el cálculo de los gastos administrativos de cada mes para el primer año son los sueldos de los empleados; la cual está dividida en mano de obra directa y mano de obra indirecta, el arriendo del local, el valor de la prima del seguro, monitoreo, movilización; y la publicidad tal como se detalla a continuación:

⁵⁸ Gerardo Guajardo Cantú, 2004, pág. 50

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Sueldos	\$ 5,264.00	\$ 63,168.00
Arriendo	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00
Prima Seguro	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Monitoreo	\$ 50.00	\$ 600.00
Movilización	\$ 50.00	\$ 600.00
TOTAL	\$ 7,014.00	\$ 84,168.00

Tabla 4.24: Gastos Administrativo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: El autor

El cálculo de los sueldos se detalla en los cuadros 4.25 y 4.26, al igual que el valor de la publicidad en el cuadro 4.28:

Mano de Obra Directa:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SALARIO	Líquido a recibir Mensual	Líquido a recibir Anual
Vendedor	2	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Meseros	1	\$ 264.00	\$ 264.00	\$ 3,168.00
Cajeros	1	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Guardia	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 18,000.00
TOTAL		\$ 2,564.00	\$ 3,064.00	\$ 36,768.00

Tabla 4.25: Mano de Obra Directa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Mano de Obra Indirecta:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SALARIO	Líquido a recibir Mensual	Líquido a recibir Anual
Cocinero	1	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Auxiliar de Cocina	1	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Gerente General	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Contador	1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
TOTAL		\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 26,400.00

Tabla 4.26: Mano de Obra Indirecta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Cálculo Beneficios de Ley:

CARGO	CANTIDAD	INGRESOS			PROVISIONES					TOTAL A PROVISIONAR
		SUELDO BASICO	APORTE PATRONAL 11.15%	IECE Y SECAP 1%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDOS RESERVA		
Gerente General	1	\$ 1,000.00	\$ 111.50	\$ 10.00	\$ 83.33	\$ 22.00	\$ 41.67	\$ 83.33	\$ 351.83	
Contador	1	\$ 400.00	\$ 44.60	\$ 4.00	\$ 33.33	\$ 22.00	\$ 16.67	\$ 33.33	\$ 153.93	
Guardia	1	\$ 1,500.00	\$ 167.25	\$ 15.00	\$ 125.00	\$ 22.00	\$ 62.50	\$ 125.00	\$ 516.75	
Cocinero	1	\$ 500.00	\$ 55.75	\$ 5.00	\$ 41.67	\$ 22.00	\$ 20.83	\$ 41.67	\$ 186.92	
Auxiliar Cocina	1	\$ 300.00	\$ 33.45	\$ 3.00	\$ 25.00	\$ 22.00	\$ 12.50	\$ 25.00	\$ 120.95	
Vendedor	2	\$ 1,000.00	\$ 111.50	\$ 10.00	\$ 83.33	\$ 22.00	\$ 41.67	\$ 83.33	\$ 351.83	
Meseros	1	\$ 264.00	\$ 29.44	\$ 2.64	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 11.00	\$ 22.00	\$ 109.08	
Cajero	1	\$ 300.00	\$ 33.45	\$ 3.00	\$ 25.00	\$ 22.00	\$ 12.50	\$ 25.00	\$ 120.95	
TOTAL USD		\$ 5,264.00	\$ 586.94	\$ 52.64	\$ 438.67	\$ 176.00	\$ 219.33	\$ 438.67	\$ 1,912.24	

Tabla 4.27: Beneficios de Ley

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Hay que recalcar que los beneficios presentados en la tabla 4.27 se pagarán a los empleados a partir del primer o segundo año de acuerdo a la ley; de la siguiente manera: el aporte patronal del 11.15%, el IECE Y SECAP del 1% y el décimo tercero y cuarto sueldo se pagaran a partir del primer año, mientras que las vacaciones y fondos de reserva se pagarán a partir del segundo año.

Publicidad:

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Televisión	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Radio	\$ 50.00	\$ 600.00
Internet	\$ 90.00	\$ 1,080.00
Volantes	\$ 50.00	\$ 600.00
Revistas	\$ 50.00	\$ 600.00
TOTAL	\$ 440.00	\$ 5,280.00

Tabla 4.28: Publicidad
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

4.2.6.2 Gastos Financieros

Los gastos financieros son el pago mensual de intereses que se realizaría con la Corporación Financiera Nacional durante los 5 años tal como se indicó en la tabla 4.14.

A continuación podemos ver el pago total de interés del primer mes:

DESCRIPCIÓN	TOTAL A PAGAR MENSUAL	TOTAL A PAGAR ANUAL
Interés	\$223.08	\$ 2,676.99

Tabla 4.29: Gastos Financieros
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

El valor obtenido en la tabla 4.29 es la sumatoria de los intereses del primer año, lo que da un total de \$2.676,99 tal como se puede observar en el ANEXO No 17.

4.2.7 Ingresos del Proyecto

Se entiende por ingreso al beneficio directo esperado por la venta de un producto generado por la empresa, esto se calcula multiplicando el precio del bien o servicio por la cantidad de producto que se proyecta producir y vender cada año. Bajo este concepto los ingresos del presente proyecto están dados por la prestación de los servicios que se ofrecen en el negocio.

Para poder realizar este cálculo es necesario tomar en cuenta el número de clientes anuales promedio que recibirá el local. El cual se calculó con los datos obtenidos en la tabla 2.1 del Capítulo II y la información que se consiguió de la población objetivo mediante la aplicación de la Encuesta A; analizada en el mismo capítulo; específicamente de las preguntas 6 y 7 que establecen la frecuencia con la que las personas visitan librerías y cafeterías, las que indicaron que el 44% del total frecuentan una vez al mes estos lugares. A continuación se muestra este cálculo:

Concurrencia de personas a Librerías y Cafeterías:

AÑO	Clientes Potenciales	Clientes esperados		
		CAFETERIA	LIBRERÍA	TOTAL
2,012	24,815	2,400	1,380	3,780
2,013	25,634	9,600	5,520	15,120
2,014	26,479	21,600	12,420	34,020
2,015	27,353	38,400	22,080	60,480
2,016	28,255	38,400	22,080	60,480

Tabla 4.30: Concurrencia de personas a la Cafetería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Como se puede ver en la tabla 4.30 el cálculo de clientes anuales se realizó en base al porcentaje de concurrencia de las personas a este tipo de lugares; 44% para librerías y el 44% para cafeterías; como se menciona antes. Este porcentaje se calcula para cada servicio de la PEA de Quito que se encuentran en el rango de edad de 15 a 35 años que pertenecen a la clase socioeconómica Alta y Media-Alta; de lo cual se obtiene un total de demanda a la que se restará el porcentaje de participación de mercado que tiene la competencia indirecta; lo que da como resultado la demanda insatisfecha; clientes potenciales en la tabla 4.30; a partir de la cual se establece satisfacer un porcentaje de dicha demanda como se puede ver en el cuadro 4.1.

De acuerdo a la capacidad del local y a los datos obtenidos en la tabla 4.30 se estableció el número de clientes que se podrá atender en el periodo de 5 años, el mismo que se muestra a continuación:

AÑO	Clientes esperados		
	CAFETERIA	LIBRERÍA	TOTAL
2012	2,400	1,380	3,780
2013	9,600	5,520	15,120
2014	21,600	12,420	34,020
2015	38,400	22,080	60,480
2016	38,400	22,080	60,480

Tabla 4.31: Capacidad para atender clientes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Estos datos se obtuvieron teniendo en cuenta la siguiente información:

Personas	Rotación Máxima	Días de Atención	Número de personas		
			x día	x mes	x año
63	4	5	252	5,040	60,480

AÑO	Capacidad Instalada	Rotación de mesas	Capacidad Instalada	Demanda a Satisfacer
2,012	60,480	1	6%	7%
2,013	60,480	2	25%	26%
2,014	60,480	3	56%	56%
2,015	60,480	4	100%	97%
2,016	60,480	4	100%	94%

Cuadro 4.1: Capacidad del Negocio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Como se puede observar en el cuadro 4.1, se proyecta un crecimiento promedio de la capacidad instalada operativa del 25%, de acuerdo a la demanda a satisfacer que guarda relación con la rotación de mesas esperada; ya que se calcula en forma pesimista que las personas rotaran una mesa por lo menos una vez al día en el primer año, lo que irá incrementando cada año.

También se asumió que el consumo promedio de una persona en el negocio será de \$2.00 al mes lo que da un total de \$24.00 anuales por persona. Esto se obtuvo de las preguntas 11 y 12 de la Encuesta A, en la que se estable que un 46% está dispuesto a pagar este valor en una librería y un 54% en una cafetería.

4.2.7.1 Ingresos Esperados:

Para el cálculo de los ingresos esperados se considerará la información obtenida antes mencionada, esto quiere decir que se utilizará el total de clientes que se atenderá el cual se calculo en la tabla 4.30 y se asumirá un ingreso mensual por persona de \$2.

