



**ESPE**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**MONOGRAFÍA DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA**

**TEMA: “IMPLEMENTACIÓN DE UN CAFÉ BAR EN EL VALLE  
DE LOS CHILLOS SECTOR SAN RAFAEL CANTON  
RUMIÑAHUI”**

**AUTORA: QUINTANA PALACIOS GRACE HIPATIA**

**DIRECTOR: MSC. YACELGA CUSÍN JULIO CÉSAR**

**SANGOLQUÍ**

**2016**



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo monográfico de titulación, ***“IMPLEMENTACIÓN DE UN CAFÉ BAR EN EL VALLE DE LOS CHILLOS SECTOR SAN RAFAEL CANTÓN RUMIÑAHUI”*** realizado por ***QUINTANA PALACIOS GRACE HIPATIA***, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a ***QUINTANA PALACIOS GRACE HIPATIA*** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, octubre 2016

Una firma manuscrita en tinta azul sobre una línea horizontal punteada.

**MSC. YACELGA CUSÍN JULIO CÉSAR**  
**DIRECTOR**



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

### **AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **QUINTANA PLACIOS GRACE HIPATIA**, con cédula de identidad N° 1712314846, declaro que este trabajo monográfico de titulación **“IMPLEMENTACIÓN DE UN CAFÉ BAR EN EL VALLE DE LOS CHILLOS SECTOR SAN RAFAEL CANTÓN RUMIÑAHUI”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas. Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, octubre 2016

Una firma manuscrita en tinta azul que parece ser la del autor, Quintana Palacios Grace Hipatia.

-----  
QUINTANA PALACIOS GRACE HIPATIA  
171231484-6



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS  
Y DE COMERCIO**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, *QUINTANA PALACIOS GRACE HIPATIA*, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo monográfico de titulación “*IMPLEMENTACIÓN DE UN CAFÉ BAR EN EL VALLE DE LOS CHILLOS SECTOR SAN RAFAEL CANTÓN RUMIÑAHUI*” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, octubre 2016

---

QUINTANA PALACIOS GRACE HIPATIA  
171231484-6

## **DEDICATORIA**

El trabajo realizado nace desde hace un tiempo atrás, como una idea implantada en mi mente que se convirtió en una meta la cual me he propuesto cumplirla, por lo tanto pese a las adversidades y sin desfallecer en el intento, con la fuerza e inteligencia que Dios me ha dado la he podido cumplir con sencillez y humildad, pero también con orgullo y gozo al alcanzar mi proyecto realizado llegando a culminarlo con gran dedicación y esfuerzo.

A Dios porque en todo momento ha sido mi guía, mi pilar fundamental, gracias a él y a sus ángeles que me han cuidado en todo momento. Han sido mi impulso para desarrollarme física, mental y espiritualmente, siendo la razón de mí existir.

A todos los animales del mundo, porque son una razón más en mi vida para superarme cada día y poder brindarles todo mi apoyo y lucha por lograr el respeto y bienestar de estos seres inocentes y desprotegidos.

**GRACE HIPATIA QUINTANA PALACIOS**

## **AGRADECIMIENTO**

Esta etapa es una más culminada en el caminar de mi vida, agradezco a Dios por haberme dado inteligencia y fuerza para conseguir mis metas.

A mi esposo porque su ayuda que ha sido de gran importancia para la realización de este proyecto.

Con infinita gratitud a mis maestros que no solo han sido maestros sino amigos, por su apoyo y paciencia.

Un sincero agradecimiento a mi director Msc. Julio César Yacelga Cusín, quien ha sabido comprender mi tema con exactitud para posteriormente guiarme de forma correcta y acertada para la culminación de este proyecto.

Agradezco también a mi Director de Carrera en Ing. Farid Mantilla por su apoyo para lograr el cumplimiento de este proyecto.

**GRACE HIPATIA QUINTANA PALACIOS**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|   |       |
|---|-------|
| <b>CARÁTULA.....</b>                                      | i     |
| <b>CERTIFICADO.....</b>                                   | ii    |
| <b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....</b>                    | iii   |
| <b>AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL).....</b> | iv    |
| <b>DEDICATORIA.....</b>                                   | v     |
| <b>AGRADECIMIENTO.....</b>                                | vi    |
| <b>ÍNDICE.....</b>  | vii   |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>                              | xii   |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>                             | xiv   |
| <b>INDICE DE ANEXOS.....</b>                              | xvi   |
| <b>RESUMEN.....</b>                                       | xvii  |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                      | xviii |

### **CAPÍTULO I**

|   |    |
|---|----|
| <b>ASPECTOS GENERALES DEL CAFÉ BAR BLUE MOON.....</b>                 | 1  |
| 1.1 Introducción.....   | 1  |
| 1.2 Planteamiento del Problema.....                                   | 1  |
| 1.3 Reseña Histórica.....   | 2  |
| 1.3.1 Cafetería.....  | 2  |
| 1.3.2 Historia.....   | 4  |
| 1.3.3 Bar.....  | 6  |
| 1.3.3.1 Estructura física del Bar.....                                | 7  |
| 1.3.3.2 Función Social.....   | 8  |
| 1.3.4 Lounge.....   | 8  |
| 1.4 Establecimientos de bares en el Valle de los Chillos Ecuador..... | 10 |
| 1.4.1 El Café de la Vaca.....   | 11 |
| 1.4.2 Juan Valdéz Cafetería.....                                      | 11 |
| 1.4.3 Sweet & Coffee.....   | 12 |
| 1.4.4 El Español.....   | 12 |

|  |    |
|--|----|
| 1.4.5 Friday's.....                            | 13 |
| 1.4.6 Western.....                             | 13 |
| 1.4.7 May Way.....                             | 14 |
| 1.5 Objetivo General.....                      | 14 |
| 1.5.1 Objetivo Específico.....                 | 14 |
| 1.6 Importancia y Justificación.....           | 14 |
| 1.6.1 Oportunidades del Café Bar.....          | 15 |
| 1.7 Diseño y Características del Café Bar..... | 16 |
| 1.8 Plan Nacional del Buen Vivir.....          | 19 |

## **CAPÍTULO II**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ESTUDIO DEL PROYECTO CAFÉ BAR BLUE MOON.....</b> | <b>21</b> |
| 2.1 Introducción.....                               | 21        |
| 2.2 Análisis Organizacional de la Empresa.....      | 21        |
| 2.2.1 La Empresa.....                               | 22        |
| 2.2.2 Nombre de la Empresa.....                     | 22        |
| 2.2.3 Misión.....                                   | 22        |
| 2.2.4 Visión.....                                   | 22        |
| 2.2.5 Logo.....                                     | 23        |
| 2.2.5.1 Descripción - Colores del Logo.....         | 23        |
| 2.2.5.2 Significado del Logo.....                   | 24        |
| 2.3 Aspecto Legal.....                              | 25        |
| 2.3.1 Ley de Turismo.....                           | 25        |
| 2.3.2 Licencia Anual de Funcionamiento.....         | 26        |
| 2.4 Marco Legal.....                                | 27        |
| 2.5 Categorización de la Actividad Económica.....   | 27        |
| 2.6 Patente.....                                    | 28        |
| 2.7 Registro único de contribuyentes (RUC).....     | 28        |
| 2.8 De acorde al Informe de Uso de Suelo.....       | 29        |
| 2.9 Certificado de Salud .....                      | 29        |
| 2.10 Razón Social.....                              | 30        |
| 2.11 Permiso SAYCE.....                             | 31        |



|  |    |
|--|----|
| 2.11.1 Clientes.....   | 31 |
| 2.11.2 Fuentes de Soda, Cafeterías, Heladerías, y Similares..... | 31 |
| 2.11.3 Sector de Diversión y Entretenimiento.....                | 31 |
| 2.12 Organigrama Estructural Administrativo.....                 | 32 |
| 2.12.1 Orgánico Estructural.....                                 | 32 |
| 2.12.2 Organigrama Funcional.....                                | 32 |
| 2.12.2.1 Gerente General o Administrador.....                    | 33 |
| 2.12.2.2 Jefe de Personal.....                                   | 33 |
| 2.12.2.3 Contador.....   | 34 |
| 2.12.2.4 Cajera.....   | 35 |
| 2.12.2.5 Cocinero.....   | 36 |
| 2.12.2.6 Asistente de Cocina.....                                | 36 |
| 2.12.2.7 Meseros.....  | 36 |
| 2.12.2.8 Barman.....   | 37 |
| 2.12.2.9 Seguridad.....  | 37 |
| 2.13 Análisis de Mercado.....                                    | 37 |
| 2.13.1 Análisis FODA.....  | 38 |
| 2.13.1.1 Fortalezas.....   | 38 |
| 2.13.1.2 Oportunidades.....                                      | 38 |
| 2.13.1.3 Debilidades.....  | 39 |
| 2.13.1.4 Amenazas.....   | 39 |
| 2.13.2 Diseño de la Información y Fuentes de Información.....    | 40 |
| 2.14 Marco Referencial.....                                      | 40 |
| 2.14.1 Marco Conceptual.....                                     | 40 |
| 2.15 Diseño del Cuestionario.....                                | 43 |
| 2.15.1 Modelo de la Encuesta.....                                | 43 |
| 2.16 Tamaño de la Muestra.....                                   | 43 |
| 2.16.1 Población.....  | 43 |
| 2.16.2 Muestra.....  | 44 |
| 2.17 Tabulación y Análisis de Resultados.....                    | 45 |
| 2.17.1 Resumen del Análisis de la Investigación.....             | 57 |
| 2.18 Estrategias del Marketing Mix.....                          | 57 |

|  |    |
|--|----|
| 2.18.1 Producto.....                             | 58 |
| 2.18.2 Precio.....                               | 59 |
| 2.18.3 Plaza.....                                | 59 |
| 2.18.4 Promoción.....                            | 60 |
| 2.19 Estudio Técnico.....                        | 60 |
| 2.19.1 Tamaño del Café Bar.....                  | 61 |
| 2.20 Localización del Café Bar.....              | 62 |
| 2.20.1 Decisiones de Localización.....           | 62 |
| 2.20.2 Macro Localización.....                   | 62 |
| 2.20.3 Micro Localización.....                   | 63 |
| 2.20.4 Plano de la Localidad.....                | 65 |
| 2.21 Suministros e Insumos.....                  | 66 |
| 2.21.1 Diseño del Café Bar.....                  | 66 |
| 2.22 Implementación de Capital de Inversión..... | 67 |
| 2.22.1 Combinación de Muebles y Equipos.....     | 68 |

### **CAPÍTULO III**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....</b>                  | <b>69</b> |
| 3.1 Ingresos.....  | 69        |
| 3.1.1 Demanda.....   | 72        |
| 3.1.2 Precio.....  | 74        |
| 3.2 Costos.....  | 74        |
| 3.2.1 Costos Fijos.....                                      | 74        |
| 3.2.2 Costos Variables.....                                  | 76        |
| 3.3 Activos Fijos.....                                       | 77        |
| 3.3.1 Activos Diferidos.....                                 | 79        |
| 3.4 Costos y Gastos Operativos.....                          | 81        |
| 3.4.1 Capital de Trabajo.....                                | 99        |
| 3.4.2 Cronograma de Inversiones con proyección a 5 años..... | 100       |
| 3.5 Depreciación.....  | 101       |
| 3.5.1 Método en Línea Recta.....                             | 102       |

|  |                |
|--|----------------|
| 3.6 Presupuestos de Ingresos.....          | 106            |
| 3.6.1 Presupuestos de Gastos.....          | 107            |
| 3.7 Punto de Equilibrio.....               | 108            |
| 3.8 Estado de Resultados.....              | 111            |
| 3.9 Costo de Capital o (TMAR).....         | 111            |
| 3.10 Valor Presente Neto (VAN).....        | 112            |
| 3.11 Tasa Interna de Retorno (TIR).....    | 113            |
| <br><b>CAPÍTULO IV</b>                     |                |
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b> | <b>115</b>     |
| 4.1 Conclusiones.....                      | 115            |
| 4.2 Recomendaciones.....                   | 116            |
| <br><b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>               | <br><b>126</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Horarios de Atención.....                             | 18 |
| Tabla 2 Género de Encuestados.....                            | 45 |
| Tabla 3 Edad de Encuestados.....                              | 46 |
| Tabla 4 Actividad Económica de Encuestados.....               | 47 |
| Tabla 5 Consumo de Picaditas y Aperitivos .....               | 48 |
| Tabla 6 Consumo de Cocteles .....                             | 49 |
| Tabla 7 Consumo de Cafetería .....                            | 50 |
| Tabla 8 Prioridad de Consumo.....                             | 51 |
| Tabla 9 Razones para visitar un Café Bar.....                 | 52 |
| Tabla 10 Razones para acudir a un Café Bar.....               | 53 |
| Tabla 11 Frecuencia de Asistencia a un Café Bar.....          | 54 |
| Tabla 12 Sector de Preferencia para acudir a un Café Bar..... | 55 |
| Tabla 13 Sector de Residencia.....                            | 56 |
| Tabla 14 Ingresos del año Inicial.....                        | 69 |
| Tabla 15 Ingresos Proyectados a 5 años.....                   | 70 |
| Tabla 16 Demanda.....   | 72 |
| Tabla 17 Proyección a 5 años de la Demanda con el 5%.....     | 73 |
| Tabla 18 Costos Fijos.....                                    | 75 |
| Tabla 19 Costos Variables.....                                | 76 |
| Tabla 20 Costos Variables con Proyección a 5 años.....        | 76 |
| Tabla 21 Implementación de Muebles.....                       | 77 |
| Tabla 22 Implementación de Equipo de Cocina.....              | 78 |
| Tabla 23 Implementación de Equipo de Oficina.....             | 78 |
| Tabla 24 Implementación de Equipo de Computación.....         | 79 |
| Tabla 25 Implementación de Equipo de Audio.....               | 79 |
| Tabla 26 Gastos de Constitución.....                          | 80 |
| Tabla 27 Gastos de Publicidad.....                            | 80 |
| Tabla 28 Activos Diferidos.....                               | 81 |
| Tabla 29 Utensilios.....                                      | 82 |
| Tabla 30 Accesorios.....                                      | 83 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 31 Uniformes.....                                     | 83  |
| Tabla 32 Servicios Básicos.....                             | 84  |
| Tabla 33 Salarios y Beneficios.....                         | 85  |
| Tabla 34 Aportes Salariales y Beneficios.....               | 86  |
| Tabla 35 Proyección de Sueldos y Salarios.....              | 87  |
| Tabla 36 Materiales para Oficina.....                       | 88  |
| Tabla 37 Artículos de Limpieza.....                         | 89  |
| Tabla 38 Gasto de Arriendo.....                             | 89  |
| Tabla 39 Materia Prima y Capital de Trabajo Cafetería.....  | 90  |
| Tabla 40 Materia Prima y Capital de Trabajo Coctelería..... | 93  |
| Tabla 41 Materia Prima y Capital de Trabajo Picaditas.....  | 97  |
| Tabla 42 Total Materia Prima y Capital de Trabajo.....      | 99  |
| Tabla 43 Gastos del Año Inicial.....                        | 100 |
| Tabla 44 Inversiones con Proyección a 5 años.....           | 101 |
| Tabla 45 Depreciación Mobiliario.....                       | 103 |
| Tabla 46 Depreciación Equipo de Cocina.....                 | 104 |
| Tabla 47 Depreciación Equipo de Oficina.....                | 105 |
| Tabla 48 Depreciación Equipo de Computación.....            | 105 |
| Tabla 49 Depreciación Equipo de Audio.....                  | 106 |
| Tabla 50 Ingresos.....                                      | 106 |
| Tabla 51 Proyección de Ingresos a 5 años.....               | 107 |
| Tabla 52 Egresos Anuales.....                               | 107 |
| Tabla 53 Punto de Equilibrio Año 1.....                     | 109 |
| Tabla 54 Punto de Equilibrio Año 5.....                     | 110 |
| Tabla 55 Estado de Resultados.....                          | 111 |
| Tabla 56 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....   | 112 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 Cafetería en Estambul.....                            | 5  |
| Figura 2 Interior de una taberna de Madrid.....                | 6  |
| Figura 3 Imágenes de Lounge.....                               | 10 |
| Figura 4 Diseño de una Barra de Bar.....                       | 17 |
| Figura 5 Diseño de un Bar.....                                 | 18 |
| Figura 6 Logo del Café Bar Blue Moon .....                     | 23 |
| Figura 7 Orgánico Estructural.....                             | 32 |
| Figura 8 Género de Encuestados.....                            | 45 |
| Figura 9 Edad de Encuestados.....                              | 46 |
| Figura 10 Actividad Económica de Encuestados.....              | 47 |
| Figura 11 Consumo de Picaditas y Aperitivos.....               | 48 |
| Figura 12 Consumo de Cocteles .....                            | 49 |
| Figura 13 Consumo de Cafetería .....                           | 50 |
| Figura 14 Prioridad de Consumo.....                            | 51 |
| Figura 15 Razones para visitar un Café Bar.....                | 52 |
| Figura 16 Razones para acudir a un Café Bar.....               | 53 |
| Figura 17 Frecuencia de Asistencia a un Café Bar.....          | 54 |
| Figura 18 Sector de Preferencia para acudir a un Café Bar..... | 55 |
| Figura 19 Sector de Residencia.....                            | 56 |
| Figura 20 Marketing Mix.....                                   | 58 |
| Figura 21 Mapa Político de la Provincia de Pichincha.....      | 63 |
| Figura 22 Mapa Político del Cantón Rumiñahui.....              | 64 |
| Figura 23 Plano de la localidad.....                           | 65 |
| Figura 24 Distribución de las áreas del Café Bar.....          | 66 |
| Figura 25 Ingresos de Operación del Primer Año.....            | 70 |
| Figura 26 Demanda Proyectada Personas.....                     | 71 |
| Figura 27 Demanda Proyectada Dólares.....                      | 71 |
| Figura 28 Demanda de Clientes.....                             | 73 |
| Figura 29 Proyección a 5 años de la demanda con el 5%.....     | 74 |
| Figura 30 Costos Fijos.....                                    | 75 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 31 Punto de Equilibrio año 1.....            | 109 |
| Figura 32 Punto de Equilibrio año 5.....            | 110 |
| Figura 33 Iglesia de Sangolquí.....                 | 118 |
| Figura 34 Mausoleo del Coronel Juan de Salinas..... | 119 |
| Figura 35 Cascada Molinuco.....                     | 120 |
| Figura 36 Cascada Cóndor Machay.....                | 120 |
| Figura 37 Cascada Rumibosque.....                   | 121 |
| Figura 38 Cascada la Quimza.....                    | 121 |
| Figura 39 Cascada de Vilatuña.....                  | 122 |
| Figura 40 Identidad Rumiñahuense.....               | 123 |
| Figura 41 Carruajes y Reinas.....                   | 123 |
| Figura 42 Desfile del Chagra.....                   | 124 |
| Figura 43 Joyas.....                                | 124 |
| Figura 44 Hornado.....                              | 125 |

## RESUMEN

El tema realizado es la implementación de un Café Bar denominado “Blue Moon”, con un estilo diferenciado al ser poseedor de un estilo relajante, elegante y fino en el sector de San Rafael e Isla Pinta en el Valle de los Chillos. En los cuales destacamos los puntos de importancia en el desarrollo de todos estos capítulos, proceso que nos llevó a la posición de implementar algo que no tiene competencia directa. Nuestro proyecto se lo ha realizado especialmente para un segmento de mercado correspondiente a jóvenes y adultos, empresarios, para que acudan a realizar negocios, parejas para que puedan conversar en un ambiente privado y amigos y familiares para compartir de un relajante ambiente con una variedad de productos para degustar, brindándoles una diferente y nueva alternativa de un Café Bar al estilo Lounge. Nuestra idea de brindar una imagen alucinante en el diseño de este establecimiento es porque queremos transmitir al cliente un espacio donde sus cinco sentidos se llenen de un estado de relajación con una atmósfera encantadora y elegante, en el cual la persona se sienta cómoda para disfrutar del espacio, de la compañía del servicio del establecimiento, de sus cocteles, bebidas y aperitivos de gran variedad que se ofrece en el “Blue Moon”.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **CAFÉ BAR (BLUE MOOM)**
- **TURISMO**
- **MUSICA**
- **SERVICIO DE ALIMENTOS**
- **SERVICIO DE BEBIDAS**



## ABSTRACT

The theme is the implementation of a Café Bar called "Blue Moon", with a selective style of relaxation, elegance and an exclusive style in the sector of Isla Pinta, San Rafael Valle de los Chillos. We focus on the importance of this in the development of all these chapters, process that led to implement something that does not have direct competition.

Our project has been made and designed for a market segment that cater for the businessman, adult and young people offering a calm quite and relaxing atmosphere where you can conduct business or talk with friends and family, tasting a variety of products, with a new and different alternative Lounge Bar and Café.

Our idea is of giving an amazing image in design of this establishment because we want to convey to our clients a space where their senses are fulfilled with relaxation, charm and an elegant atmosphere, where the person feels comfortable and enjoys the space, our friendly staff and services of this establishment, our cocktails, drinks and great variety of snacks which "Blue Moon" offers.

### **KEY WORKS:**

- **CAFÉ BAR (BLUE MOON)**
- **TOURISM**
- **MUSIC**
- **FOOD SERVICE**
- **DRINKS AND COCKTAILS SERVICE**

# CAPÍTULO I

## ASPECTOS GENERALES DEL CAFÉ BAR BLUE MOON

### 1.1 Introducción

Este servicio diferenciado del Café Bar con un toque de lounge, se implementará satisfaciendo las necesidades de los habitantes del Valle de los Chillos y en especial al mercado que se encuentra desatendido. En este lugar se puede disfrutar de un espacio acogedor, relajante y con productos de calidad que sirven de deleite al paladar, satisfaciendo las necesidades del segmento de mercado al que se beneficiará.

En el Cantón Rumiñahui y en todo el Valle de los Chillos existe un sinnúmero de cafeterías y bares con estilos variados y de diferentes categorías, pero aún no existe un local donde se ofrezca un ambiente elegante y relajante, con variedad de aperitivos, bebidas frías y calientes y coctelería extensa que brinde en un solo establecimiento.

El trabajo realizado en este proyecto es en base a la investigación de mercado, donde se determinó el nivel de aceptación del Café Bar en el sector de San Rafael y al mismo tiempo se cubrirá los gustos y preferencias del cliente y turista al cual va dirigido. Este proyecto tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de la población, además de aportar al desarrollo turístico del sector, siendo el Valle de los Chillos un lugar con varios atractivos turísticos al cual llegan un sinnúmero de personas nacionales y extranjeros.

### 1.2 Planteamiento del Problema

En el sector de San Rafael no existe un establecimiento con estas características singulares, que brinde un servicio variado y diferenciado en un Café Bar con un toque de lounge, esta es la razón por la cual este establecimiento a implementar, podría beneficiarse de las falencias del mercado para convertirlas en nuestras oportunidades, por lo cual aplicaríamos estrategias de marketing y un adecuado

servicio con el cual atraer al mercado propuesto.

“Analizando los registros del Municipio del Cantón Rumiñahui se encontró un documento escrito el cual menciona que "Está ubicado en el corazón del Valle de los Chillos, uno de los más hermosos Cantones que rodean a la "Carita de Dios", el Cantón Rumiñahui, siendo en superficie el más pequeño de la provincia de Pichincha y uno de los más pequeños del Ecuador.

**Fuente:** (Rumiñahui, 2004)

Por ello la creación del Café Bar “Blue Moon” tendrá su ubicación del local en la Av. Gral. Rumiñahui e Isla Pinta”, se escogió este sector para desarrollar este proyecto, por motivo que es un sitio muy concurrido al ser una gran zona comercial, convirtiéndose en un lugar idóneo para realizar los estudios e investigación para la implementación del nuevo Café Bar. Es importante considerar que por la gran demanda existente en esta zona, la falta de establecimientos que brinden servicios exclusivos, en un Café Bar y que satisfaga las necesidades que un segmento del mercado requiere, es aportar de esta manera el desarrollo del sector.

### **1.3 Reseña Histórica**

Comprende la historia de las Cafeterías, Bares, lounges, sus inicios y sus procesos de cambio, su evolución y su auge hasta llegar a la actualidad. De esta manera podemos analizar con completa claridad su funcionalidad.

#### **1.3.1 Cafetería**

Según Wikipedia en hotelería indican que las cafeterías corresponden a la categoría hotelera por que posee características de bares y restaurantes y comprende la existencia de servicio de comidas, aperitivos y bebidas; las cafeterías tienen como característica brindar servicio de barra con pequeñas y rápidas órdenes de alimento. Tradicionalmente las cafeterías eran un lugar para reunirse, para entablar conversaciones y discutir sobre temas, no necesariamente iban solo a consumir; convirtiéndose en lugares típicos en ciudades como como París, Viena, Londres, por

otro lado en países consumidores de café como Italia las personas pasan poco tiempo en las cafeterías.

En Estados Unidos por ejemplo llaman cafeterías a un restaurante donde no hay la existencia de camareros y los clientes utilizan una bandeja, pasando por una barra de menús a solicitar sus platos, para posteriormente cancelar en caja, razón por la cual son estas llamadas cafeterías en escuelas y centros de trabajo donde no sirven bebidas alcohólicas, como en las escuelas de enseñanza primaria y middle school; encontrándose enfocados con mayor prioridad en el café, leche con chocolate o simplemente té, pan, caldo, sándwiches, y postres. Las cafeterías son frecuentadas principalmente para tomar un refrigerio en poco tiempo; como son los sitios de trabajo, escuelas, aeropuertos o estaciones de tren.

También existen los cafetines y se les llama de esta manera cuando estos son establecimientos muy pequeños y se encuentran por lo general ubicadas en parques o instituciones educativas. Tenemos el caso de las empresas que comercializan café gourmet las cuales también llegan a tener sus cafeterías propias como es el caso de café Punta del Cielo y Juan Valdez cafetería.

Las Cafeterías poseen ciertas características que comprenden Bares y Restaurantes donde especialmente sirven café, infusiones, aperitivos, y otros productos sólidos de sal y dulce. Las Cafeterías en la antigüedad se iniciaron como un lugar de reunión y poco a poco se convirtió en un lugar visitado por personas de intelecto más que ir por consumir alimentos.