Con estos datos la tabla 4.32 muestra el cálculo de los ingresos para los siguientes 5 años, tanto para la cafetería como para la librería:

Precio promedio mensual:	\$	2.00	Anual:	\$	24.00
---------------------------------	-----------	-------------	---------------	-----------	--------------

AÑOS	CAFETERIA	LIBRERÍA	TOTAL
2012	\$ 31,104.00	\$ 15,235.20	\$ 46,339.20
2013	\$ 124,416.00	\$ 60,940.80	\$ 185,356.80
2014	\$ 279,936.00	\$ 137,116.80	\$ 417,052.80
2015	\$ 497,664.00	\$ 243,763.20	\$ 741,427.20
2016	\$ 497,664.00	\$ 243,763.20	\$ 741,427.20

Tabla 4.32: Cálculo Ingresos Esperados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

4.2.8 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio para las empresas es el análisis de relación entre los costos fijos y variables y los ingresos que se espera tener. “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.”⁵⁹

En el caso de las empresas que ofrecen diversos productos, el análisis del punto de equilibrio es más complejo ya que es necesario distribuir costos fijos totales entre todos los productos, esto se hace con el fin de establecer puntos de equilibrio parciales. “Estos puntos de equilibrio individualizados son importantes ya que pueden evidenciar la conveniencia o inconveniencia de mantener la producción o venta de determinado artículo y de esta manera optimizar el rendimiento total de la empresa.”⁶⁰

Debido a que en el punto de equilibrio los ingresos se igualan a los costos fijos y variables, la fórmula sería la siguiente:

$$I = CFT + CVT$$

Donde:

I = Ingresos

CFT = Costos Fijos Totales

CVT = Costos Variables Totales

Pero hay que tener en cuenta que los costos variables son un porcentaje constante en las ventas, por lo tanto el punto de equilibrio se calcula de la siguiente manera:

⁵⁹ Gabriel Urbina Baca, 2010, pág. 148

⁶⁰ Rodrigo Sáenz, 2007, pág. 2007

$$P.E. = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

CFT = Costos Fijos Totales

CVT = Costos Variables Totales

VT = Ventas Totales

Como los ingresos se calcularon bajo una opción el punto de equilibrio se calculará con esta misma opción; es decir; se tendrá un punto de equilibrio esperado; los mismos que se explica en el siguiente punto:

4.2.8.1 Punto de Equilibrio Esperado

Utilizando la formula indicada y los ingresos esperados; antes calculados; el Punto de Equilibrio Esperado para el 2012 sería de -\$12.578,38, el cual se volverá positivo a partir del segundo año con un valor de \$5.479.59. Este cálculo puede verse en la tabla 4.33:

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos Totales	\$3,240.00	\$3,240.00	\$3,240.00	\$3,240.00	\$3,240.00
Costos Variables Totales	\$58,275.48	\$75,758.12	\$98,485.56	\$128,031.23	\$166,440.60
Ingresos Totales	\$46,339.20	\$185,356.80	\$417,052.80	\$741,427.20	\$741,427.20
PUNTO DE EQUILIBRIO	-\$12,578.38	\$5,479.59	\$4,241.65	\$3,916.27	\$4,177.88

Tabla 4.33: Punto de Equilibrio Esperado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

4.2.9. Evaluación Financiera

Evaluar un proyecto a un plazo fijo puede llevar a conclusiones erradas respecto del mismo.⁶¹

La evaluación financiera se realizará sobre la estimación del flujo de caja de los costos y beneficios, de la opción planteada. Los resultados obtenidos en la evaluación se miden a través de distintos criterios que, más que optativos son complementarios entre sí.

Cuando el resultado de la evaluación del proyecto es positivo no siempre es bueno implementarlo de inmediato, ya que es probable que la rentabilidad del proyecto sea mayor si su puesta en marcha se posterga algunos períodos. Esto debido a que no todos los proyectos rentables deben ser implementados enseguida, aun cuando existan los recursos necesarios para hacerlo, si su rentabilidad se maximiza postergando su iniciación.

Por lo tanto la proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes en el estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre la base de los resultados que se determinen en el flujo de caja. Los elementos que se utilizarán para realizar esta proyección son los obtenidos en los puntos anteriores, como son la inversión realizada, el capital de trabajo, los ingresos, costos y gastos.

Al proyectar el flujo de caja es necesario incorporar datos adicionales relacionados con los efectos tributarios.

⁶¹ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; 2006 pág. 27

4.2.9.1 Flujos de Caja Esperado

Antes de poder calcular el flujo de caja esperado hay que realizar el Estado de Pérdidas y Ganancias para los próximos 5 años con los ingresos esperados antes calculados. Esto se puede ver a continuación:

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 46,339.20	\$ 185,356.80	\$ 417,052.80	\$ 741,427.20	\$ 741,427.20
- Costo de Venta	\$ 61,515.48	\$ 78,998.12	\$ 101,725.56	\$ 131,271.23	\$ 169,680.60
(+)Costos Fijos	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00
(+)Costos Variables	\$ 58,275.48	\$ 75,758.12	\$ 98,485.56	\$ 128,031.23	\$ 166,440.60
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	-\$ 15,176.28	\$ 106,358.68	\$ 315,327.24	\$ 610,155.97	\$ 571,746.60
- Gastos Administrativos	\$ 85,422.24	\$ 86,080.24	\$ 86,080.24	\$ 86,080.24	\$ 86,080.24
- Publicidad	\$ 5,280.00	\$ 7,920.00	\$ 11,880.00	\$ 17,820.00	\$ 26,730.00
- Depreciación	\$ 2,307.90	\$ 2,307.90	\$ 2,307.90	\$ 2,307.90	\$ 2,307.90
= UTILIDAD EN OPERACIÓN	-\$ 108,186.42	\$ 10,050.54	\$ 215,059.10	\$ 503,947.83	\$ 456,628.46
- Gastos Financieros	\$ 2,735.78	\$ 2,252.42	\$ 1,708.20	\$ 1,095.43	\$ 405.50
= UTILIDAD BRUTA	-\$ 110,922.20	\$ 7,798.11	\$ 213,350.90	\$ 502,852.40	\$ 456,222.96
- 15% Participación Utilidades	-\$ 16,638.33	\$ 1,507.58	\$ 32,258.86	\$ 75,592.17	\$ 68,494.27
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 91,548.09	\$ 8,542.96	\$ 182,800.23	\$ 428,355.66	\$ 388,134.19
- 25% Impuestuesto a la Renta	\$ -	\$ 2,135.74	\$ 45,700.06	\$ 107,088.91	\$ 97,033.55
= UTILIDAD NETA	-\$ 91,548.09	\$ 6,407.22	\$ 137,100.18	\$ 321,266.74	\$ 291,100.64

Tabla 4.34: Estado de Pérdidas & Ganancias Esperado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Una vez realizado el Estado de Pérdidas & Ganancias se procede a la elaboración del Flujo de Caja probable que se presenta en la tabla 4.35:

RUBROS	Costos Preoperación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 46,339.20	\$ 185,356.80	\$ 417,052.80	\$ 741,427.20	\$ 1,853,568.00
Ventas Esperadas	\$ -	\$ 46,339.20	\$ 185,356.80	\$ 417,052.80	\$ 741,427.20	\$ 1,853,568.00
EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 152,217.72	\$ 172,998.37	\$ 199,685.80	\$ 235,171.47	\$ 282,490.84
Costos Fijos	\$ -	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00
Costos Variables	\$ -	\$ 58,275.48	\$ 75,758.12	\$ 98,485.56	\$ 128,031.23	\$ 166,440.60
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 85,422.24	\$ 86,080.24	\$ 86,080.24	\$ 86,080.24	\$ 86,080.24
Publicidad	\$ -	\$ 5,280.00	\$ 7,920.00	\$ 11,880.00	\$ 17,820.00	\$ 26,730.00
Gastos Financieros	\$ -	\$ 2,735.78	\$ 2,252.42	\$ 1,708.20	\$ 1,095.43	\$ 405.50
INVERSION	\$ 1,140,797.40					
Pre-operativas	\$ 1,634.12					
Muebles y Enseres	\$ 13,060.80					
Maquinaria y Equipos	\$ 14,936.38					
Insumos y Materiales	\$ 6,048.04					
Capital de Trabajo	\$ 1,042,564.21					
Imprevistos (6%)	\$ 62,553.85					
FLUJO NETO GENERADO	\$ (1,140,797.40)	\$ (105,878.52)	\$ 12,358.43	\$ 217,367.00	\$ 506,255.73	\$ 1,571,077.16
Tasa de Descuento	12%					

Tabla 4.35: Flujo de Caja Esperado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Cabe mencionar que la tasa de descuento del 12% se estableció en relación a la tasa de interés de la CFN; 10.85%.

4.3 Análisis Económico

Esta parte de la evaluación del proyecto se calcula en base a la rentabilidad de la inversión en función del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el periodo de recuperación de la inversión.

Todas las cifras monetarias obtenidas en el Análisis Financiero deberán ser transformadas a un índice de rentabilidad económica, los valores que se utilizarán en este análisis son la inversión inicial; solo se tomará en cuenta la inversión fija y pre-operativa; la depreciación, los flujos netos de efectivo y algunos datos del financiamiento.

Hay que tener en cuenta también el cambio del valor del dinero a través del tiempo, ya que el monto de hoy no tendrá el mismo poder adquisitivo dentro de un año. Por tanto como las ganancias de toda inversión se obtienen con el pasar de los años, y para poder tener una idea real de las ganancias que se obtendrán se realiza al cálculo del VAN y la TIR.

El cálculo de la rentabilidad económica de la inversión en un proyecto es vital para realizar o rechazar la inversión.⁶² Por este motivo hay que ser cuidadosos al momento de escoger y analizar los datos, ya que cualquier error en la selección de los datos o una mala interpretación de los mismos conducirá a resultados no válidos.

Una vez establecida la forma de análisis económico y los datos que se utilizarán para la evaluación es necesario citar el concepto de cada uno de ellos e identificar la forma de realizar los cálculos de los mismos.

⁶² Gabriel Urbina, 2010, pág. 180

Valor Actual Neto:

Es el método más conocido y mejor aceptado al momento de evaluar un proyecto. Es el índice que mide la rentabilidad una vez que se ha recuperado toda la inversión. El VAN calcula el valor actual de todos los flujos de caja futuros, que han sido proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total calculada al momento cero. Por lo tanto el Valor Actual Neto: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”⁶³

Para poder calcular el VAN se utiliza el costo de capital o tasa mínima de retorno (TMRA), ya que antes de invertir las personas tienen en mente una tasa mínima de ganancias sobre la inversión, la cual debe guardar relación con la opción de invertir en otro proyecto. Normalmente en la ejecución de este tipo de proyecto se establece la tasa mínima de retorno en 12%, la cual si comparamos con la tasa de financiamiento en la CFN es mayor y nos genera dos puntos de holgura. La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_o$$

Donde:

V_t = representa los flujos de caja en cada periodo

I_0 = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n = es el número de períodos considerado.

k = es la tasa mínima de retorno.