Pero en la actualidad existen Cafeterías de todo tipo con diferentes estilos, presupuestos y sabores, incluyendo Café Bar, Café Karaoke, Café Internet, entre otras, así mismo ha evolucionado los productos que en esta variedad de estilos de cafeterías se venden, actualmente cafés fríos, calientes, con alcohol, combinados y más, bebidas un sinnúmero de ellas preparadas de frutos y sabores, tortas de sal y dulce, sándwiches que en el presente son muy solicitados en las cafeterías acompañado con cualquier tipo de bebidas, y así se han ido incrementando aperitivos.

En cuanto a cafés hay con especias, en granos, artesanal, gourmet, egipcio en fin, el café es muy versátil, hasta que ha llegado a convertirse en una costumbre habitual,

y hoy por hoy se han convertido las cafeterías en lugares muy frecuentados por todo tipo de clientes, tomando en consideración que son una muy buena opción para invertir en un negocio con estas características.

### **1.3.2 Historia**

Según Wikipedia la historia nos da a conocer también como se originaron, en que tiempo, quienes acudían a estos sitios, en el cual nos informa que en Estambul en el año de 1550, se abrieron las primeras cafeterías y desde ahí fueron creciendo con rapidez, estos lugares se convirtieron en puntos de encuentro en el cual se reunían los turcos para discutir temas de hombres y salir de la cotidianidad.

Los sultanes en más de una ocasión pretendieron prohibir las cafeterías sin éxito alguno y en cuyo caso habría ocasionado perjuicio al alto impuesto en Europa y en el Imperio Otomano, que era donde obtenían el impuesto más alto del comercio del café. A partir de ello las cafeterías se extendieron por los Balcanes del Imperio volviéndose una costumbre, este estilo de cafeterías presumiblemente ingresó a la Europa cristiana por medio del Reino de Hungría, teniendo como mediador frecuente el Sacro Imperio Romano Germánico y los Otomanos. Sobre la base de las turcas en Venecia en 1624 La Bottega del Caffé fue una de las primeras cafeterías establecidas.

Por siglos el café se ha encontrado presente formando parte de la vida cotidiana, cabe mencionar que el café tiene diferentes propiedades nutricionales para el ser humano, las características de las cafeterías vienen a ser por su acondicionamiento encantadoras y por sus delicias de sabores como el delicioso café, el delicado té o el sabroso helado entre otros. Se extendieron por Europa, posteriormente hasta que en 1652 en París se estableció la primera cafetería parisina, para luego llegar a contar con varias cafeterías famosas como el Café Procope, la cual era visitada frecuentemente por Voltaire también Diderot, Benjamín Franklin, Rousseau, y muchos otros hombres ilustres de la época. Se abre la primera cafetería en la ciudad de Londres en el año de 1692, posteriormente en Berlín, luego en Viena y Budapest, de esta manera han llegado a convertirse en sitios para reunirse los intelectuales y filósofos, lugar para discutir e intercambiar ideas de importancia.

Las cafeterías son sitios para compartir o conversar que ha perdurado hasta los tiempos actuales, a finales del siglo XIX e inicios del XX en España, comenzaron a reunirse los intelectuales en las cafeterías como la del Café Zurich en Barcelona en el año de 1862, Café Gijón en Madrid en el año de 1888, Café Iruña en Pamplona en el año de 1888, Café Navarra en Barcelona en el año de 1889, Café Iruña en Bilbao en el año de 1903, Café de Fornos en Madrid en el año de 1907 o Café Novelty en Salamanca, y varias de estas han perdurado hasta hoy en día como legítimos establecimientos. Narración del sitio web, de la Real Academia Española. (2014).

Luego de analizar la historia de las cafeterías, conociendo que la iniciación de estas fue en Europa, y por su gran aceptación dieron ocasión para que se expandan a nivel mundial, causando cambios que han acontecido. Si el café a tenido y tiene éxito es por las propiedades nutricionales con las que cuenta, y por el deleite de su sabor, siendo las razones principales por lo que en la actualidad millones de personas lo consumen por lo menos una vez al día. Antiguamente las cafeterías eran un lugar frecuentado solo por hombres, hoy en día es un lugar familiar, concurrido por grandes y chicos de todo nivel social y económico.



**Figura 1 Cafetería en Estambul**

**Fuente:** (Wikipedia)

### 1.3.3 Bar

Un Bar es un lugar social en el cual se sirven aperitivos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas donde son consumidas en el mismo establecimiento con un servicio de barra, atrás de la barra hay una persona atendiendo a la cual se la denomina barman o bartender en el mundo anglosajón, bar viene del inglés bar, barra.

**Fuente:** (Cobos Criollo, 2013)

Bar, es un establecimiento en el cual se desarrolla un ambiente agradable y jovial, es un lugar de esparcimiento y ocio nocturno, en la antigüedad se les daba el nombre de tabernas para ir a beber licor en especial, hoy en día es un establecimiento comercial para el disfrute de las personas como lugar de recreación para consumo de bebidas con y sin alcohol, con deliciosas formas y sabores que deleitan a cualquier capricho.



**Figura 2 Interior de una Taberna de Madrid**

**Fuente:** (Wikipedia)

Esta fotografía es usualmente como lucen los bares, lo que los caracteriza es la barra del bar de diferentes y creativos diseños, un sinnúmero de botellas de licor para realizar los preparados que deleitan el sabor de los visitantes, sillas y mesas para comodidad de los clientes, atrás de esta barra del bar siempre se encuentra un bartender.

### **1.3.3.1 Estructura Física del Bar**

Según Wikipedia en cuanto a la estructura física el bar es el elemento característico del Bar, como la que le da su nombre, viene a ser la barra o mostrador, la cual consiste en un pequeño muro que va a la altura del pecho donde los clientes reciben sus pedidos. En un bar la barra sirve como división para el camarero que es el que se encuentra sirviendo los pedidos atrás de esta y el cliente es el que se encuentra del otro lado de la barra, sentados en sillas o taburetes altos, también suelen permanecer de pie junto a esta.

En el lado del camarero se encuentran los instrumentos necesarios para brindar un buen servicio como son los utensilios, muebles y aparatosos tales como la máquina de café, están los frigoríficos, suele estar la caja registradora, las estanterías para colocar botellas de licores, los vasos, los zumos, las jarras, los recipientes para servir bebidas y/o para servir aperitivos y más.

Barra, es el atractivo principal de un Bar o establecimiento, las barras en la actualidad tienen diseños fantásticos y originales, son bastante amplias y elegantes, convirtiéndose en la imagen del Bar. Los diseños de las barras además son hechos para colocar muebles, aparatos, utensilios, botellas y más; con la finalidad de facilitar al bartender que es el que se encarga de brindar un excelente trabajo al preparar y servir bebidas, cocteles y aperitivos. Otra razón para que los diseños de las barras sean inusuales con taburetes, sillas altas o singulares, brindando comodidad al cliente al sentarse, de pie para solicitar el servicio o para entablar conversaciones, convirtiéndose en el punto más social del Bar.



### 1.3.3.2 Función social

En España por ejemplo los bares vienen a ser un fenómeno social por generaciones en sus costumbres y cultura, por tal razón en cada barrio, pueblo, calle de importancia tienen más de un bar en el cual acuden las personas constantemente para consumir comidas, bebidas o para reunirse, encontrarse y socializar, en un lugar agradable.

También son considerados los bares como problemas sociales ya que incitan al vicio de alcohol, tabaco y drogas y otras adicciones, pese a que han llegado a ser muy aceptados por la sociedad. Hay lugares de estos donde se encuentran mesas para que el cliente permanezca más tiempo, las cafeterías suelen recibir diversidad de clientes incluso familias, cabe la existencia además de otros establecimientos similares o bien pueden poseer más de una característica, entre los cuales tenemos:

- Restaurante es donde sirven comidas en la mañana y noche, comprende de servicio de mesa y brinda comodidad al cliente en este espacio.
- Pub es un lugar propiamente nocturno y se caracteriza por la música.
- Taberna perteneciente a la cultura popular e informal donde se consume comida en la mesa o barra brindando un servicio mínimo al cliente.
- Ludoteca posee similitud con las cafeterías, en donde hay servicio de alimentos y bebidas lo que hace la diferencia es la diversidad de juegos de mesa, de tablero para jugar.

Es considerado un lugar de encuentro, esparcimiento y alegría, para pasarla con amigos, grupos de personas o enamorados, lugar en el cual se desarrolla un ambiente eufórico donde las personas se desinhiben y disfrutan al máximo, mediante el consumo de drogas legales como el alcohol, tabaco, que en la actualidad se han convertido en parte de una cultura.

**Fuente:** (Cobos Criollo, 2013)

### 1.3.4 Lounge

Según Wikipedia a un género de música se la denomina lounge, en la que incluye una variación del jazz conocida desde el año de 1950, la que contiene ritmos

sensuales pero carece de instrumentación. Se basa en los sonidos del Swing y el Big Band, llegando a combinarse con el worldbeat, convirtiéndose en un híbrido de encantadores sonidos; lounge es más un modo de interpretar, por ello pueden pasar diversos géneros tales como el jazz, el bossa nova, también el mambo y el chachachá incluso música étnica.

Lounge en nuestro idioma viene a ser vestíbulo o salón de descanso, como suele haber en los hoteles un espacio para beber, descansar, conversar o escuchar música suave, en síntesis lounge denota placer, comodidad y elegancia, conlleva además una estética, y desde fines de la década de los 90', gracias a la industria discográfica se ha convertido en un centro de moda.

Actualmente lounge esailable, posee una variación del jazz, diferenciándose del bossa nova, lounge convertida en un concepto pero con sonidos perfectos con una intención, es la manera de hacer música; el lounge marcó varias épocas en el siglo XX con esquemas diferentes como los solistas, las orquestas o música instrumental, pero siempre bajo el mismo tenor, utilizado para eventos sociales con determinado estrato social, por la calidad de sonidos que suelen interpretar importantes músicos.

Al iniciar el año de 1990 con el fin de poder conversar tranquilamente, fue muy utilizada esta corriente musical que incite al relax por medio de estímulos sensoriales y que actualmente están relacionadas con varias expresiones artísticas refinadas; en esta misma década hubo un agobio en lo referente al Jazz también Bossa Nova, lo que ocasionó el inicio de grandes sonidos melodiosos y encantadores; colocando a una tendencia del saxofón y toques étnicos que vienen de Arabia, Brasil o África, en las cuales podemos destacar recopilaciones de Buddha Bar, o bien de Thievery Corporation, también Henry Mancini, o Nacho Sotomayor, el Café del Mar o el Hotel Costes de París que son las mayormente conocidas. Al iniciar el año 2000 en cambio equivale al easy listening que es música de relax, equilibrándose con música ambiental y downtempo, el que convierte al lounge un estilo de vida para el cine, sus bebidas, la moda y su amplia decoración.

El lounge es un estilo de música, desde que inicio en los años cincuenta, para la actualidad se ha convertido en un elegante y placentero lugar, decorado finamente, ideal zona para conversar, deleitarse de una bebida, música suave y deliciosa que

cautiva al selecto cliente e incita al relax. Pero la música es el que distingue esencialmente al lounge.



**Figura 3** Imágenes de Lounge

**Fuente:** (google)

#### **1.4 Establecimientos de Bares en el Valle de los Chillos Ecuador**

De acuerdo a los Catastros de Establecimientos Turísticos del Municipio del Cantón Rumiñahui del 2015, existe un total de 39 Cafés y Bares calificados por la Dirección de Turismo de esta entidad, (ver anexo No. 1), de los cuales únicamente 6 establecimientos se ajustan a los productos, mas no al estilo, referenciado a música, diseño y ambiente acogedor.

Sin embargo, a continuación se extracta los establecimientos que cumplen ciertas características de Café Bar propiamente dichos, sin considerar el diseño o estilo del proyecto al cual estoy preparando en el presente estudio.

### **1.4.1 El Café de la Vaca**

Según sanluisshopping.com, los establecimientos turísticos más representativos, tenemos El Café de la Vaca como indica la empresa nace a través de las ganas de dar forma a un sueño, todo con el fin de alimentar, servir y con el afán de recuperar tradicionales recetas de la cocina nuestra, todo con el propósito de dar a conocer la verde naturaleza y su generosidad.

El tradicional loco de papa chola, el tan codiciado aguado de gallina, el delicioso ají de carne, también los tan apetecidos platos como el cordero, lomos, truchas y pollo de campo; encontramos ricas empanadas, humitas, tamales y los ya conocidos desayunos contundentes con "pan con nata"; dice el Café de la Vaca que es comida tradicional, hecha con amor de abuela y calor de hogar un verdadero sabor de hacienda en nuestras recetas; servidos en la mesa y adobados con una gran sonrisa y entusiasmo.

Es un establecimiento ya reconocido principalmente por sus desayunos consistentes que privan el paladar del cliente. Incluso también preparan platillos tradicionales, que llaman la atención del visitante por su sabor extraordinario, dándose a conocer por ser productos de hacienda, con real sabor de casa.