Una vez obtenida toda la información antes mencionada el cálculo del VAN se hará con la función de Excel para el VAN. Si el resultado de este cálculo es mayor a cero, esto implica que el inversionista tendrá una ganancia adicional a la TMA y la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

⁶³ Gabriel Urbina, 2010, pág. 182

Tasa Interna de Retorno:

En un segundo criterio de evaluación se realiza el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR), la cual mide la rentabilidad como porcentaje. Se la denomina de esta manera ya que se supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. “Es decir se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión.”⁶⁴

Por lo tanto podemos decir que la Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento con la cual el VAN es igual a cero, esto significa, que es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

El criterio que la TIR usa para aceptar o no un proyecto es, que si el valor de esta es mayor o igual a la TMAR la inversión se acepta.

Al igual que el Valor Actual Neto la TIR se calcula con la función de Excel.

Periodo de Recuperación:

Este es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto, y tiene por objetivo medir en cuanto tiempo se recuperará la inversión realizada, incluyendo el costo de capital involucrado.

Para el cálculo del periodo de recuperación se utiliza la siguiente fórmula:

$$P.R. = N - 1 + \left[\frac{FA(n-1)}{F(n)} \right]$$

⁶⁴ Gabriel Urbina, 2010, pág. 184.

Donde:

N = Año en el que el flujo acumulado cambia de signo

$FA(n-1)$ = Flujo de efectivo acumulado en el año previo a N

$F(n)$ = FNE en el año N

Una vez establecido el concepto de cada uno de los índices para la evaluación económica y establecidas las fórmulas para su cálculo, se procederá a su ejecución y análisis.

4.3.1 Escenario Esperado

En el escenario esperado se realiza el cálculo del VAN, la TIR y el periodo de recuperación con los datos obtenidos en los flujos de caja probables. Los resultados obtenidos se presentan en los siguientes puntos:

4.3.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

Con los Flujos de Caja Esperado, la TMAR calculada anteriormente y la inversión establecida en los puntos anteriores el VAN obtenido fue de \$ 142.443,85, el cual indica que el proyecto es aceptado; como se muestra en la siguiente tabla:

VAN	\$	142,443.85	ACEPTABLE
------------	-----------	-------------------	------------------

Tabla 4.36: VAN

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

4.3.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

De igual manera podemos calcular la TIR con el flujo de caja esperado y utilizando la formula de Excel, tal como se menciona anteriormente. Este cálculo se presenta a continuación:

TIR	15%	ACEPTABLE
-----	-----	-----------

Tabla 4.37: TIR

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

4.3.1.3 Periodo de Recuperación de la Inversión

Para el cálculo del periodo de recuperación se utiliza la formula descrita anteriormente, por lo tanto se utilizarán los siguientes datos:

DETALLE	VALOR
N	2
FA (n-1)	\$ 105,878.52
F (n)	\$ 12,358.43

Cuadro 4.2: Periodo de Recuperación Probable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Después de realizar el cálculo con la fórmula descrita se obtuvo el siguiente resultado:

P.R.	4.4	Año
------	-----	-----

Tabla 4.38: Periodo de Recuperación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

CAPITULO V

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- ❖ Una vez realizado el estudio de factibilidad de este proyecto mediante la aplicación de dos encuestas que fueron analizadas en el Capítulo II: Estudio de Mercado, en la parte de oferta donde se analizó a la competencia directa, en este caso El Cafélibro, La Liebre y La Casa Humboldt; se pudo establecer que la mayoría de las personas encuestadas acuden a estos lugares por lo menos una vez al mes, y en la demanda se pudo establecer que a la mayoría de las personas les gusta frecuentar establecimientos como librerías y cafeterías y que a la totalidad de la población encuestada le agradaría la combinación de estos dos servicios, por lo cual se ha podido determinar que la hipótesis planteada se cumpliría, ya que al implementar este tipo negocio fomentará el gusto por la cultura mediante el desarrollo y demostración de los distintos cursos que se ofrecen como: danza, teatro, arte y club de lectura.
- ❖ Podemos llegar a la conclusión que el objetivo general del proyecto se cumplirá ya que efectivamente los clientes tendrán varias opciones al visitar el negocio, y podrán escoger entre las múltiples opciones de un variado menú y los distintos cursos a ofrecerse. Cabe recalcar que el espacio físico del negocio y su adecuado equipamiento permitirá llevar con éxito y comodidad las actividades escogidas por los clientes.
- ❖ Los objetivos específicos se cumplirán ya que se analizó la competencia directa a fondo mediante la visita a cada uno de los lugares, donde se observó el espacio

mobiliario instalado; la comida y variedad de servicios ofrecidos, además de la aplicación de una encuesta a los clientes que acuden a estos lugares con la cual se pudo conocer la opinión de los mismos sobre el sitio. Recopilada y analizada esta información nos da pautas iniciales para el buen desenvolvimiento del lugar, los detalles posteriores se irán afinando con el tiempo y la experiencia que se adquiera en la atención diaria que se dará a los clientes.

- ❖ Con los datos obtenidos en el estudio financiero y considerando puntos como la rentabilidad y la recuperación del capital en un tiempo razonable se concluye que el proyecto es perfectamente realizable y económicamente viable. Con un sustento económico sólido, en base a una idea original e innovadora podemos contemplar a futuro la posibilidad de implementar un negocio del mismo estilo en el extranjero.
- ❖ Haciendo un análisis general del Estado de Resultados, tomando especialmente en consideración los ingresos anuales a obtenerse y el capital invertido, se llega al resultado de un balance positivo; con una ganancia neta que permite justificar y recuperar la inversión realizada, por tanto es un proyecto sostenible y rentable.
- ❖ Con el cálculo del VAN y el TIR se puede afirmar con certeza que el proyecto es aceptable y económicamente rentable para su ejecución.
- ❖ En el supuesto caso de que el crédito no fuese concedido el proyecto sería irrealizable, ya que la alta dimensión de financiamiento hace estrictamente necesario un financiamiento externo, sin el cual muy difícilmente se podría llevar a cabo el proyecto.

5.2 Recomendaciones:

- ❖ Después de plantear la hipótesis y definir los medios para lograr la factibilidad del proyecto se recomienda a futuro ampliar y diversificar los servicios que se ofrecen; como por ejemplo incrementando la oferta gastronómica y recreativa del lugar; con el fin de atraer un universo más amplio de potenciales clientes.
- ❖ Se recomienda la distribución adecuada del espacio teniendo en cuenta el tipo de actividad a realizarse en el lugar, ya que la comodidad y satisfacción del cliente es un factor indispensable a la hora de ofrecer un buen servicio.
- ❖ Podría contratarse asesoría externa para obtener mayor conocimiento sobre el funcionamiento, implementación y puesta en marcha del establecimiento.
- ❖ Es muy importante un buen estudio financiero, ya que en base a este determinaremos la factibilidad o no del proyecto planteado, teniendo en cuenta aspectos como el capital disponible y tiempo de recuperación del mismo.
- ❖ Hay que tomar en consideración las mayores fuentes de financiamiento posibles, las tasas de interés y el tiempo estimado del crédito; evaluarlos y en base a ello tomar la decisión que más se ajuste a nuestras necesidades.
- ❖ Si bien es cierto que los índices utilizados para analizar económicamente el proyecto arrojaron resultados favorables, debemos también examinar otros métodos que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son: razones de liquidez, tasas de apalancamiento, tasas de actividad y tasas de rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA TESIS

Libros:

- *Investigación de Mercado. Un enfoque aplicado*; Quinta Edición; Thomas C. Kinneer, James R. Taylor; Colombia 2005.
- *Evaluación de Proyectos*; Sexta Edición; Gabriel Baca Urbina; México 2010.
- *Marketing*; Decima Edición; Philip Kotler, Gary Armstrong; España 2004.
- *Preparación y Evaluación de Proyectos*; Cuarta Edición; Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, Chile 2000.
- *El Libro en el Ecuador, Estadísticas y datos del ISBN*; Cámara Ecuatoriana del Libro, Ecuador 2010.
- *Preparación y Evaluación de Proyectos*; Cuarta Edición; Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; México 2006.
- *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*; Primera Edición; Nassir Sapag Chaín; México 2007.
- *Contabilidad de Costos Un Enfoque Gerencial*; Sexta Edición; Charles T. Horngren, George Foster; México 1991.
- *Contabilidad de Costos, Análisis para la toma de decisiones*; Segunda Edición; Aldo Torres Salinas; México 2004.
- *Contabilidad Financiera*; Cuarta Edición; Gerardo Guajardo Cantú; México 2004.
- *Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones*; Novena Edición; Walter Nicholson; México 2004.
- *Manual de Gestión Financiera*; Econ. Rodrigo Sáenz F.; Ecuador 2007.
- *Matemáticas Financieras*; Econ. Rodrigo Sáenz F.; Ecuador 2007

Tesis:

- “*Estudio de Factibilidad para instalar un restaurante especializado en comida a la parrilla*”, Diego Vinueza Ortiz, Ecuador 2006.
- “*Propuesta de creación de restaurante de comida nacional e internacional en el Centro Histórico de Quito*”, Diego Javier Terán Tapia, Ecuador 2009.
- “*Estudio de Factibilidad para la instalación de una sucursal de restaurante “El Riobambeñito” en el sector Norte de la ciudad de Quito*”, Silvia Carolina Almache Sierra, Ecuador 2010.
- “*Plan de Factibilidad para la apertura de una sucursal de la importadora “Fantasías Núñez” para la venta al por mayor en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito*”, Bayron Núñez Veloz, Ecuador 2010.