### **1.4.2 Juan Valdez Cafetería**

Según sanluisshopping.com, Juan Valdez indica que desde que fue creada su marca ya posee un café premium colombiano, por eso sus productos, el café y sus tiendas se han llegado a convertir en una vitrina de excelencia que ha servido de impulso para el trabajo que realizan los caficultores. Se puede disfrutar de inolvidables momentos en Juan Valdez invitándonos a probar y disfrutar de los mejores granos de Colombia con sabores irresistibles gracias a sus tradicionales recetas.

La marca tiene un café colombiano, tomando en consideración que el café colombiano es muy reconocido a nivel mundial por sus singulares aromas y sabores, Juan Valdez cafetería ya tiene su reconocimiento en el mercado ecuatoriano; el servicio que brinda es muy bueno con deliciosas bebidas y aperitivos a un costo económico sin perder su status.

### **1.4.3 Sweet & Coffee**

Según sanluisshopping.com, este establecimiento es una de las cadenas de cafeterías en el Ecuador con mayor prestigio, que posee más de 60 locales situados en el país, cuya marca garantiza como el mejor café para sus clientes acompañado de una variedad de postres con preparados de sal. Esta cafetería posee un sabor excepcional de acuerdo a un experto barista que después varias pruebas realizadas encuentra el cuerpo, aroma y acidez perfecta que garantiza el sabor especial de Sweet and Coffee.

Por lo tanto, este establecimiento, es un lugar que se caracteriza por brindar un buen ambiente, productos deliciosos, variados y de calidad que siempre privan al paladar del cliente, donde la marca cuida y mantiene la calidad de su café en un ambiente de estilo moderno y atractivo para el cliente; conforme a la información por **Sweet & Coffee**.

### **1.4.4 El Español**

Según sanluisshopping.com, el delicatessen El Español ya tiene su reconocimiento como líder, al ofrecer variedad y calidad en sus productos tanto nacionales como importados, brindando además un servicio al cliente de excelencia con un ambiente encantador; razón por la cual cuentan con varios locales en los centros comerciales más grandes a nivel nacional. Tiene variedad de productos destacándose la cafetería, con deliciosos desayunos, sánduches, embutidos, quesos nacionales e importados, exquisitos postres y crepes, ahora ya incluyeron delicias ecuatorianas tales como el sánduche de pernil, sánduche de pollo y más variedad de sánduches, encontramos la ensalada de atún, que se convierten en deleite para los clientes.

Por supuesto que El Español no solo es reconocido por sus deliciosos preparados, sino que es muy concurrido día a día por la variedad de productos sólidos y bebibles con los que cuenta, e incluso ha ido innovando en preparar nuevos sabores y tradicionales típicos del país; el cliente es cautivado por la exquisitez de estos variados sabores.

### 1.4.5 Restaurante Friday's

Según [tgifridays.ec](http://tgifridays.ec) el restaurante Friday's es un establecimiento de comidas y bebidas, sirven deliciosos platos a la carta acompañados de un ambiente vanguardista haciendo que recuerden épocas con inolvidables personajes, convirtiéndose en un perfecto y divertido lugar en compañía de familiares y amigos; fue en Nueva York en el año de 1965 cuando abrió su primer restaurante, viéndose prontamente convertido en el mejor lugar para divertirse y conocer gente nueva, consiguiendo un nombre fue perfecto, sin importar el día, cada visita se sentía como un viernes.

Friday's con el pasar de los años se ha diferenciado por su auténtica comida americana y sus cócteles de originales mezclas con sabores como el Loaded Potato Skins, Jack Daniel's, Grill, y Long Island Ice Tea; desde sus inicios hoy en día habido un cambio llegando Friday's a establecerse alrededor del mundo en 60 países, indicando que nunca han perdido el sentir que en "Friday's siempre es viernes".

Friday's es poseedor de un ambiente ameno y alegre, un servicio de calidad y un trato singular por parte del personal, con inigualable sabor en sus platos de comidas y bebidas propiamente americanos; además de todo posee una barra espectacular en el que se sirven variedad de bebidas especialmente alcohólicas; al ser una cadena internacional viene ya posesionada en el mercado tanto internacional como nacional, insuperable por su estilo y calidad. Su slogan de **Friday's siempre es viernes**, nos incita a divertirnos y visitar cualquier día de la semana con el mismo ambiente de gozo como si todos los días fueran viernes.

### 1.4.6 Western

Según [nexdu.com](http://nexdu.com), Western es un bar pizzería de ambiente al estilo Oeste, y música Rock Pop, es uno de los primeros establecimientos en el sector de San Rafael, es un lugar visitado por amigos, compañeros, familias y otros, se caracteriza por sus sabores, su pizza, lasagna, sánduches, alimentos para picar y por sus variados cócteles y soft drinks.

Es un bar encantador, dónde se sirven algunos tipos de comidas, aperitivos y bebidas alcohólicas, mantiene un ambiente al estilo oeste con su decoración en

madera y baja luz, pero tiene ciertas áreas para disfrutar de diferentes actividades y juegos que atraen la atención del cliente. Además posee una sala extra para épocas de partidos de fútbol; su personal es amable y de apariencia impecable.

#### **1.4.7 My Way**

Es un Café Bar donde se ofrece cálido ambiente, música agradable, deliciosos cafés con acompañados para estos y además ofrece cócteles varios, se encuentra abierto todos los días de la semana ofreciendo servicio de cafetería todo el día y en la noche se destaca el servicio de bar, por el tipo de clientes que se acercan a este lugar pequeño pero acogedor, tiene más un diseño dirigido para personas adultas, My Way fue abierto hace poco tiempo, relativamente es un lugar nuevo.

### **1.5. Objetivo General**

Implementar un Café Bar en el Valle de los Chillos, sector San Rafael, Cantón Rumiñahui, para satisfacer las necesidades de la demanda del sector.

#### **1.5.1 Objetivo Específico**

- Fundamentar teóricamente las técnicas de servicio en el ámbito hotelero mediante la creación de un Café Bar.
- Realizar un diagnóstico situacional del Café Bar en el Valle de los Chillos, sector San Rafael, en función de criterios de medición.
- Elaborar la propuesta de un Café Bar en el sector de San Rafael en el Valle de los Chillos.

### **1.6 Importancia y Justificación**

Un modelo de negocio se basa en ideas inteligentes que una vez que estén totalmente analizadas se convierte en un proyecto que plantea una posibilidad de crear un Café Bar, establecimiento que por sus condiciones diferenciadas de estilo y servicio, son

una oportunidad para satisfacer las necesidades insatisfechas de un segmento de mercado. Las estrategias, creatividad y excelencia del servicio en relación a la competencia existente en el lugar, son de vital importancia para generar un interés positivo al nuevo proyecto.

El Valle de los Chillos y la demanda específica del sector de San Rafael cuenta con varios atractivos turísticos los mismos que son visitados por turistas nacionales y extranjeros; es entonces donde se puede evidenciar el requerimiento de un establecimiento Café Bar que soporte de manera complementaria con un servicio diferenciado de acuerdo a una ambientación sobria, elegante, llena de estímulos interesantes, atención personalizada y de información oportuna, se dispondrá de personal altamente capacitado, con un servicio de entrega de una carta a la orden del cliente con productos que se expenderá en el establecimiento. El planteamiento de este proyecto, se justifica al servir como aporte y ayuda al crecimiento turístico del sector, considerando siempre un servicio diferenciado, variado y único en el sector.

### **1.6.1 Oportunidades del Café Bar**

Las cafeterías desde sus inicios hasta la actualidad se han convertido en una gran oportunidad de negocio, más aún cuando se ha identificado las falencias del sector, entonces es ocasión para poner en marcha tan fabuloso proyecto el cual se caracteriza por tener un servicio diferenciado y con la finalidad de satisfacer a un segmento de mercado insatisfecho.

El Cantón Rumiñahui que se encuentra en el Valle de los Chillos es un lugar muy comercial y frecuentado por turistas especialmente nacionales, por sus numerosos atractivos con que cuenta el Valle, convirtiéndose en una gran zona concurrida, ocasión que sirve para emprender un diferenciado y elegante Café Bar, un lugar fino y de relax para que estos puedan llegar en cualquier momento a disfrutar de un ambiente original y alimentos de excelente calidad.

Existen probabilidades de tener éxito con la nueva implementación del Café Bar y encontrar aceptación en el sector de San Rafael, actualmente ya existen variedad de establecimientos de diferentes estilos y categorías, pero ninguno con las características diferenciadas que ofrecería el nuevo proyecto, como son música,



alimentos y bebidas y ambiente.

El servicio que se ofrecerá es principalmente una manera de satisfacer a un mercado insatisfecho. Identificadas estas necesidades, nace la idea de implementar un estilo inusual sobre un Café Bar con un toque de lounge, con servicio y sabores de excelencia, en donde el cliente no solo disfruta de un ambiente elegante y relajante, sino que deguste de productos de calidad con deliciosos aperitivos, piqueos, sánduches, bebidas frías y calientes así como también variedad de cocteles tanto nacionales como extranjeros.

### **1.7 Diseño y Características del Café Bar**

El Café Bar lleva un toque de lounge, al ser poseedor de un estilo único y elegante en el cual se emplean materiales de madera de pino, con luces led, lámparas con luces amarillas de tonalidad baja, plantas grandes y con una barra de madera en forma de media luna, para la instalación del Café Bar “Blue Moon”, tomando en consideración la capacidad del proyecto.

La decoración del lugar, las mesas, las sillas, sillones, aunque estos últimos con otro estilo y de mayor tamaño, acolchados y cerrados, para brindar comodidad e independencia entre las personas que acuden a esta sección privada, para evitar un contacto directo con la mesa aledaña, la luz en este sector es la más baja del Café Bar.



**Figura 4** Diseño de una Barra de Bar

**Fuente:** (google)

La barra del Bar dispone de una decoración sobria y elegante, con luces led en las tonalidades, azul, verde y amarillo tenue, las velas decorativas, acompañado de una música que invita al relax, son el mejor punto de encuentro para disfrutar de un ambiente único y acogedor. Atrás de esta barra se encuentra el bartender carismático, brindando un excelente servicio.



**Figura 5 Diseño de un Bar**

**Fuente:** (google)

Por supuesto las velas lejos de iluminar sirven como decoración brindándole un toque de exclusividad al establecimiento, en cuanto al personal que prestará sus servicios como meseros sean hombres o mujeres vestirán con pantalón negro, camisa azul rey, chaleco negro con el logo de la empresa, zapatos casuales, mandil corto de cintura negro, en cuanto al personal de caja y el administrador tendrán el mismo vestuario excluyendo el delantal. El personal que se encuentra en el área de cocina utilizarán uniformes de chefs, chaquetas para chefs de color azul rey con el logo de la empresa y pantalón negro, pero con gorros de chefs del mismo azul rey, guantes esterilizados, para que preparen los alimentos de forma higiénica.

**Tabla 1**

**Horarios de Atención**

|                    |                       |
|--------------------|-----------------------|
| LUNES – JUEVES     | 15:00 pm. – 23:00 pm. |
| VIERNES – SÁBADO   | 15:00 pm – 02:00 am.  |
| DOMINGO Y FERIADOS | 11:00 am. – 18:00 pm. |

## **1.8 Plan Nacional del Buen Vivir**

De acuerdo al plan del Buen Vivir este proyecto decide apoyar y contribuir al desarrollo del país, por tal motivo el Café Bar “Blue Moon” tiene como objetivo fundamental de acuerdo al numeral 9 del Plan del Buen Vivir garantizar el trabajo digno en todas sus formas; basado en las disposiciones de esta normativa en cuanto al trabajo se refiere.

Según [buenvivir.gob.ec](http://buenvivir.gob.ec), ha publicado el gobierno importante información, con la finalidad de mejorar el estilo de vida de la población ecuatoriana, el gobierno nacional a través del Plan Nacional del Buen Vivir desde el año 2013 al 2017, ha establecido al trabajo un factor de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir, garantizando que el trabajo sea digno en todas sus formas. De acuerdo a la Constitución de la República en el artículo 33 decreta al trabajo un derecho y un deber de la sociedad, convirtiéndose en un desarrollo económico y en la realización personal e integración en la sociedad.

La constitución dispone que el sistema de desarrollo acorde al artículo 276 se debe basar que el trabajo sea digno y estable, en función del ejercicio con que cuenta los derechos de los trabajadores, exigiendo remuneraciones justas con sanos ambientes de trabajo, manteniendo una estabilidad laboral y exentos de discriminación; siendo una sociedad honesta y digna, no solo debe basarse en la cantidad de trabajo que genera, sino por cumplir las garantías establecidas y en las apropiadas condiciones efectuadas. Una de las garantías es la igualdad de oportunidades para el espacio laboral y evitando enfáticamente las condiciones precarias de trabajo e incluso la dignidad de las personas.

La constitución de la República del Ecuador diagnostica que el desarrollo comprende de un trabajo estable y digno, el Estado fundamentalmente debe apoyar e impulsar actividades económicas para que existan mayores oportunidades de empleo, con apropiadas remuneraciones, en óptimas condiciones de trabajo, brindando estabilidad además de seguridad social, tales como el horario de trabajo, pero con un trabajo digno que implica evitar la discriminación garantizando una completa dignidad humana.

Por lo tanto, el Plan del Buen Vivir en concordancia al artículo 33 de la

Constitución de la República prevé que el trabajo es un derecho de toda la población que aporta a la generación de empleo y la economía, contribuyendo al desarrollo de la sociedad y del sector. La implementación de un estilo inconfundible del Café Bar, genera una expectativa sobre un nuevo y diferenciado establecimiento turístico, proyectado para la población económicamente activa.

Otras de las funciones de la empresa pensando en bienestar del medio ambiente es responsabilizarse del reciclaje de materiales sólidos “botellas”, cuyos recursos que se obtengan se entregará a instituciones de beneficencia social. Se ha tomado tal importante decisión por el desinterés de personas, empresas y autoridades que se niegan a apoyar a tales fundaciones de animales, las mismas que confían y sobreviven de la voluntad de las personas, sin tomar conciencia que son seres iguales al ser humano, poseedores del mismo sistema nervioso, aman sufren y lo peor del caso, reciben el maltrato de seres humanos sin conciencia que piensan que son rocas que no sienten, a estos animales inocentes sin maldad víctimas de la irresponsabilidad de personas, contarán con mi apoyo total.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO DEL PROYECTO CAFÉ BAR BLUE MOON**

#### **2.1 Introducción**

El estudio del presente proyecto a implementar como nuevo establecimiento novedoso y diferenciado de los demás establecimientos existentes en el Valle de Los Chillos, se le ha denominado “Café Bar Blue Moon”, para el efecto a continuación se explica todas características técnicas, físicas, administrativas. Entre las técnicas podemos mencionar el equipo del personal necesario para realizar las actividades laborales, para dar inicio con las actividades del nuevo establecimiento.

Para iniciar el proceso de funcionamiento del Café Bar, se debió analizar estratégicamente la ubicación idónea del establecimiento, en las que intervienen tanto los factores cuantitativos en lo referente a la materia prima en especial, como también los cualitativos teniendo a nuestro favor el clima y el apoyo de las autoridades para este tipo de empresas, otro de los análisis que se deben analizar corresponden a los equipos con que la empresa contará para laborar.

En lo correspondiente a la parte física del establecimiento, su imagen fina e innovadora es el complemento idóneo para captar la atención del segmento de mercado que se requiere impresionar; este estilo de “Café Bar”, es portadora de un diseño diferenciado, elegante, relajante y espléndido. En lo referente a la realización de su logo se pretende transmitir con su diseño y colores, todo lo que ofrece el Café Bar a sus potenciales clientes.

#### **2.2 Análisis Organizacional de la Empresa**

La administración del Café Bar “Blue Moon” será basada en una organización empresarial, debido al servicio diferenciado eficiente y eficaz que se entregará, siguiendo correctamente las funciones que van a desempeñar, pero manteniéndose la estructura a ejecutar dejando conocer su política y autoridad del servicio de calidad al cliente.

### **2.2.1 La Empresa**

El proyecto del presente estudio cumplirá todos los requisitos y especificaciones técnicas para la implementación en el mercado local del Valle de Los Chillos, el mismo que estará regido por acciones de los socios, sobretodo cumplimiento con las obligaciones establecidas en el marco de la Ley de Turismo y la respectiva Ordenanza Municipal de Rumiñahui, para el desarrollo turístico local y fomento a las inversiones para la generación de plazas de trabajo.

### **2.2.2 Nombre de la Empresa**

Para la implementación del nuevo establecimiento Café Bar “Blue Moon”, nombre que fue escogido por que inducen al descanso y al relax, por lo que expresan sus colores, por la importancia que conllevan solo para la decoración del sitio, sino por ser colores que influyen sensaciones incitan a un ambiente único y diferenciado. Así como su imagen que es poseedora de un gran significado.

### **2.2.3 Misión**

Ofrecer a nuestros clientes una ambientación y estilo elegante, plácido, agradable y tranquilo, apto para la distracción de la vida cotidiana, compartiendo con amigos, e ir acompañados sea en pareja, para situaciones de negocios o simplemente para leer o relajarse; proporcionando un servicio de excelencia con productos de alta calidad, convertido en un sitio de exclusividad.

### **2.2.4 Visión**

Llegar a ser reconocido por ser único en su estilo, obteniendo de nuestra gama de clientes, fidelidad y reconocimiento, comprometiéndonos a lograr nuestras metas propuestas al año 2018.

### 2.2.5 Logo

Es un logotipo que contiene un lenguaje distintivo de imágenes y letras que atraiga la atención, es el elemento fundamental que caracteriza a una empresa, institución, marca o producto. El Café Bar con un toque de lounge será llamado “Blue Moon”, perteneciendo a un lugar selecto y refinado en el cual se pueden distraer y relajar solo o acompañado, disfrutando de gratos y agradables momentos.

En la imagen del logo claramente se distingue su estilo de elegancia, con un nivel de creatividad que llama la atención del segmento de mercado al cual se beneficiará impactándole a primera vista por su estilo, formas y colores; logo que se lo realizó con el fin de transmitir sensaciones y emociones que estimulan al relax.



**Figura 6 Logo del Café Bar “Blue Moon”**

#### 2.2.5.1 Descripción - Colores del Logo

1. *El azul:* Según euroresidentes.com, simboliza lo fresco, relájate, tranquilizante, lo transparente, tiene efecto de calma para la mente, por supuesto que el color azul es amistad, transmite importancia y confianza, representa la noche. En la antigüedad se le asociaba con el infinito, la inmortalidad, la realeza, lo sagrado, todo un espectáculo de color tan espléndido.



El Café Bar “Blue Moon”, al invitar a su espacio interior, incita por medio de este color transmitir el efecto calmante, inclusive varias empresas que utilizan el azul oscuro en su logotipo quieren transmitir la madurez y la sabiduría.

2. *El verde*: Según [significadodeloscolores.com](http://significadodeloscolores.com), tiene sensación calmante, relajante, de paz, ideal para equilibrarse emocionalmente, simboliza la esperanza y se relaciona con la naturaleza, es vida, crecimiento, renovación, salud y el medio ambiente. Perfecto para encontrar la armonía, la calma y el confort, como en este espacio.

Como bien está escrito, este color también demuestra a nuestros clientes que al visitarnos sentirán un efecto de confort y calma, al encontrarse decorado con estas luces en las plantas que van en el establecimiento para dar un toque decorativo.

3. *El plateado*: Según [significadodeloscolores.info](http://significadodeloscolores.info), es uno de los colores de la solemnidad, el dinero, el lujo y la pompa, también se ha visto relacionado con la magia y la noche. Es un color relacionado estrechamente con la luna cuyos aspectos son modernidad y elegancia.

Al ser el Café Bar “Blue Moon” un establecimiento de lujo, decidimos utilizar este color por su significado y por el bello contraste lunar, símbolo de elegancia.

4. *El negro*: Según [significadodeloscolores.com](http://significadodeloscolores.com), a este color se le relaciona con el misterio y lo desconocido, pero también con la nobleza y dignidad, puede ser dramático y poderoso brindando un toque de elegancia y aspectos sensuales. La mayoría de marcas de renombre lo utilizan en sus logos, materiales publicitarios, webs, anuncios de televisión y productos, porque como bien lo indica es un color muy elegante.

El negro posee varios significados, pero se escogió los más representativos para el Café Bar, al transmitir poder y elegancia especialmente.

#### **2.2.5.2 Significado del Logo**

Según [batanga.com](http://batanga.com), la luna desde tiempos ancestrales ha sido un símbolo celestial, como bien lo indica la soberanía imperial que se encuentra dentro de los doce símbolos de esta. De acuerdo al símbolo Yin y Yang la luna es la representación pasiva y en cuanto a la activa la representa el sol; De cierto al observarla la luna es

esplendida por su encantadora belleza.

La luna es majestuosa y encantadora, denota elegancia y misterio, tan inspiradora que llena de imaginación al ser humano, con la impresión que lleva a la calma, la observación de la luna sirvió de inspiración para la realización del logo del Café Bar “Blue Moon”, no solo por tan grande sofisticación y belleza, sino por sus tonalidades que surgen de efecto tranquilizador. De esta manera mediante los colores del logo se pretende transmitir todo lo que el Café Bar refleja en su interior, al ser la conjunción del lujo, lo calmante, lo misterioso y sofisticado efecto lunar. La luna desde la antigüedad ha tenido enorme importancia, por eso ha sido objeto de deidad, símbolo, figuras, cultos y otros.

### **2.3 Aspecto Legal**

Corresponden a todos los procesos legales que debe incurrir obligatoriamente el Café Bar “Blue Moon”, antes de iniciar sus actividades.

#### **2.3.1 Ley de Turismo**

Según turismo.gob.ec, de acuerdo a la Ley de Turismo, publicada en el Registro Oficial suplemento 733 de 2 de diciembre de 2002, con su reforma del 29 de diciembre de 2014 se hace referencia a los siguientes articulados; para legalizar el funcionamiento del Café Bar “Blue Moon” acorde al Capítulo II de las Actividades Turísticas y de Quienes las Ejercen indica, que a los establecimientos que se dediquen al servicio de alimentos y bebidas tendrán prestación remunerada de modo habitual.

Acorde al artículo 8, 9 y 10 del renglón establece que todo establecimiento Turístico para poder ejercer sus actividades debe cumplir legalmente. Para la implementación del Café Bar “Blue Moon” se obtendrá tanto el registro de turismo y también la licencia anual de funcionamiento, sujetándose a las normas actuales demostrando la capacidad del servicio brindado.

Para obtener el Registro de Turismo se obtendrá la inscripción como persona natural para prestar los servicios del café Bar, previo al funcionamiento del

establecimiento; de acuerdo a la ley en el reglamento el Ministerio de Turismo por única vez, se aspira registrar a la clasificación correspondiente en la categoría de primera del Café Bar “Blue Moon”.

El Café Bar para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento como establecimiento turístico solicitará la autorización al Ministerio de Turismo, también pueden otorgar este documento los municipios y consejos provinciales, lo cual es de gran importancia la adquisición de esta licencia con la que nos permiten realizar trámites tributarios conforme a la ley y brindándonos información publicitaria de forma oficial refiriéndose a nuestro establecimiento en su categoría.

De acuerdo al Art. 19, El Ministerio de Turismo, conforme a las normas internacionales vigentes, al establecimiento turístico Café Bar Blue Moon, se le presentará de primera categoría (cuatro estrellas) por sus instalaciones y equipamiento, conforme lo explica la legislación; mediante el artículo 19 de las categorías el Café Bar cumple para calificar y poder ejercer en su categoría, la misma que se ubicará en el sector de San Rafael justamente en la Av. General Rumiñahui e Isla Pinta.

### **2.3.2 Licencia Anual de Funcionamiento**

Según turismo.gob.ec, de acuerdo al Reglamento General de Actividades Turísticas, el establecimiento que hace referencia al estudio cumpliría el artículo 141 que establece lo siguiente:

Mediante el reglamento de actividades turísticas el Café Bar “Blue Moon” está obligado a obtener el registro y licencia anual de funcionamiento, como persona natural para poder ejercer de esta manera nuestras actividades conforme la ley en el reglamento actual; para obtener la licencia anual de funcionamiento se registró en el Ministerio de Turismo, el mismo que aprueba los precios de los bienes y servicios juntamente con todos los documentos y requisitos de todas las leyes, reglamentos y resoluciones que emite este Ministerio como todos los documentos administrativos semejantes.

También la empresa deberá incurrir en un pago por registro anual de acuerdo al artículo 148 cuyo valor corresponde a la misma cantidad cancelada por la Licencia Anual de Funcionamiento, calculada esta para todo el año calendario. El Café Bar

“Blue Moon”, debe cumplir con el artículo 149 con la licencia anual de funcionamiento de parte del Ministerio de Turismo, en el que indica que otorga legalmente la autorización, para que pueda funcionar el Café Bar que brinda servicios turísticos; durante todo el año incluye los primeros sesenta días del siguiente.

El Café Bar está dispuesto a brindar y dar facilidad para que el Ministerio de Turismo cuando este considere necesario acorde al artículo 151 que menciona que al momento de inspeccionar, el administrador, debe brindar toda la información requerida cuando intervenga este Ministerio, acorde a lo que indican las leyes.

Para el cumplimiento del artículo 198 de control, las obligaciones y las sanciones el Café Bar “Blue Moon”, atenderá de lunes a jueves de 15:00 pm a 23:00 pm, viernes y sábados de 15:00 pm a 02:00 am y domingos y feriados de 11:00 am a 18:00 pm; como indica el artículo cumpliendo con lo expuesto en el reglamento General de la Ley de Turismo. (2004). Instructivo para los departamentos de Registro y Control de Actividades Turísticas de la Corporación Ecuatoriana de Turismo.

## **2.4 Marco Legal**

Para poder operar el Café Bar “Blue Moon”, cumplirá con todas las obligaciones con el estado, llevando la contabilidad, servicio de rentas internas (SRI), Instituto Ecuatoriano de seguridad social (IESS), Impuesto al valor agregado (IVA), Patente, impuesto a la renta, certificado de salud, pago a sociedad de autores y compositores ecuatorianos (SAYCE). El establecimiento denominado “Blue Moon”, entrará en operaciones en enero del 2017, con capital propio de los dos accionistas el uno con el 60% y el otro con el 40% correspondientemente, cuya fecha de constitución es en enero 10 de 2017.