Páginas Web de Empresas:

- Servicio de rentas Internas (SRI):
 - <http://www.sri.gob.ec/web/10138/96>
 - <http://www.sri.gob.ec/web/10138/219>
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador:
 - <http://www.msp.gob.ec/index.php/Permisos-de-Funcionamiento/informacion.html>
 - <http://www.tramites.go.cr/manual/espanol/10/formulario.pdf>
- Municipio Metropolitano de Quito
 - <http://www.tramitesciudadanos.gov.ec/tramite.php?cd=859>
 - <http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ordenanza-213-Distrito-Metropolitano-Quito-Capitulo-V.html>
 - http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=60&Itemid=86
- Ministerio de Turismo:
 - <http://www.captur.com/Docs/SectorOtrasActividades.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI):
 - <http://www.iepi.gob.ec/module-pagemaster-viewpub-tid-3-pid-6.html>
- Corporación Financiera Nacional (CFN):
 - http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=365

Páginas Web:

- <http://157.100.121.12/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2001&MAIN=WebServerMain.inl>
- http://maps.google.com/maps?um=1&hl=es&biw=1345&bih=497&q=Quito%20Avenida%20Rep%C3%ABlica%20del%20Salvador%20y%20Naciones%20Unidas&gs_sm=e&gs_upl=483891495701016101010101312861131910.1.4&ie=UTF-8&sa=N&tab=il

- http://www.google.com/imgres?imgurl=http://www.esacademic.com/pictures/eswiki/81/Quito_Sectores.gif&imgrefurl=http://www.esacademic.com/dic.nsf/eswiki/268206&usg=__ip7gGf5H8pSx3eFKKYAri8X4Ngw=&h=524&w=780&sz=39&hl=es&start=12&sig2=OF3VG618VuygVZAHzax9bQ&zoom=1&tbnid=iZaV1m_L-OKKaM:&tbnh=141&tbnw=210&ei=FWe_TYTzKsK4twfZv6W0BQ&prev=/search%3Fq%3Dcanton%2Bquito%26hl%3Des%26biw%3D1362%26bih%3D497%26gbv%3D2%26tbn%3Disch&itbs=1&iact=rc&dur=270&page=2&ndsp=12&ved=1t:429,r:6,s:12&tx=118&ty=47
- <http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html>

ANEXOS

ANEXO No 1

ENCUESTA A

ENCUESTA

Soy estudiante de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Internacional Sek. La presente encuesta tiene el fin de recopilar información para poder realizar un proyecto que consiste en la instalación de una librería-cafetería, por lo cual requiero de su ayuda en el desarrollo de esta encuesta:

Datos:

Sexo:	Masculino	☐	Femenino	☐		
Edad:	15 – 20	☐	21 – 25	☐	26 – 30	☐
					31 – 35	☐
Ocupación:	Estudiante	☐	Profesional	☐	Otro	☐
Estado Civil:	Soltero	☐	Casado	☐	Divorciado	☐

1. ¿Le gusta la literatura, el arte, el teatro o la danza?

- a. Si ☐
- b. No ☐

2. ¿Le gusta frecuentar cafeterías?

- a. Si ☐
- b. No ☐

3. ¿Qué actividad le gusta realizar en su tiempo libre?

- a. Leer un libro ☐
- b. Tomar un café ☐
- c. Escuchar música ☐
- d. Ir al cine ☐
- e. Otro ☐

4. ¿Qué lugares le gusta frecuentar en su tiempo libre?

- a. Librerías ☐
- b. Cafeterías ☐
- c. Bares ☐
- d. Cine ☐

5. ¿Qué busca al momento de acudir a estos lugares?

- a. Calidad ☐
- b. Distracción ☐
- c. Relajación ☐
- d. Precio ☐
- e. Variedad ☐

6. ¿Con que frecuencia va a una librería?

- a. 1 vez por semana ☐
- b. 1 vez por mes ☐
- c. 1 vez al año ☐
- d. Ninguna ☐

7. ¿Con que frecuencia va a una cafetería?

- a. A la semana 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐
- b. 1 vez por mes ☐
- c. Más de 2 vez al mes ☐

8. ¿Cuáles de estos lugares conoce?

- a. El Cafélibro ☐
- b. La Liebre ☐
- c. La Casa Humboldt ☐
- d. Ninguno ☐
- e. Otro _____

9. ¿Le gustaría que existiera en Quito un negocio que convine estos dos servicios (librería y cafetería)?

- a. Si ☐
- b. No ☐

10. ¿En qué sector le gustaría que se encuentre el negocio?

- a. Gonzales Suarez ☐
- b. Eloy Alfaro ☐
- c. Republica del Salvador ☐
- d. Otros _____

11. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un libro?

- a. \$5 ☐
- b. \$ 10 ☐
- c. \$ 15 ☐
- d. \$ 20 ☐

12. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en una cafetería?

- a. \$5 ☐
- b. \$ 10 ☐
- c. \$ 15 ☐
- d. \$ 20 ☐

ANEXO No 2

COMPETENCIA INDIRECTA LIBRERÍAS

Negocio	Nombre
Librería	Consortio Ecuatoriano del Libro
Librería	Librería DISLISI Cía. Ltda.
Librería	Librería EDARSI
Librería	Librería Librocentro
Librería	Librería French Quarter

ANEXO No 3

COMPETENCIA INDIRECTA CAFETERÍAS

Negocio	Nombre	Negocio	Nombre
Cafetería	El Buho	Cafetería	Café & Cacao
Cafetería	TRAIN STOPS COFFE	Cafetería	El Buen Café de Joel
Cafetería	Honey & Honey	Cafetería	De la Veinti 6
Cafetería	Café Conquistador	Cafetería	Spane´s
Cafetería	El Capuchino	Cafetería	Espresso Americano
Cafetería	Café entre amigos	Cafetería	Café de la Roca
Cafetería	Café 420	Cafetería	KRK Caffeto
Cafetería	Ecocafe	Cafetería	Negro Café Caliente
Cafetería	El Cafecito	Cafetería	Taokakao
Cafetería	El Almendro	Cafetería	Las Siete Cruces
Cafetería	El Español	Cafetería	Fonfone Café
Cafetería	Donut Express Suc.	Cafetería	Los Sanduches
Cafetería	Dunkin´Donuts Food Pleace	Cafetería	Sabor Colonial
Cafetería	Donut Café	Cafetería	Nocion Café
Cafetería	OMI	Cafetería	Kallaris Chocolates & Café
Cafetería	CORFU	Cafetería	Zebra Café
Cafetería	La Unión	Cafetería	El K´Fetissimo
Cafetería	"Razú" Le Fruit de Passion	Cafetería	Casillas
Cafetería	Bogarin	Cafetería	La Jarra Siria
Cafetería	Colibri	Cafetería	Chapineros
Cafetería	Papaya Net	Cafetería	Los Pinos
Cafetería	Maloca	Cafetería	Little Place Café
Cafetería	Dios le pague	Cafetería	El Senderito su Cafeteria
Cafetería	Ethnic Coffee	Cafetería	Café Pilon
Cafetería	Le P´tit Café	Cafetería	Bariloche
Cafetería	Torre Vlass	Cafetería	El caracol
Cafetería	El Sanduche Perfecto para ti	Cafetería	Carmita
Cafetería	La Pavita	Cafetería	Karlita
Cafetería	Querubin	Cafetería	Madrilon
Cafetería	Caribe	Cafetería	Niza
Cafetería	Frutillar	Cafetería	Pasaje Delicatessen
Cafetería	El Super Sanduche de Perníl	Cafetería	Taita Pendejadas
Cafetería	Youka	Cafetería	Fabiolita
Cafetería	La Chacha	Cafetería	Alhambra
Cafetería	Este Café	Cafetería	Colonial

ANEXO No 4

ENCUESTA B

ENCUESTA

1. ¿Qué le gusta de este lugar?

a. El ambiente ☐

b. El servicio ☐

c. El producto ☐

d. Los precios ☐

2. ¿Cómo calificaría el servicio del lugar?

a. Excelente ☐

b. Muy Bueno ☐

c. Bueno ☐

d. Malo ☐

e. Regular ☐

3. ¿Cuántas veces viene a este lugar?

a. A la semana 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

b. Al mes 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐

4. ¿Con quién viene generalmente a estos lugares?

a. Solo ☐

b. Con pareja ☐

c. Con amigos ☐

d. Con familia ☐

5. ¿Qué recomendaría que mejore el lugar?

ANEXO No 5

MENÚ DE LA CAFETERÍA

Cafés

Cappuccinos

Cappuccino Simple	\$3,00
Cappuccino con Crema	\$3,50
Cappuccino con Caramelo	\$3,50
Cappuccino Caliente	\$3,00
Cappuccino Suizo	\$4,00
Cappuccino Almendrado	\$4,00
Mochaccino	\$3,00

Cafés Tradicionales

Americano	\$2,50
Americano con leche	\$3,00
Americano con crema	\$3,00
Espresso	\$2,50
Espresso con crema	\$3,00
Espresso Doble	\$3,00
Espresso Doble con crema	\$3,50
Café Latte	\$3,00

Cafés Fríos

Cappuccino Frío	\$2,50
Affocato	\$3,00
Frappuccino	\$3,00
Mocha Frappuccino	\$3,50

Variedad

Chocolate	\$3,00
Té Caliente	\$2,50
Milkshake de chocolate	\$4,00
Milkshake de mora	\$4,50
Milkshake de vainilla	\$4,00

Panadería y Pastelería

Dulce

Tres leches	\$4,50
Cheesecake	\$4,00
Cheesecake de chocolate	\$4,50
Cheesecake de frutilla	\$4,50
Selva Negra	\$11,00
Pastel de chocolate	\$10,50
Pastel de vainilla	\$10,00
Pastel de naranja	\$11,00
Pie de limón	\$10,00
Pie de naranja	\$11,00
Pie de de frutilla	\$10,50
Mousse de Chocolate	\$4,00
Mousse de Frutilla	\$4,50
Helados	\$2,00
Pristiños	\$3,00
Buñuelos	\$3,00
Pastas	\$2,00
Tiramisú	\$3,00
Frutilla con Cremas	\$4,00

Sal

Sanduche de queso	\$3,50
Sanduche de jamón	\$4,00
Sanduche mixto	\$4,50
Sanduche de pollo	\$5,00
Sanduche de pernil	\$5,00
Empanada de maíz	\$1,50
Empanada de verde	\$2,50
Empanada de morocho	\$2,50
Quesadillas	\$3,00