## **2.5 Categorización de la Actividad Económica**

La actividad económica del Café Bar “Blue Moon”, deberá determinar parámetros de Categorización de los diferentes componentes de la licencia única de

funcionamiento, (LUF) para definir un esquema de inspecciones. Primeramente el Municipio del Cantón Rumiñahui como primer paso, realizan la inspección los Bomberos en el establecimiento Café Bar “Blue Moon”, que se encuentra ubicada en la Av. General Rumiñahui e Isla Pinta, con una estructura de hormigón armado y madera el cual constará de 500 m<sup>2</sup> con capacidad para 200 a más personas, con 10 empleados entre administrativos y de servicio; la actividad económica del Café Bar será de servicios de comidas y bebidas, establecimiento que está pensado para ser ubicado en la categoría de primera.

## **2.6 Patente**

Es el Registro único de contribuyentes (Ley de ruc-sistema de rentas internas. Ministerio de finanzas). Para la obtención de patente para el local comercial del nuevo Café Bar “Blue Moon” se requirió obtener los siguientes requisitos:

- Solicitud de patente (adquirido en Tesorería Municipal, Ventanilla 12).
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del propietario.
- Copia registro único de contribuyentes. R.U.C.
- Informe de uso de suelo.
- Certificado de salud (en caso de venta de comida).

## **2.7 Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

Según sri.gob.ec, el registro único de contribuyentes (Ruc) es el primer requisito que tendrá que sacar el Café Bar “Blue Moon”, para solicitar y poder realizar los posteriores trámites, este documento corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente. Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades, Clasificador Internacional Industrial Único (CIU); datos que se encuentran registrados.

## **2.8 De acuerdo al Informe de Uso de Suelo**

Según google.com.ec, consiste en la factibilidad del uso del espacio visual, para la colocación de la publicidad exterior, que son exigidas a personas naturales o jurídicas en espacios públicos, privados o de servicio general del Cantón Rumiñahui. Se colocará el rótulo, siendo este totalmente necesario para dar a conocer la ubicación y el estilo del Café Bar Blue Moon, primeramente para poder realizarlo se tuvo que sacar permisos y se requiere de algunos requisitos y formularios, el tiempo de entrega corresponde a la Dirección de Planificación será de cinco días laborables, con un costo correspondiente al 5% de la remuneración básica unificada por cada m<sup>2</sup>, por lo cual el rótulo “Blue Moon” se ubicó, en la categoría de 8m<sup>2</sup> de superficie de medición publicitaria.

Segundo punto, también es necesario para la iniciación del Café Bar la factibilidad de uso de suelo, el trámite consistió en una certificación que determina que la actividad comercial y de servicios del Blue Moon Café Bar, es compatible con el uso de suelo asignado al sector donde se implantará la antes referida actividad; para este trámite será necesario obtener requisitos y llenar formularios, cuyo tiempo de entrega en lo correspondiente a la Dirección de Planificación, será de 10 días laborables.

## **2.9 Certificado de Salud (en caso de venta de comida)**

Según salud.gob.ec, es totalmente necesario adquirir el certificado de salud, para dar inicio al funcionamiento del Café Bar “Blue Moon” como indica el Art 9 del decreto que expresa; “La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), será el organismo encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria relacionados con el uso y consumo humano, así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario establecidos en la Ley Orgánica de Salud y demás normativa aplicable.

A partir del 11 de septiembre de 2013 la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria asume la competencia de otorgar permisos de funcionamiento, por lo cual el Café Bar “Blue Moon” deberá presentar la documentación requerida, misma que será verificada y validada por la Agencia; el pago es respaldado por el

comprobante de pago y factura correspondiente.

Primeramente se adquirieron los formularios que corresponden al instructivo para solicitar permiso de funcionamiento, los formularios para solicitar permiso de funcionamiento, luego el instructivo para notificar cambios en el permiso de funcionamiento y formularios para notificar cambios en el permiso de funcionamiento.

## **2.10 Razón Social**

Según [supercias.gov.ec](http://supercias.gov.ec), expone la Constitución Política de la República, conforme al artículo 139 en su numeral 2, indicando que resuelve expedir la siguiente codificación de la Ley de Compañías en el Art. 1. Razón por la que el Café Bar Blue Moon ha decidido que realizará un contrato de compañías, comprendida entre dos socios que unieron sus capitales, emprendiendo las operaciones mercantiles para lograr las utilidades venideras. Contrato que es regido por lo que la ley establece, también por el Código del Comercio y Civil también por las partes de los socios y sus convenios; además de la existencia de los cinco tipos de compañías, el Café Bar se decidirá por la compañía accidental o cuentas en participación que es reconocida también por la ley, mencionan los documentos expuestos en la ley.

Según [sbabogados.com.ec](http://sbabogados.com.ec), acorde a su información por lo cual se decidió para la creación de esta empresa, como razón social que conformará una sociedad en cuentas de participación, analizando que es la más conveniente para los dos socios que conformarán su constitución, el un socio es poseedor del 60% y el otro del 40%, dando inicio a la creación del Café Bar cuyo nombre es “Blue Moon”; que mediante este convenio los dos socios acuerdan que tienen obligaciones, responsabilidades y derechos para realizar algunas actividades correspondientes a la empresa; aún sin poseer personalidad jurídica.

Los socios aceptan que por medio de esta razón social aunque la hayan financiado no les pertenecen los bienes asociados, únicamente tienen derechos limitados, asumiendo las pérdidas o ganancias. La ventaja que este tipo de asociación se eximen de obligaciones expuestas para las compañías; al no necesitar de un contrato realizado por una escritura pública y demostrando que está establecida la asociación

por cualquiera de los medios existentes en la ley mercantil.

### **2.11 Permiso Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos (SAYCE) (Autorización de música)**

Según sayce.com.ec, SAYCE está formada como una sociedad autoral, siendo parte de un organismo a nivel mundial llamada Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores, C.I.S.A.C, con la finalidad de proteger de derechos autorales y organismos regionales.

#### **2.11.1 Clientes**

Según sayce.com.ec, la empresa Café Bar “Blue Moon” utilizará música como parte indispensable del negocio, nos consideramos un usuario de la música, y como tal se obtendrá la licencia respectiva.

#### **2.11.2 Fuentes de Soda, Cafeterías, Heladerías y Similares**

Según sayce.com.ec, el Café Bar “Blue Moon” esta opcionado a entrar en la categoría de un establecimiento de primera, correspondiente a un pago anual semejante al 18% del salario básico unificado, a este valor se le añade el impuesto al valor agregado (IVA); la sociedad de autores y compositores ecuatorianos (SAYCE) administra las obras de difusión pública.

#### **2.11.3 Sector Diversión y Entretenimiento**

Según sayce.com.ec, la administración de SAYCE indica que las discotecas, los bares y similares, por difundir estas obras como es el caso del Café Bar “Blue Moon”, deberá realizar un pago anual igual a un medio salario básico unificado más el IVA, por la capacidad de clientes comprendida entre 101 a 300 personas; adicionalmente a esto de acuerdo al numeral 39, cuando hay la existencia de prestaciones artísticas realizadas en vivo el pago será por artista.



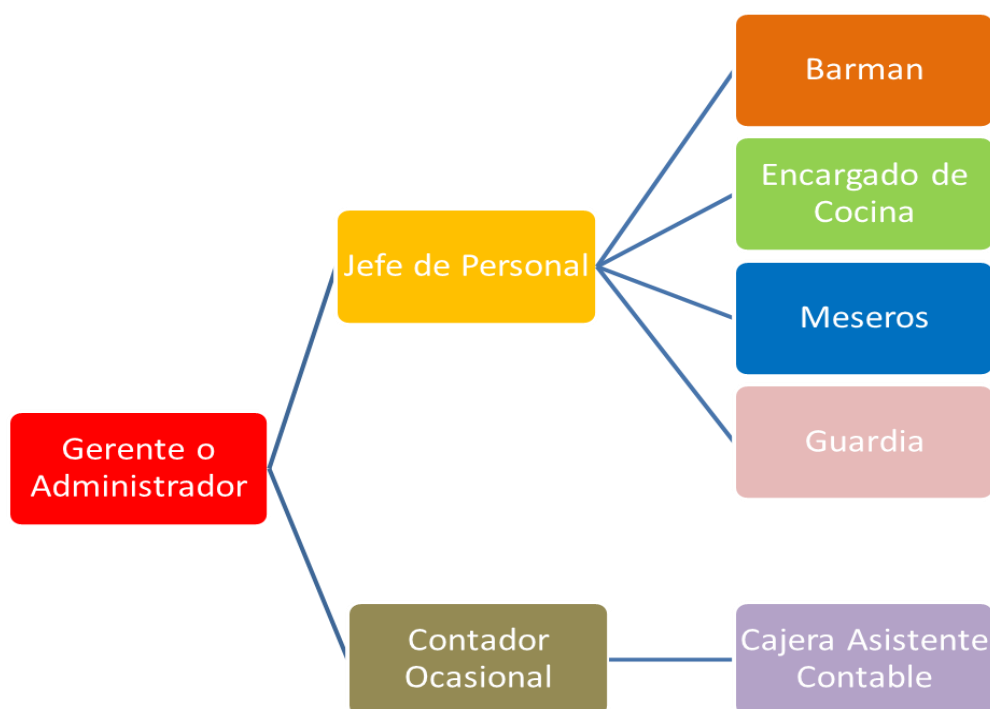
## 2.12 Organigrama Estructural Administrativo

El Café Bar “Blue Moon” fundamentalmente para tener un proceso administrativo ideal debe ser de forma estructural y organizada.

### 2.12.1 Orgánico Estructural

El orgánico estructural corresponde a la estructuración de empleados con los que cuenta y necesita el Café Bar “Blue Moon”, para su funcionamiento, así también se refiere a la posición de los cargos otorgados según la administración de este nuevo establecimiento.

El orgánico estructural va de acuerdo a las necesidades del Café Bar Blue Moon.



**Figura 7 Orgánico Estructural**

### 2.12.2 Organigrama Funcional

Para el funcionamiento del negocio del Café Bar “Blue Moon” se requiere iniciar con un equipo de trabajo de 10 personas.

- Gerente general o administrador – una persona
- Jefe de personal – una persona
- Encargado de cocina – una personas
- Asistente de cocina – una persona
- Contador ocasional – una persona
- Meseros – dos personas
- Barman – una persona
- Cajera – una persona
- Guardia de seguridad – una persona

**2.12.2.1 Gerente General o administrador:** Según wikipedia.org, al ser el representante legal de la empresa, tiene varias funciones que realizar, entre ellas están asignar los puestos, ordenar lo que debe hacer cada empleado; una de sus funciones primordiales es la realización de evaluaciones periódicas sobre cómo están ejecutando sus funciones y su cumplimiento laboral el personal; además debe ser muy analítico para planear como desarrollar metas a corto, mediano y largo plazo, tener claro los objetivos que pretende alcanzar cada año, debe además controlar minuciosamente para que los documentos se ejecuten de manera clara y transparente o bien dicho de forma correcta.

Además controla las ventas diarias, cobranzas y pagos, revisa el reporte financiero que emite el contador para analizar su estado y realiza inventario con el cocinero. Es el que controla que todo este correcto antes de la apertura del local, debe ser una persona amable y cordial con calidad humana para que pueda mantener una buena relación con empleados y clientes, debiendo evaluar, incentivar, ayudar, enseñar y guiar al personal; organiza a los empleados con el fin de trabajar en equipo y también controlar horarios de ingreso y salida del personal. El debe tener iniciativas para formular estrategias dirigidas al personal y clientes, y se encuentra encargado de negociar con los proveedores y conseguir los productos más idóneos acorde a las necesidades; así mismo debe ser analítico en el momento de invertir y alcanzar las metas propuestas.

**2.12.2.2 Jefe de personal:** Según rincondelvago.com, la razón por la que suele colocarse en algunas empresas al jefe de personal en un nivel inferior, es porque su

actividad se ha reducido a cosas meramente rutinarias, tales como el control de asistencia, formulación y pago de nómina, entre otras, un gerente o ya sea un director general, consideran con razón, que pierden tiempo en vigilar directamente actividades de esta naturaleza; el departamento de personal solamente programa las actividades y obtenida la aprobación de los jefes en línea, los superiores decidirán lo conducente, es importante información brindada.

El jefe de personal primeramente dirige el trabajo en equipo, controla la disciplina, asistencia, horarios, puntualidad, permisos, sanciones e incentivos, emite informes y analiza situaciones con respecto al Café Bar y a su personal.

**2.12.2.3 Contador:** Según pymex.pe, como sus responsabilidades debe procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros, es de vital importancia que el contador debe:

- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa de esta manera cumplan con las formalidades requeridas.
- Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- Llevar mensualmente los libros generales de compras y ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas, a fin de realizar la declaración del impuesto al valor agregado (IVA).
- Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los principios contables generalmente aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.
- Cualquier otra actividad fijada por el gerente o administrador de la empresa.

- Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el contralor interno, asesor fiscal / financiero.
- Llevar todos los movimientos o registros contables al programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.
- Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- Llevar libros contables (diario, mayor e inventarios).
- Control y ejecución de solvencias de seguro obligatorio.
- Realización de la relación de las cuentas por cobrar y por pagar.

Son la principal parte de lo estrictamente necesario.