Otras Bebidas

Jugo de Naranja	\$1,50
Jugo de Mora	\$1,50
Jugo de Tomate	\$1,50
Jugo de Taxo	\$1,50
Batido de Mora	\$2,00
Batido de Taxo	\$2,00
Limonada	\$1,00
Cola	\$1,00
Agua	\$1,00
Té Helado	\$2,00

Desayunos

Continental	\$5,00
Americano	\$5,50
Inglés	\$6,00
Costero	\$6,00
De la casa	\$5,00

Picaditas

Porción de papás fritas	\$5,00
Porción de empanadas (5 unidades)	\$7,00
Tablita con variedad de quesos y jamón	\$7,50

Internet

Consumo	Precio
Fracción de hora	\$ 0.50
Hora	\$ 1.00

ANEXO No 6
LOCAL DE AARIENDO

Vista Frontal:



Vista Lateral:



RUC01-A

[illegible]

ANEXO No 8

RUC01-B

REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-B		INSCRIPCION Y ACTUALIZACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO		ORIGINAL - SRI www.sri.gov.ec	
				No. _____	

10. NOMBRE COMERCIAL SOCIAL					
-----------------------------	--	--	--	--	--

SECCION DEL SUB ESTABLECIMIENTO:

11. NOMBRE COMERCIAL		12. APELLIDOS		13. NOMBRES		14. APELLIDOS		15. NOMBRES	
16. PRECATORIO		17. APELLIDOS		18. NOMBRES		19. APELLIDOS		20. NOMBRES	
21. DISTRITO		22. CANTON		23. PROVINCIA		24. CANTON		25. PROVINCIA	
26. DISTRITO		27. CANTON		28. PROVINCIA		29. CANTON		30. PROVINCIA	
31. DISTRITO		32. CANTON		33. PROVINCIA		34. CANTON		35. PROVINCIA	
36. DISTRITO		37. CANTON		38. PROVINCIA		39. CANTON		40. PROVINCIA	
41. DISTRITO		42. CANTON		43. PROVINCIA		44. CANTON		45. PROVINCIA	
46. DISTRITO		47. CANTON		48. PROVINCIA		49. CANTON		50. PROVINCIA	
51. DISTRITO		52. CANTON		53. PROVINCIA		54. CANTON		55. PROVINCIA	
56. DISTRITO		57. CANTON		58. PROVINCIA		59. CANTON		60. PROVINCIA	
61. DISTRITO		62. CANTON		63. PROVINCIA		64. CANTON		65. PROVINCIA	
66. DISTRITO		67. CANTON		68. PROVINCIA		69. CANTON		70. PROVINCIA	
71. DISTRITO		72. CANTON		73. PROVINCIA		74. CANTON		75. PROVINCIA	
76. DISTRITO		77. CANTON		78. PROVINCIA		79. CANTON		80. PROVINCIA	
81. DISTRITO		82. CANTON		83. PROVINCIA		84. CANTON		85. PROVINCIA	
86. DISTRITO		87. CANTON		88. PROVINCIA		89. CANTON		90. PROVINCIA	
91. DISTRITO		92. CANTON		93. PROVINCIA		94. CANTON		95. PROVINCIA	
96. DISTRITO		97. CANTON		98. PROVINCIA		99. CANTON		100. PROVINCIA	
101. DISTRITO		102. CANTON		103. PROVINCIA		104. CANTON		105. PROVINCIA	
106. DISTRITO		107. CANTON		108. PROVINCIA		109. CANTON		110. PROVINCIA	
111. DISTRITO		112. CANTON		113. PROVINCIA		114. CANTON		115. PROVINCIA	
116. DISTRITO		117. CANTON		118. PROVINCIA		119. CANTON		120. PROVINCIA	
121. DISTRITO		122. CANTON		123. PROVINCIA		124. CANTON		125. PROVINCIA	
126. DISTRITO		127. CANTON		128. PROVINCIA		129. CANTON		130. PROVINCIA	
131. DISTRITO		132. CANTON		133. PROVINCIA		134. CANTON		135. PROVINCIA	
136. DISTRITO		137. CANTON		138. PROVINCIA		139. CANTON		140. PROVINCIA	
141. DISTRITO		142. CANTON		143. PROVINCIA		144. CANTON		145. PROVINCIA	
146. DISTRITO		147. CANTON		148. PROVINCIA		149. CANTON		150. PROVINCIA	
151. DISTRITO		152. CANTON		153. PROVINCIA		154. CANTON		155. PROVINCIA	
156. DISTRITO		157. CANTON		158. PROVINCIA		159. CANTON		160. PROVINCIA	
161. DISTRITO		162. CANTON		163. PROVINCIA		164. CANTON		165. PROVINCIA	
166. DISTRITO		167. CANTON		168. PROVINCIA		169. CANTON		170. PROVINCIA	
171. DISTRITO		172. CANTON		173. PROVINCIA		174. CANTON		175. PROVINCIA	
176. DISTRITO		177. CANTON		178. PROVINCIA		179. CANTON		180. PROVINCIA	
181. DISTRITO		182. CANTON		183. PROVINCIA		184. CANTON		185. PROVINCIA	
186. DISTRITO		187. CANTON		188. PROVINCIA		189. CANTON		190. PROVINCIA	
191. DISTRITO		192. CANTON		193. PROVINCIA		194. CANTON		195. PROVINCIA	
196. DISTRITO		197. CANTON		198. PROVINCIA		199. CANTON		200. PROVINCIA	
201. DISTRITO		202. CANTON		203. PROVINCIA		204. CANTON		205. PROVINCIA	
206. DISTRITO		207. CANTON		208. PROVINCIA		209. CANTON		210. PROVINCIA	
211. DISTRITO		212. CANTON		213. PROVINCIA		214. CANTON		215. PROVINCIA	
216. DISTRITO		217. CANTON		218. PROVINCIA		219. CANTON		220. PROVINCIA	
221. DISTRITO		222. CANTON		223. PROVINCIA		224. CANTON		225. PROVINCIA	
226. DISTRITO		227. CANTON		228. PROVINCIA		229. CANTON		230. PROVINCIA	
231. DISTRITO		232. CANTON		233. PROVINCIA		234. CANTON		235. PROVINCIA	
236. DISTRITO		237. CANTON		238. PROVINCIA		239. CANTON		240. PROVINCIA	
241. DISTRITO		242. CANTON		243. PROVINCIA		244. CANTON		245. PROVINCIA	
246. DISTRITO		247. CANTON		248. PROVINCIA		249. CANTON		250. PROVINCIA	
251. DISTRITO		252. CANTON		253. PROVINCIA		254. CANTON		255. PROVINCIA	
256. DISTRITO		257. CANTON		258. PROVINCIA		259. CANTON		260. PROVINCIA	
261. DISTRITO		262. CANTON		263. PROVINCIA		264. CANTON		265. PROVINCIA	
266. DISTRITO		267. CANTON		268. PROVINCIA		269. CANTON		270. PROVINCIA	
271. DISTRITO		272. CANTON		273. PROVINCIA		274. CANTON		275. PROVINCIA	
276. DISTRITO		277. CANTON		278. PROVINCIA		279. CANTON		280. PROVINCIA	
281. DISTRITO		282. CANTON		283. PROVINCIA		284. CANTON		285. PROVINCIA	
286. DISTRITO		287. CANTON		288. PROVINCIA		289. CANTON		290. PROVINCIA	
291. DISTRITO		292. CANTON		293. PROVINCIA		294. CANTON		295. PROVINCIA	
296. DISTRITO		297. CANTON		298. PROVINCIA		299. CANTON		300. PROVINCIA	
301. DISTRITO		302. CANTON		303. PROVINCIA		304. CANTON		305. PROVINCIA	
306. DISTRITO		307. CANTON		308. PROVINCIA		309. CANTON		310. PROVINCIA	
311. DISTRITO		312. CANTON		313. PROVINCIA		314. CANTON		315. PROVINCIA	
316. DISTRITO		317. CANTON		318. PROVINCIA		319. CANTON		320. PROVINCIA	
321. DISTRITO		322. CANTON		323. PROVINCIA		324. CANTON		325. PROVINCIA	
326. DISTRITO		327. CANTON		328. PROVINCIA		329. CANTON		330. PROVINCIA	
331. DISTRITO		332. CANTON		333. PROVINCIA		334. CANTON		335. PROVINCIA	
336. DISTRITO		337. CANTON		338. PROVINCIA		339. CANTON		340. PROVINCIA	
341. DISTRITO		342. CANTON		343. PROVINCIA		344. CANTON		345. PROVINCIA	
346. DISTRITO		347. CANTON		348. PROVINCIA		349. CANTON		350. PROVINCIA	
351. DISTRITO		352. CANTON		353. PROVINCIA		354. CANTON		355. PROVINCIA	
356. DISTRITO		357. CANTON		358. PROVINCIA		359. CANTON		360. PROVINCIA	
361. DISTRITO		362. CANTON		363. PROVINCIA		364. CANTON		365. PROVINCIA	
366. DISTRITO		367. CANTON		368. PROVINCIA		369. CANTON		370. PROVINCIA	
371. DISTRITO		372. CANTON		373. PROVINCIA		374. CANTON		375. PROVINCIA	
376. DISTRITO		377. CANTON		378. PROVINCIA		379. CANTON		380. PROVINCIA	
381. DISTRITO		382. CANTON		383. PROVINCIA		384. CANTON		385. PROVINCIA	
386. DISTRITO		387. CANTON		388. PROVINCIA		389. CANTON		390. PROVINCIA	
391. DISTRITO		392. CANTON		393. PROVINCIA		394. CANTON		395. PROVINCIA	
396. DISTRITO		397. CANTON		398. PROVINCIA		399. CANTON		400. PROVINCIA	
401. DISTRITO		402. CANTON		403. PROVINCIA		404. CANTON		405. PROVINCIA	
406. DISTRITO		407. CANTON		408. PROVINCIA		409. CANTON		410. PROVINCIA	
411. DISTRITO		412. CANTON		413. PROVINCIA		414. CANTON		415. PROVINCIA	
416. DISTRITO		417. CANTON		418. PROVINCIA		419. CANTON		420. PROVINCIA	
421. DISTRITO		422. CANTON		423. PROVINCIA		424. CANTON		425. PROVINCIA	
426. DISTRITO		427. CANTON		428. PROVINCIA		429. CANTON		430. PROVINCIA	
431. DISTRITO		432. CANTON		433. PROVINCIA		434. CANTON		435. PROVINCIA	
436. DISTRITO		437. CANTON		438. PROVINCIA		439. CANTON		440. PROVINCIA	
441. DISTRITO		442. CANTON		443. PROVINCIA		444. CANTON		445. PROVINCIA	
446. DISTRITO		447. CANTON		448. PROVINCIA		449. CANTON		450. PROVINCIA	
451. DISTRITO		452. CANTON		453. PROVINCIA		454. CANTON		455. PROVINCIA	
456. DISTRITO		457. CANTON		458. PROVINCIA		459. CANTON		460. PROVINCIA	
461. DISTRITO		462. CANTON		463. PROVINCIA		464. CANTON		465. PROVINCIA	
466. DISTRITO		467. CANTON		468. PROVINCIA		469. CANTON		470. PROVINCIA	
471. DISTRITO		472. CANTON		473. PROVINCIA		474. CANTON		475. PROVINCIA	
476. DISTRITO		477. CANTON		478. PROVINCIA		479. CANTON		480. PROVINCIA	
481. DISTRITO		482. CANTON		483. PROVINCIA		484. CANTON		485. PROVINCIA	
486. DISTRITO		487. CANTON		488. PROVINCIA		489. CANTON		490. PROVINCIA	
491. DISTRITO		492. CANTON		493. PROVINCIA		494. CANTON		495. PROVINCIA	
496. DISTRITO		497. CANTON		498. PROVINCIA		499. CANTON		500. PROVINCIA	

Nota: Cuando se los datos contenidos en este formulario son incorrectos, este formulario no se acepta con consecuencias y sanciones.

Firma de inscripción

No. _____

Firma dependiente (SRI/2014)

ANEXO No 9

FORMULARIO DE SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 República del Ecuador Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI– Dirección de Documentación y Estadística 	* Fe de presentación Solicitud N°:		
A: Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:			
Solicitante :			
Abogado patrocinador : Matrícula N°:			
Tipo de signo <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"> Marca de fábrica ☐ Nombre Comercial ☐ </td> <td style="width: 50%;"> Marca de servicios ☐ Lema Comercial ☐ </td> </tr> </table>		Marca de fábrica ☐ Nombre Comercial ☐	Marca de servicios ☐ Lema Comercial ☐
Marca de fábrica ☐ Nombre Comercial ☐	Marca de servicios ☐ Lema Comercial ☐		
Registrada ☐ En trámite de registro ☐ Clase Internacional N°: y sus clases relacionadas según el caso			
Denominación:			
Recaudos anexos: ☐ Comprobantes pago N°: Otro si:	Firma solicitante Firma abogado patrocinador Casillero IEPI : Casillero judicial : Estudio jurídico : Teléfonos : Correo electrónico:		

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

* Para uso IEPI

Formato N° 05-2005-IEPI-IEPI

ANEXO No 10

FORMULARIO IRM



Secretaría de
Ordenamiento Territorial
Hábitat y Vivienda

USD. 2.00

Nº 376462

Fecha: _____

Señor

SECRETARIO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL HÁBITAT Y VIVIENDA

Presente.-

Yo, _____
(Nombre del propietario)

Nº de Predio: _____ Nº de Clave Catastral: _____

solicito se me confiera el **INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA (IRM)** correspondiente a mi propiedad ubicada en:

Zona: _____ Parroquia: _____

Calle: _____ Nº. _____

Intersección: _____

Barrio, Urbanización: _____ Lote Nº. _____

Superficie: _____ Frente: _____

CROQUIS DE UBICACIÓN

Area for the location sketch (CROQUIS DE UBICACIÓN).

CROQUIS: Ubicar la propiedad con referencias claras ... por favor

NOTAS: 1.- Los datos de superficie, frente y linderos deben estar de acuerdo a las escrituras del predio.
2.- Datos erróneos o dolosos causarán la anulación del presente trámite.

EL PROPIETARIO

ANEXO No 11

FORMULARIO PARA LA PATENTE MUNICIPAL



Dirección Metropolitana
Financiera Tributaria

DECLARACION DEL IMPUESTO DE PATENTE

Quito, a ____ de _____ del 201 ____

USD. 0.20

Nº 187094

En cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 364 y 365 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal y el Código del Distrito Metropolitano de Quito que establecen, regulan y reglamentan el cobro del Impuesto anual de Patente, inscribo y declaro:

Nombre o Razón Social:		Nº R.U.C.	
Representante Legal:		Nº C. Identidad	
Dirección:	Oficina Nº	C. Catastral	Teléfono:
Ubicación: Zona Norte _____ 1 _____ Zona Centro _____ 2 _____ Zona Sur _____ 3 _____ Parroquias _____ 4 _____	Dirección Sucursales		Capital: U.S.D. _____
Actividad Económica Principal:		Inicio de Actividades	
Descripción: _____			
JURIDICOS		ARTESANOS	
Nº de Resolución:	Fecha de Resolución:	Acuerdo Ministerial Nº:	Fecha de Resolución:
Matrícula de Comercio:		J.N.D. Artesano Nº:	Matrícula de Comercio:
NOTA: El incumplimiento de las obligaciones y deberes formales inherentes a los sujetos pasivos del Impuesto de Patente, conlleva la imposición de sanciones, según la infracción cometida conforme lo prevé el capítulo IV del Título I del Libro IV del Código Tributario.			
Con pleno conocimiento de las penas por ocultamiento o falsedad, declaro que toda la información contenida en este formulario es verídica y correcta, sin perjuicio de las sanciones legales aplicables, de comprobarse que es irreal, se considera como NO obtenida la Patente Municipal para los fines pertinentes.			
Nombre del Declarante:		Firma del Declarante:	
C. Identidad: _____		_____	
Funcionario Responsable:	Fecha de Inscripción:	Registro de Comerciante Nº.	
_____	_____	_____	

ADJUNTAR OBLIGATORIAMENTE LOS DOCUMENTOS DE RESPALDO EN ORIGINALES Y COPIAS

ANEXO No 12

FORMULARIO ÚNICO DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO																													
Nombre o Razón Social: _____ Denominación o Nombre Comercial: _____ No. Licencia de Funcionamiento (renovación): _____ No. RUC: _____ No. de Patente actual: _____ No. Predio: _____																													
PERSONA NATURAL Nombre completo: _____ No. C.I.: _____ PARA ARTESANOS: Acuerdo Ministerial No.: _____ Calificación Artesanal No.: _____ Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)	PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD Nombre completo del Representante Legal: _____ No. C.I. Representante Legal: _____ No. Resolución: _____ Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa) Capital Suscrito: _____																												
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA																													
Actividad Económica: _____																													
MATERIAL QUE UTILIZA <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 80%;"></th> <th colspan="3" style="text-align: center; border-bottom: 1px solid black;">CANTIDAD</th> </tr> <tr> <th></th> <th style="text-align: center; font-size: small;">Pequeña</th> <th style="text-align: center; font-size: small;">Mediana</th> <th style="text-align: center; font-size: small;">Grande</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>☐ Madera, papel, ropa, similares</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>☐ Líquidos o gases inflamables</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>☐ Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>☐ Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td>☐ Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:</td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> </tbody> </table>			CANTIDAD				Pequeña	Mediana	Grande	☐ Madera, papel, ropa, similares				☐ Líquidos o gases inflamables				☐ Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado				☐ Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado				☐ Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:			
	CANTIDAD																												
	Pequeña	Mediana	Grande																										
☐ Madera, papel, ropa, similares																													
☐ Líquidos o gases inflamables																													
☐ Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado																													
☐ Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado																													
☐ Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:																													
Dimensiones del local (m2): _____																													
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO																													
Calle Principal: _____ Edificio: _____ Parroquia: _____ Calle Secundaria: _____ Piso: _____ Sector o Referencia para ubicación: _____ Letra - Número: _____ Oficina/Departamento Nº: _____ E-mail: _____																													
INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR																													
En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información: Leyenda: _____ Largo: _____ Ancho: _____ Local propio ☐ Local arrendado ☐ Altura sobre el nivel de la acera: _____ Tipo de Material: _____																													
UBICACIÓN DEL RÓTULO <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <th style="width: 33%;">Adosado a la fachada frontal</th> <th style="width: 33%;">Adosado a la pared medianera</th> <th style="width: 33%;">Adosado a la pared lateral</th> </tr> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral				TIPO DE RÓTULO <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <th style="width: 12.5%;">Rótulo</th> <th style="width: 12.5%;">Mural</th> <th style="width: 12.5%;">Vallas</th> <th style="width: 12.5%;">Bandera</th> <th style="width: 12.5%;">Paneles Estáticos</th> <th style="width: 12.5%;">Módulos</th> <th style="width: 37.5%;">Otro (especifique)</th> </tr> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)															
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral																											
Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)																							
CROQUIS DE UBICACIÓN																													
Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.																													
Firma: _____ Nombre: _____ C.I.: _____	Funcionario Responsable: _____ Fecha: _____ Nº. Trámite: _____																												

FORMULARIO ÚNICO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

170

Reverso del formulario:

(PARA EL ANVERSO DE LA SOLICITUD)

INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información:

Local propio: ☐

Local arrendado:

Nro.	Leyenda	Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de Material

Nro.	UBICACIÓN DEL RÓTULO		
	Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral

Nro.	TIPO DE RÓTULO						
	Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)