El contador es contratado para el Café Bar “Blue Moon” de forma ocasional, pero debe realizar todas las actividades necesarias para el correcto funcionamiento del establecimiento, por supuesto que al cumplir con el registro de facturas, cuentas por cobrar y pagar, y otras formalidades. También es de importancia las facturas emitidas y recibidas, declaraciones del (IVA), entregar roles de pago, liquidaciones y cumplir con los pagos del (IESS) para todos los empleados, en definitiva cumplir con todo lo referente al área contable con lo tributario, financiero, fiscal incluso administrativo.

**2.12.2.4 Cajera:** Según [asesorcomercial2010.blogspot.com](http://asesorcomercial2010.blogspot.com), el cajero entre sus funciones primeramente es cobrar con atención amable y cordial al atender al cliente, que gracias al software le permite atender de forma rápida, eficaz y segura por los servicios que obtuvo de la empresa; una vez acabada la jornada laboral se encarga el cajero de entregar físicamente el consolidado de todos los ingresos diarios de caja sean cancelados con tarjeta o efectivo.

El cajero además debe ser confiable de tal manera que las transacciones de tarjetas sean de crédito o débito realizadas sean totalmente seguras, tal como el dinero en efectivo u otras formas de pago, debe ser muy detallista con estos pagos eluyendo los faltantes o sobrantes para evitar la existencia de errores; nos encamina con esta información.

La cajera del Café Bar está obligada a verificar que cuenta con los suministros necesarios y solicitarlos a tiempo para evitar faltantes, además diariamente entregar el cierre de caja y manteniendo un registro de estos pagos. Entre sus

responsabilidades está en colaborar con los requerimientos del contador, la cajera/o debe ser cordial y amable con los clientes con cualquier tipo de pago que los clientes realicen, evitando demorarse y optimizando el tiempo de los clientes en los cobros realizados brindando de esta forma un adecuado servicio.

**2.12.2.5 Cocinero:** Según [wfa.kronostm.com](http://wfa.kronostm.com), entre sus deberes y responsabilidades es preparar los alimentos del menú, operara los equipos que se encuentran en esta área, limpiar toda el área de cocina, cubrir y almacenar los alimentos que no se utilizaron, según las normas y los procedimientos para garantizar la calidad y la seguridad de los alimentos, tener en consideración la protección contra incendios.

A más de preparar los aperitivos y bebidas, debe cumplir con los procedimientos del régimen alimentario, el control de los insumos debe ser diario, pasar los faltantes para poder reabastecerlos antes de que terminen y evitar que los productos se dañen o informar para tomar alternativas antes de que perezcan, incluso este debe guiar a su subordinado.

**2.12.2.6 Asistente de cocina:** Se encuentra bajo las órdenes del cocinero con más experiencia, realiza las mismas actividades que el cocinero mayor si este lo solicita, ayuda en todo lo necesario, limpia la cocina y todos los equipos que pertenezcan a esta área e incluso ayuda al bartender si este lo requiere, pues habrá momentos que se necesite sus servicios.

**2.12.2.7 Meseros:** Según [bogotameseros.com](http://bogotameseros.com), las funciones de un mesero comienzan, según la necesidad, desde realizar el montaje que consiste en armar mesas, ubicarlas, colocar sillas y vestir las con forros si es necesario, decoración de mesas, colocar servilletas, cristalería y cubertería. En cuanto al servicio de mesa el mesero sirve el plato dependiendo del tipo de servicio, todo esto manteniendo siempre el aseo, orden y organización necesarios para que en todo momento sea agradable a la vista de los comensales y guardando las normas básicas de comportamiento, educación y actitud de servicio.

El papel más importante de un mesero es la atención al cliente, son los que deben revisar que sus clientes se encuentren bien periódicamente o bien para tomar órdenes adicionales, los meseros deben estar familiarizados con los productos que sirve el Café Bar con la finalidad de poder responder cualquier pregunta que los clientes

tengan sobre los productos que se ofrecen, inclusive el mesero debe estar al tanto de alimentos que podrían ser dañinos para los clientes con alergias específicas pero principalmente tienen la obligación de conocer que productos lleva cada artículo del menú y su presentación, para poder asesorar a los clientes correcta y adecuadamente; finalmente los meseros deben dar información a los clientes sobre cualquier oferta especial que se encuentre en el día.

Primeramente la imagen debe estar impecable y correctamente uniformados, los meseros deben ser educados y correctos en su trato pero de forma amable brindando correctamente la información que el cliente requiera, como tiempo de elaboración de los productos, salas del lugar, ayudar a servir a la mesa los cocteles solicitados, entre otros. Los meseros del Café Bar deben caracterizarse por ser carismáticos y sobre todo respetuosos, pues son ellos los que mantienen contacto directo con el cliente al ser la imagen de Blue Moon; finalmente al culminar también entre sus labores está dejar limpio las salas del lugar.

**2.12.2.8 Barman:** Según scribd.com, es importante que sea una persona totalmente carismática, los clientes que se acercan a la barra no solamente es para solicitar un coctel, sino para entablar conversaciones, debe ser muy sociable y amable con el cliente, demostrar un espíritu alegre, prepara y sugiere los cócteles y tragos que le solicitan.

Si requiere ayuda solo basta con solicitarla, la barra del bar debe tenerla limpia antes, durante y después de término del turno de trabajo; son los encargados de preparar la lista de productos que se requieren antes de que se acaben y realizar los inventarios por día y de los demás artículos propios del área de coctelería.

**2.12.2.9 Seguridad:** El personal de seguridad debe velar por la seguridad del cliente, controlar que no haya robos dentro del establecimiento y que no surjan desmanes ocasionados por ciertos clientes e impedir el ingreso de personas sospechosas.

## **2.13 Análisis de Mercado**

El estudio de mercado es determinante para conocer la factibilidad de este proyecto, puesto que nos dará la información oportuna sobre la oferta y demanda en el

mercado; este análisis puede determinar el éxito o el fracaso del Café Bar en el sector de San Rafael Valle de los Chillos.

### **2.13.1 Análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)**

Según monografías.com, para lograr la Factibilidad del Proyecto se ha Realizado el análisis (F.O.D.A.), es una importante herramienta para el proceso de planeación y observación para evaluar y diagnosticar cómo se encuentra el entorno en el que la empresa va a funcionar; gracias a este análisis se puede identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la empresa como también de oportunidades y amenazas. Por medio del análisis fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), se puede formular cambios y modificar estrategias para nuestro beneficio.

#### *2.13.1.1 Fortalezas:*

- La población del sector San Rafael es de economía media alta.
- Concentración de negocios, productos y centros comerciales en San Rafael.
- Excelente ubicación geográfica como de entrada a Sangolquí, Capelo, Playa Chica, entre otros que le rodean como Conocoto, Tingo, La Merced, Amaguaña.
- Así también se encuentra rodeada de atractivos turísticos cercanos.
- Localización de grandes sistemas bancarios y educativos básicos, medios y universitarios.
- De acuerdo al catastro del Municipio del Cantón Rumiñahui, encontramos cafeterías dos de primera categoría, seis de segunda, cuatro de tercera y tres de cuarta. En cuanto a los bares hay 5 de segunda y 19 de tercera, teniendo un total de 39 establecimientos.

#### *2.13.1.2 Oportunidades:*

- Implementar un Café Bar de primera categoría de características diferenciadas.
- Ser la primera empresa en el sector de San Rafael que ofrece un lugar de esparcimiento para este target de clientes con sus características singulares en un ambiente de relax.

- Ofrece un ambiente exclusivo, elegante, agradable, privado, y con personal amable, eficiente y eficaz.
- Ser únicos y con características diferenciadas con respecto a otros establecimientos del sector, idóneas para el segmento de mercado específico al que está dirigido.
- Fusionar servicios que no tengan competencia.
- El Valle de los Chillos es un lugar turístico y sigue en continuo desarrollo económico y productivo.
- Al Valle de los Chillos llegan cada fin de semana variedad de turistas por la cantidad de balnearios, cascadas y comida típica, convirtiendo este en un lugar muy atractivo por el clima cálido que posee y por la variedad de atractivos naturales y comerciales.
- Punto de información turística.
- El cliente se inclina al encontrar un lugar ideal satisfaciendo a este segmento de mercado que se encontraba olvidado.

#### **2.13.1.3 Debilidades:**

- Ausencia de Cafés Bares, tipo Lounge.
- Poca promoción de los atractivos turísticos que posee el Valle.
- Falta de promoción de los establecimientos turísticos.
- Falta de vías alternas.
- Abundante tráfico.

#### **2.13.1.4 Amenazas:**

- Posible erupción del Volcán Cotopaxi.
- Competencia de servicios y calidad de productos de cafés y bares.
- Precios promocionales en establecimientos de Cafés y Bares.
- Temor que nos pidan el local arrendado teniendo que trasladarnos a otro sitio.
- Interés que nuestros competidos intenten imitarnos en nuestros precios, estilo y productos.
- Incremento de impuestos, alza de precios de licores y otros.



### **2.13.2 Diseño de la Información y Fuentes de Información**

En cuanto a la investigación de campo realizada fue justamente diseñada para el segmento de mercado que se desea alcanzar, con el fin de dar a conocer el producto que se pretende ofrecer.

### **2.14 Marco Referencial**

En el Valle de los Chillos, en la zona rosa se encuentran un sin número de bares, discotecas, karaokes y demás centros de entretenimiento nocturno, dentro de los destacados, está el western Pizza, Klimoch, San Alejo Lounge; sin embargo ninguno de estos establecimientos es una base referencial para el proyecto. Pero fuera de la zona rosa, dentro del centro comercial San Luis Shopping esta Friday's que es el establecimiento que más se asemeja al concepto que pretendo incluir en mi proyecto, el mismo que tiene la decoración, iluminación, barra de licores, bartender, servicio, y categoría, ambientación; por otro lado en la vía al Tingo en la Av. Ilaló se encuentra el Bar Café My Way que es un pequeño establecimiento muy sobrio y acogedor al que asisten personas de 35 a 55 años en el que pueden saborear de cocteles, bocaditos, cafés, además de música suave, como para disfrutar de un momento ameno con sus amistades.

En conclusión, como referencia estos dos establecimientos Friday's y My Way, son los conceptos que más se asemejan y pretendo incluir en mi proyecto con el fin de brindar un servicio de calidad en un ambiente ejecutivo y orientado a personas desde 25 años a más edad, de una economía media alta, que visiten en forma acompañada o grupo de amigos. Por lo tanto el establecimiento objeto del estudio ofertara un servicio diferenciado de los demás cafés, bares de la zona referente a la ambientación, decoración, música, aperitivos, licores, entre otros, porque ninguno posee estas características.

#### **2.14.1 Marco Conceptual**

*Adicción:* Según google.com.ec, viene a ser el hábito de conductas peligrosas o de

consumo de determinados productos, en especial drogas del que no se puede prescindir o resulta muy difícil hacerlo por razones de dependencia psicológica o incluso fisiológica. Es una adicción a las drogas, al tabaco, al juego, es una afición desmesurada a algo.

*Barman:* Según wikipedia.org, camarero que trabaja en la barra de un bar, pub o discoteca, en especial el que sirve y prepara combinaciones de bebidas, con carácter alegre y entusiasta.

*Bartender:* Según cocteleria.com.mx, es alguien que sirve bebidas con licencia detrás de una barra a los clientes, se los encuentra en bares, antros, restaurantes, entre otros lados parecidos; se encargan de mezclar y servir bebidas o lo que se llama la coctelería, la mayoría contienen alcohol pero también sirven bebidas o cocteles sin alcohol. Algunas veces y en algunos establecimientos los bartenders también son responsables de recibir el pago de las bebidas, mantener en orden los licores y la cristalería, mantener limpia el área del bar, abastecer de hielo y servir botana a los clientes que se sienten en la barra.

*Bohemios:* Según google.com.ec, persona que lleva un tipo de vida libre y poco organizada, en especial, el artista de vida poco convencional.

*Diderot:* Según wikipedia.org, su nombre es Denis Diderot nace el 5 de octubre de 1713 en Langres Francia y fallece en París Francia el 31 de julio de 1784, fue una figura decisiva de la Ilustración como escritor, filósofo y enciclopedista francés de importancia.

*Gourmet:* Según definicion.de, la traducción proporcionada por la Real Academia Española esta palabra viene del vocablo francés, a las personas que conocen sobre la gastronomía se las denomina gastrónomos, por lo cual el término de gourmet son de exclusividad a los platos elaborados de forma refinada y de exquisito sabor.

*Hostal:* Según wikipedia.org, este término es únicamente para algunos países en otros hay conceptos similares tales como un cheap hotel u hotel barato, pero en algunas lenguas romances la palabra hostal se la conoce como el significado de casa.

*Ludoteca:* Según wikipedia.org, este término tiene varios significados como en latín ludus significa juego o juguete, en cuanto a la palabra griega théke significa caja o lugar donde se guarda algo; en los Estados Unidos justamente en Toy Land en el año de 1934 se dio la existencia de una de las primeras ludotecas, posteriormente en

Suecia en Lekotek en el año de 1963; pero al llegar los años sesenta fue la UNESCO la que se encargó de fundar múltiples ludotecas como en escuelas, centros comunitarios y también en las cárceles llegando luego a toda Latinoamérica.