ANEXO No 14

SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO

Anexo N° 7 SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO (FORMULARIO UNIFICADO)										(CÓDIGO)
A: INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: (No dejar espacios en blanco, escribir clara de preferencia letra imprenta o de molde, libre de tachaduras).										
1	MOTIVO DE PRESENTACIÓN:		2	GRUPO DE RIESGO:			3	CÓDIGO CIU	4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO PRINCIPAL : ACCESORIA (s):
	1 ERA VEZ:			A	B	C				
	RENOVACION									
5 NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:										
6 PROVINCIA:			7 CANTON:		8 DISTRITO:					
9 DIRECCIÓN EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (OTRAS SEÑAS ESPECÍFICAS):										
10 TELÉFONO:			11 NR DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		12 APDO. POSTAL:		13 CORREO ELECTRÓNICO:			
14 NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:									15 CÉDULA DE IDENTIDAD O JURÍDICA:	
16 LUGAR DE NOTIFICACIÓN PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO EMPRESA O NEGOCIO :										
17 TELÉFONO			18 NR DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		19 APDO. POSTAL:		20 CORREO ELECTRÓNICO:			
21 RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO									22 CÉDULA JURÍDICA	
23 NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE, O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:									24 CEDULA DE IDENTIDAD	
25 LUGAR DE NOTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:										
26 TELÉFONO			27 NR DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		28 APDO. POSTAL:		29 CORREO ELECTRÓNICO:			
30 NR TOTAL DE EMPLEADOS:			31 N° HOMBRERES:		32 N° MUJERES:		33 No .TOTAL DE CUENTES U OCUPANTES:			
34 HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):						35 HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:				
36 AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS :										
37 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS : (Ver instrucciones al dorso, usar hojas adicionales si es necesario)										
38 GENERA Desechos Peligrosos: () SI () NO CANTIDAD POR MES :										
B: INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ESTABLECIMIENTOS DE SALUD Y AFINES:										
39 NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE SERVICIOS DE SALUD O AFINES):									40 No. CEDULA:	
41 LUGAR DE NOTIFICACION RESPONSABLE TÉCNICO:										
42 TELÉFONO:			43 N° FAX PARA NOTIFICACIONES:		44 APDO. POSTAL:		45 CORREO ELECTRÓNICO:			
46 PROFESIÓN DEL RESPONSABLE TÉCNICO:			47 ESPECIALIDAD DEL RESPONSABLE TÉCNICO:						48 REGISTRO DEL COLEGIO PROFESIONAL:	
49 N° PERSONAL PROFESIONAL:						50 N° PERSONAL TÉCNICO				
51 FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD O AFINES):										
52 FIRMA DEL PROPIETARIO DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:										AUTENTICACION:

C: LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD (Deben llenarse conforme lo señala el instructivo).										
53 FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:			54 NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD							
55 SELLO					56 N° DE SOLICITUD					
D. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD										
1. DECLARACIÓN JURADA ()										
2. COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS ()										
3. COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD ()										
4. CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA Y CÉDULA JURÍDICAS VIGENTES ()										
5. LISTADO DEL PERSONAL PROFESIONAL Y TÉCNICO EN CIENCIAS DE LA SALUD Y AFINES A LA SALUD ()										

ANEXO No 15

PROCESO: SERVICIO DE CAFETERÍA

Actividades							Responsable
1	Recepción del cliente		X				Mesero
2	Preparación de la mesa	X					Mesero
3	Se lleva al cliente a la mesa asignada		X				Mesero
4	Entrega de la carta al cliente	X					Mesero
5	Espera selección del cliente			X			-
6	Toma de pedido	X					Mesero
7	Confirmación del pedido					X	Mesero
8	Pedido enviado a la cocina		X				Mesero
9	Se prepara el pedido en la cocina	X					Chef
10	Se pasa el pedido a los clientes		X				Mesero
11	Espera que el cliente termine de servirse el plato			X			-
12	Retiro de los platos	X					Mesero
13	Espera que el cliente ordene algo más			X			-
14	El cliente pide la cuenta	X					Cliente
15	Se envía la cuenta a caja	X					Mesero
16	Se emite la factura	X					Cajero
17	Se pasa la factura al cliente		X				Mesero
18	El cliente paga	X					Cliente
19	Se archiva la factura	X					Cajero
20	El cliente se retira		X				Cliente

ANEXO No 16

PROCESO: ELABORACIÓN DE UNA ORDEN DE PEDIDO EN LA COCINA

Actividades							Responsable
1	Se recibe el pedido		X				Cocinero
2	Se solicita los ingredientes	X					Jefe de Cocina
3	Se entregan los ingredientes al chef	X					Cocinero
4	Se prepara la orden	X					Cocinero
5	Se aumenta los ingredientes necesarios	X					Cocinero
6	Se lleva el plato al auxiliar		X				Jefe de Cocina
7	Se decora el plato	X					Cocinero
8	Se inspecciona el plato					X	Jefe de Cocina
9	Se distribuye los platos a los meseros	X					Cocinero
10	Se envían los platos a los clientes		X				Mesero
11	Se archiva la orden	X					-

ANEXO No 17

PROCESO: SERVICIO DE LIBRERÍA

Actividades							Responsable
1	Recepción del cliente		X				Empleado
2	El cliente escoge un libro	X					Cliente
3	El cliente escoge una mesa	X					Cliente
4	El cliente lee el libro	X					Cliente
5	El cliente decide comprar el libro	X					Cliente
6	El cliente escoge una maquina	X					Cliente
7	El cliente utiliza el internet	X					Cliente
8	El cliente se acerca a caja						
9	Se emite la factura	X					Cajero
10	El cliente paga	X					Cliente
11	Se archiva la factura	X					Cajero
12	El cliente se retira	X					Cliente

ANEXO No 18

TABLA AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA CFN

Mes	Monto del Préstamo	Pago	Pago de Intereses	Pago de Capital
	\$ 24,672.73			
1	\$24,361.21	\$534.60	\$223.08	\$311.52
2	\$24,046.87	\$534.60	\$220.27	\$314.34
3	\$23,729.69	\$534.60	\$217.42	\$317.18
4	\$23,409.65	\$534.60	\$214.56	\$320.05
5	\$23,086.71	\$534.60	\$211.66	\$322.94
6	\$22,760.85	\$534.60	\$208.74	\$325.86
7	\$22,432.05	\$534.60	\$205.80	\$328.80
8	\$22,100.27	\$534.60	\$202.82	\$331.78
9	\$21,765.49	\$534.60	\$199.82	\$334.78
10	\$21,427.69	\$534.60	\$196.80	\$337.80
11	\$21,086.83	\$534.60	\$193.74	\$340.86
12	\$20,742.89	\$534.60	\$190.66	\$343.94
13	\$20,395.84	\$534.60	\$187.55	\$347.05
14	\$20,045.65	\$534.60	\$184.41	\$350.19
15	\$19,692.29	\$534.60	\$181.25	\$353.35
16	\$19,335.74	\$534.60	\$178.05	\$356.55
17	\$18,975.97	\$534.60	\$174.83	\$359.77
18	\$18,612.94	\$534.60	\$171.57	\$363.03
19	\$18,246.63	\$534.60	\$168.29	\$366.31
20	\$17,877.01	\$534.60	\$164.98	\$369.62
21	\$17,504.05	\$534.60	\$161.64	\$372.96
22	\$17,127.71	\$534.60	\$158.27	\$376.34
23	\$16,747.98	\$534.60	\$154.86	\$379.74
24	\$16,364.80	\$534.60	\$151.43	\$383.17
25	\$15,978.17	\$534.60	\$147.97	\$386.64
26	\$15,588.04	\$534.60	\$144.47	\$390.13
27	\$15,194.38	\$534.60	\$140.94	\$393.66
28	\$14,797.16	\$534.60	\$137.38	\$397.22
29	\$14,396.35	\$534.60	\$133.79	\$400.81
30	\$13,991.92	\$534.60	\$130.17	\$404.43
31	\$13,583.82	\$534.60	\$126.51	\$408.09
32	\$13,172.04	\$534.60	\$122.82	\$411.78

33	\$12,756.54	\$534.60	\$119.10	\$415.50
34	\$12,337.28	\$534.60	\$115.34	\$419.26
35	\$11,914.23	\$534.60	\$111.55	\$423.05
36	\$11,487.35	\$534.60	\$107.72	\$426.88
37	\$11,056.62	\$534.60	\$103.86	\$430.74
38	\$10,621.98	\$534.60	\$99.97	\$434.63
39	\$10,183.42	\$534.60	\$96.04	\$438.56
40	\$9,740.90	\$534.60	\$92.08	\$442.53
41	\$9,294.37	\$534.60	\$88.07	\$446.53
42	\$8,843.81	\$534.60	\$84.04	\$450.56
43	\$8,389.17	\$534.60	\$79.96	\$454.64
44	\$7,930.42	\$534.60	\$75.85	\$458.75
45	\$7,467.52	\$534.60	\$71.70	\$462.90
46	\$7,000.44	\$534.60	\$67.52	\$467.08
47	\$6,529.14	\$534.60	\$63.30	\$471.31
48	\$6,053.57	\$534.60	\$59.03	\$475.57
49	\$5,573.70	\$534.60	\$54.73	\$479.87
50	\$5,089.50	\$534.60	\$50.40	\$484.21
51	\$4,600.91	\$534.60	\$46.02	\$488.58
52	\$4,107.91	\$534.60	\$41.60	\$493.00
53	\$3,610.45	\$534.60	\$37.14	\$497.46
54	\$3,108.50	\$534.60	\$32.64	\$501.96
55	\$2,602.00	\$534.60	\$28.11	\$506.49
56	\$2,090.93	\$534.60	\$23.53	\$511.07
57	\$1,575.23	\$534.60	\$18.91	\$515.70
58	\$1,054.87	\$534.60	\$14.24	\$520.36
59	\$529.81	\$534.60	\$9.54	\$525.06
60	\$0.00	\$534.60	\$4.79	\$529.81
TOTAL			\$7,403.33	\$24,672.73

ANEXO No 19
REQUISITOS PARA CRÉDITO CFN

REQUISITOS	Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación. Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético. Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.⁶⁵ Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen. Carta de pago de los impuestos. Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda. Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles. Proformas de la maquinaria a adquirir. Proformas de materia prima e insumos a adquirir.
-------------------	--

⁶⁵ Esto corresponderá a la persona natural o accionistas que integren la empresa.

MODELO DE EVALUACIÓN CFN
PERSONAS NATURALES

SOLICITUD Y LISTADO DE DOCUMENTOS
ENTREGADOS POR EL CLIENTE – PERSONAS JURIDICAS
(RPCP-11B)

Lugar y fecha : _____

Señores

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL
Presente.

De mi consideración:

Yo, _____ en calidad de Representante legal de la CIA.
_____ presento para su análisis y verificación, la
documentación y requisitos solicitados, para acceder a la inversión por: _____USD,
destino: Activo Fijo: _____USD; Capital de trabajo: _____UDS; Asistencia
Técnica _____USD.

Yo, _____ rector de la Universidad
_____ ó Director Ejecutivo de la Agencia de Desarrollo Empresarial
_____ declaramos que hemos revisado a profundidad el
proyecto que presenta la empresa _____ hemos apoyado en su elaboración y
consideramos que el proyecto esta adecuadamente sustentado en todos sus supuestos y que las
cotizaciones de equipos, maquinarias, activos fijos, sueldos y salarios, ingresos, gastos y en todos
los demás rubros económicos de la proyección, están acordes con la realidad actual del Ecuador.

Por lo tanto, consideramos que en el proyecto es factible de implementarlo en el mercado y
tecnológicamente es factible de realizarlo y utiliza tecnologías ambientalmente amigables, por lo
que la Universidad _____ ó la Agencia de Desarrollo _____
considera que la CFN debe invertir en la empresa _____, por cuanto es una

compañía que tiene una antigüedad de _____ años y que este proyecto se enmarca en innovación tecnológica, reconversión industrial o generación de valor agregado.

Atentamente,

Firma

Rector Universidad o Director Ejecutivo Agencia Desarrollo

CI

CI y sello

PARA USO EXCLUSIVO DE LA CFN

VERIFICACIÓN

PERSONAS JURÍDICAS

1.	Copia RUC			
2.	Pagos impuesto a la renta de los dos últimos años (de ser el caso)			
3.	Declaraciones IVA ultimo año (de ser el caso)			
4.	Copia cédula ciudadanía y papeleta votación de representantes legales			
5.	Estatutos de la empresa actualizados (escrituras de constitución, reformas de estatutos)			
6.	Nombramientos vigentes del representante legal de la empresa			
7.	Certificados de cumplimiento de obligaciones con la Superintendencia de Compañías			
8.	Certificados de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas			

9.	Certificado de cumplimiento de obligaciones para con el IESS			
10.	Registro de patentes y pago de regalías, (de ser el caso)			
11.	Hojas de vida de los principales ejecutivos y administradores en la actividad			
12.	Proformas de equipos, maquinarias y materia prima contempladas en el plan de inversiones. (de ser el caso)			
13	Presupuesto de obra, planos arquitectónicos en caso de obras civiles, si la construcción es en el área urbana adjuntar permisos aprobados por la autoridad competente. (de ser el caso)			
14	Documento ambiental expedido por el Ministerio de Ambiente, o municipio o autoridad competente (de ser el caso)			
15	Título de propiedad (copias de escrituras) debidamente inscrito del inmueble a aportar. (de ser el caso)			
16	Certificado de gravámenes del bien a aportar (con historial de 15 años si es inmueble)			
17	En el caso de inmuebles, comprobante de pago de impuestos municipales del (los) bien (es) a aportar (del año en curso)			
18	Certificado del INDA del bien a aportar (si esta en el área rural)			
19	Copia de las escrituras del bien inmueble donde se desarrollará el proyecto (de ser el caso)			
20	Certificado original de gravámenes del Registro Mercantil (de ser el caso)			
21	Certificado de gravámenes de la Jefatura o Comisión de Tránsito (en caso de aportar vehículos)			
22	Copia de matricula de vehiculo a aportar (de ser el caso)			
23	Presentar pólizas de seguro, de ser el caso			
24	Propuesta de inversión (carta detalle de la inversión o activos propuestas por el cliente)			
25	Declaración notariada y juramentada sobre las vinculaciones por propiedad o por gestión o por segundo grado de consaguinidad o cuarto de afinidad con la CFN, suscrita por el representante legal, de igual manera para los inversionistas			
26	Avalúo actualizado del bien, realizado por un evaluador calificado por la SBS (solicitado por la CFN posterior)			
		Sí	N o	Observaciones
Dispositivo magnético				
1.	Anexo 1: Solicitud de inversión, Anexo 2: Información básica del cliente, (impresa y debidamente suscrita por el (los) emprendedores)			

2.	Modelo de evaluación financiera y plantillas de la CFN (grabado en medio magnético)			
3.	Balance de situación, estado de pérdidas y ganancias, (2 últimos años de operación), Cía.			
4.	Presentar pólizas de seguros			
5..	Contenido del proyecto (impreso y grabado en medio magnético)			

RECIBIDO

Cliente entregó documentación completa: SI ____ NO ____
 Documentación pendiente:

_____ Nombre analista CFN	_____ Firma	_____ Fecha
------------------------------	----------------	----------------

Fecha en la que el cliente completa documentación: Mes ____ Día ____ Año ____

 Nombre: _____ Firma: _____

Sr. Cliente, usted tiene un plazo máximo de ocho días para completar la documentación.

DOCUMENTACIÓN DEVUELTA AL CLIENTE

_____ Nombre cliente	_____ Firma	_____ Fecha
-------------------------	----------------	----------------

ANEXO No 20

TABLA AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA BANCO PICHINCHA

Mes	Monto del Préstamo	Pago	Pago de Intereses	Pago de Capital
	\$ 24,672.73			
1	\$24,369.97	\$547.83	\$245.08	\$302.75
2	\$24,064.21	\$547.83	\$242.08	\$305.76
3	\$23,755.42	\$547.83	\$239.04	\$308.80
4	\$23,443.55	\$547.83	\$235.97	\$311.86
5	\$23,128.59	\$547.83	\$232.87	\$314.96
6	\$22,810.50	\$547.83	\$229.74	\$318.09
7	\$22,489.25	\$547.83	\$226.58	\$321.25
8	\$22,164.81	\$547.83	\$223.39	\$324.44
9	\$21,837.15	\$547.83	\$220.17	\$327.66
10	\$21,506.23	\$547.83	\$216.92	\$330.92
11	\$21,172.02	\$547.83	\$213.63	\$334.21
12	\$20,834.50	\$547.83	\$210.31	\$337.53
13	\$20,493.62	\$547.83	\$206.96	\$340.88
14	\$20,149.36	\$547.83	\$203.57	\$344.26
15	\$19,801.67	\$547.83	\$200.15	\$347.68
16	\$19,450.53	\$547.83	\$196.70	\$351.14
17	\$19,095.91	\$547.83	\$193.21	\$354.63
18	\$18,737.76	\$547.83	\$189.69	\$358.15
19	\$18,376.05	\$547.83	\$186.13	\$361.71
20	\$18,010.76	\$547.83	\$182.54	\$365.30
21	\$17,641.83	\$547.83	\$178.91	\$368.93
22	\$17,269.24	\$547.83	\$175.24	\$372.59
23	\$16,892.94	\$547.83	\$171.54	\$376.29
24	\$16,512.91	\$547.83	\$167.80	\$380.03
25	\$16,129.11	\$547.83	\$164.03	\$383.81
26	\$15,741.49	\$547.83	\$160.22	\$387.62
27	\$15,350.02	\$547.83	\$156.37	\$391.47
28	\$14,954.66	\$547.83	\$152.48	\$395.36
29	\$14,555.38	\$547.83	\$148.55	\$399.28
30	\$14,152.13	\$547.83	\$144.58	\$403.25
31	\$13,744.87	\$547.83	\$140.58	\$407.26
32	\$13,333.57	\$547.83	\$136.53	\$411.30

33	\$12,918.18	\$547.83	\$132.45	\$415.39
34	\$12,498.67	\$547.83	\$128.32	\$419.51
35	\$12,074.99	\$547.83	\$124.15	\$423.68
36	\$11,647.10	\$547.83	\$119.94	\$427.89
37	\$11,214.96	\$547.83	\$115.69	\$432.14
38	\$10,778.52	\$547.83	\$111.40	\$436.43
39	\$10,337.76	\$547.83	\$107.07	\$440.77
40	\$9,892.61	\$547.83	\$102.69	\$445.15
41	\$9,443.04	\$547.83	\$98.27	\$449.57
42	\$8,989.01	\$547.83	\$93.80	\$454.03
43	\$8,530.47	\$547.83	\$89.29	\$458.54
44	\$8,067.37	\$547.83	\$84.74	\$463.10
45	\$7,599.67	\$547.83	\$80.14	\$467.70
46	\$7,127.33	\$547.83	\$75.49	\$472.34
47	\$6,650.29	\$547.83	\$70.80	\$477.04
48	\$6,168.51	\$547.83	\$66.06	\$481.77
49	\$5,681.95	\$547.83	\$61.27	\$486.56
50	\$5,190.56	\$547.83	\$56.44	\$491.39
51	\$4,694.29	\$547.83	\$51.56	\$496.27
52	\$4,193.08	\$547.83	\$46.63	\$501.20
53	\$3,686.90	\$547.83	\$41.65	\$506.18
54	\$3,175.69	\$547.83	\$36.62	\$511.21
55	\$2,659.40	\$547.83	\$31.55	\$516.29
56	\$2,137.98	\$547.83	\$26.42	\$521.42
57	\$1,611.38	\$547.83	\$21.24	\$526.60
58	\$1,079.56	\$547.83	\$16.01	\$531.83
59	\$542.45	\$547.83	\$10.72	\$537.11
60	\$0.00	\$547.83	\$5.39	\$542.45
TOTAL			\$8,197.33	\$24,672.73

ANEXO No 21
REQUISITOS PARA CRÉDITO BANCO PICHINCHA

- El monto mínimo de crédito es de \$15.000.
- No existen montos máximos.
- La garantía puede ser por hipoteca, firmas o prendas.
- El plazo depende del ciclo del negocio del cliente. Generalmente va de 30 a 180 días, renovable.
- La tasa de interés es fija durante el plazo del crédito.