*Poscrito:* Según thefreedictionary.com, explica que esta palabra es utilizada para la persona la cual fue expulsada de su misma patria, usualmente es por cuestiones políticas.

*Pub:* Según wikipedia.org, significa casa pública, en este lugar sirven varios aperitivos y todo tipo de bebidas con y sin alcohol, los pubs existen en mayor número en países angloparlantes tales como Australia, Irlanda, Nueva Zelanda, Reino Unido, Canadá, pero en varios países con habla hispana no suelen llamarlos pubs a estos lugares, más bien son conocidos como cervecerías.

*Roseau:* Según thefreedictionary.com, anteriormente era llamada Charlotte Town, ahora es la capital de Dominica justamente en la costa de SO en la isla puerto del Caribe, viniendo a ser un puerto de que exporta plátanos y productos agrios.

*Western:* Según thefreedictionary.com, viene del Oeste de Norteamérica en la época de la colonización, son característicos de los vaqueros, pistoleros, soldados e indios del lugar, hoy en día se utiliza en películas cinematográficas.

*Tabaco:* Según thefreedictionary.com, es reconocida por ser de fuerte olor, su tallo es bastante grueso con muchas ramas y grandes hojas características de los países de América.

*Taberna:* Según thefreedictionary.com, en este sitio es legal el consumo de alcohol y algunos lugares a más de vender bebidas alcohólicas también venden comidas, convirtiéndose en un sitio popular.

*Voltaire:* Según wikipedia.org, Francisco María Arouet de Voltaire nace en Francia en el año 1694 y fallece en el año de 1779, en el siglo XVIII, convirtiéndose en el hombre más notable de la época, es un importante hombre ilustrado convirtiéndose en filósofo y escritor, cuyos escritos son críticas al absolutismo y al clero, que dio inicio para los mentalizadores que fueron preparando el plan para iniciar la Revolución Burguesa de Francia a finales del siglo.

*Barra:* Según definicion.de, hay de diferentes modelos y formas no viene a ser muy gruesas usualmente y tienen taburetes o sillas altas, en ciertos bares o restaurantes también suele ser usada para consumir sus alimentos o bebidas pueden

estar sentados o de pie.

*Led:* Según [tecnologiayeducacion.com](http://tecnologiayeducacion.com), palabra que viene del inglés Light Emitting Diode (L.E.D) cuya traducción es diodo emisor de luz, es un cuerpo semiconductor sólido de gran resistencia que al recibir una corriente eléctrica de muy baja intensidad, emite luz de forma eficiente y con alto rendimiento. En el consumo eléctrico medido en W/h, ahorrándose inclusive un 80% y el costo llegar a ser menor al haber menos lámparas que sustituir.

## **2.15 Diseño del Cuestionario**

Este diseño fue realizado para hacer una encuesta rápida y concreta con el fin de optimizar tiempos, lo cual lleva preguntas dicotómicas que poseen dos opciones, así como las que están en abanico que cuentan con tres o más opciones, también hay las de selección múltiple que le permite elegir al encuestado varias opciones.

### **2.15.1 Modelo de la Encuesta**

La encuesta fue elaborada con el fin de observar detalladamente lo que el segmento de mercado comprendido entre los 25 años en adelante piensa, para conocer en cuanto al sector diversión con qué tipo de servicios cuenta en la actualidad y qué necesita este mercado para satisfacer sus necesidades y requerimientos, posteriormente analizar y evaluar, encontrando una oportunidad para beneficio del Café Bar “Blue Moon”. Según lo indica el (anexo 2).

## **2.16 Tamaño de la Muestra**

Es una guía para obtener datos de importancia que beneficien a la empresa Café Bar “Blue Moon”.

### **2.16.1 Población**

Para efectos de la recolección de la información se tomará una muestra de la

población económicamente activa segmentada en la población profesional. El tamaño de la muestra se estimó a partir de los registros existentes en el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en esta zona del Cantón Rumiñahui se registran 42.335 personas que conforman la población económicamente activa, de estos, 12.891 pertenecen a la población económicamente activa intelectual y empresarial.

### 2.16.2 Muestra

El tamaño de la muestra se estimó a partir de los registros existentes en el (INEC); mediante el sistema de fórmula de poblaciones finitas con la utilización de la siguiente fórmula.

$$n = \frac{NZ^2 pq}{e^2(N-1) + Z^2 pq}$$

n= tamaño de la muestra.

$Z^2$ = margen de confiabilidad para este caso: 95% de confiabilidad,  $Z=1.96$

$e^2$ = error de estimación de la media de la muestra respecto a la población (se espera 5% o 0.05)

P= Población a favor 50%

Q= Población en contra 50%

N= tamaño del a población (N= 12.891 población económicamente activa de profesionales).

$$n = \frac{3222,75}{33.185} = 97.11 \quad \text{Profesionales.}$$

Esto significa que se necesita una muestra de las 12.891 personas económicamente activa para obtener información confiable.

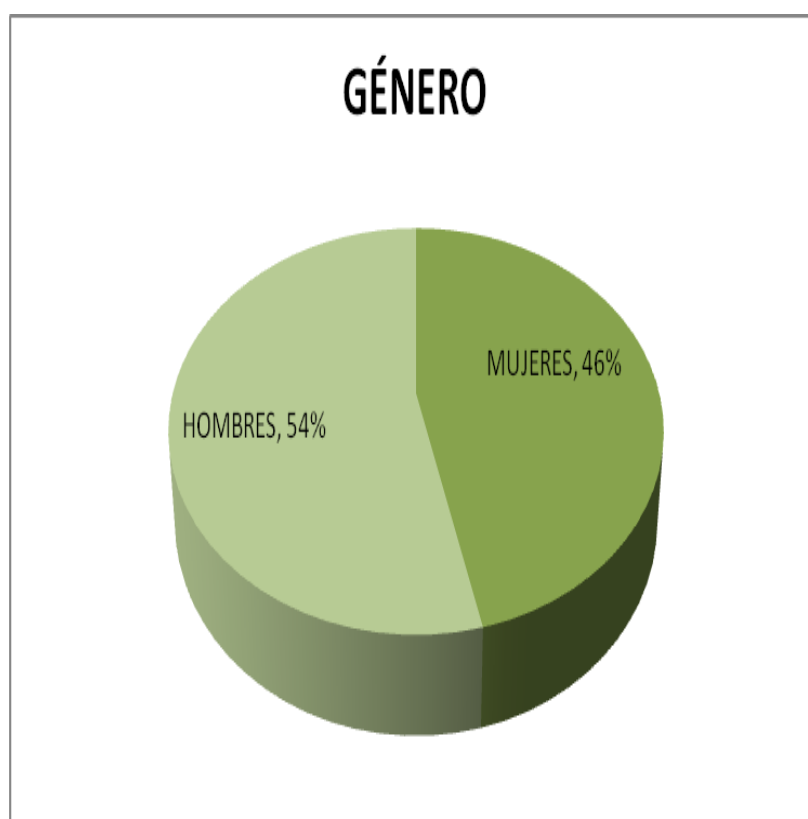
## 2.17 Tabulación y Análisis de Resultados

### 1.- Género

**Tabla 2**

**Género de encuestados**

| GÉNERO       | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|------------|
| FEMENINO     | 45          | 46         |
| MASCULINO    | 52          | 54         |
| <b>TOTAL</b> | <b>97</b>   | <b>100</b> |



**Figura 8 Género de Encuestados**

**Análisis:** Podemos concluir en cuanto a los encuestados que la mayoría son hombres

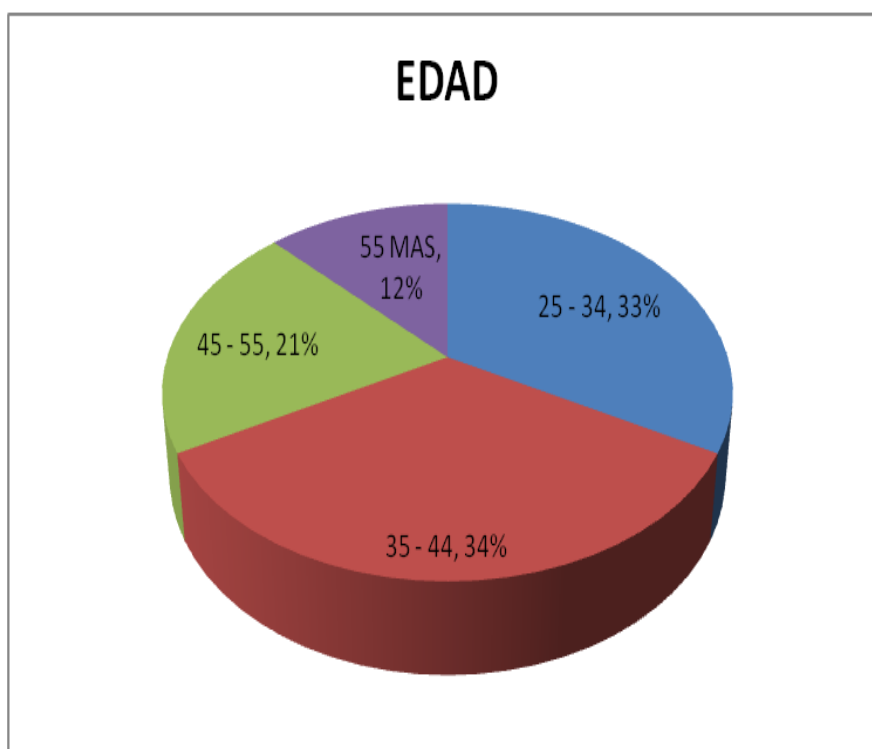
con un 54% y muy cercano con un 46% son mujeres, del mercado objetivo que se pretende llegar.

## 2.- Edad

**Tabla 3**

### Edad de Encuestados

| EDAD         | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------|-------------|------------|
| 25 -34       | 32          | 33         |
| 35-44        | 33          | 34         |
| 45-55        | 20          | 21         |
| 55 - MAS     | 12          | 12         |
| <b>TOTAL</b> | 97          | 100        |



**Figura 9 Edad de Encuestados**

**Análisis:** Con los datos obtenidos en esta respuesta se puede analizar las edades de la población potencial con que contaría el Café Bar en la que obtuvo un

34% entre las edades de 35 a 44 años, siendo esta la mayoría, siguiendo con un 33% las edades de 25 a 34 años, siguiendo con un 21% a las edades de 45 a 55 años y por último en una minoría con un 12% las edades de 55 años a más.

### 3.- Actividad Económica

**Tabla 4**

**Actividad Económica de Encuestados**

| ACTIVIDAD ECONÓMICA | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|---------------------|-------------|------------|
| EMPRESARIO          | 14          | 14         |
| NEGOCIO PROPIO      | 35          | 36         |
| EMPLEADO            | 48          | 49         |
| <b>TOTAL</b>        | <b>97</b>   | <b>100</b> |



**Figura 10 Actividad Económica de Encuestados**

**Análisis:** Mediante la encuesta se puede analizar la población económicamente



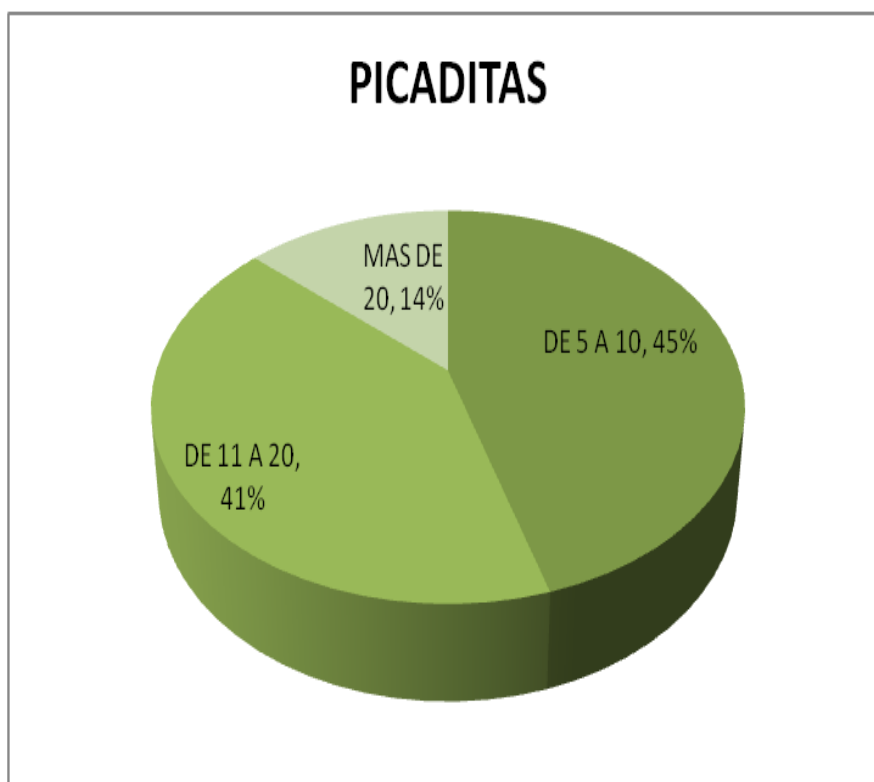
activa que se encuentra en y alrededor del sector, convirtiéndose esta en nuestro mercado potencial puesto que el 50% son empleados, el 36% tienen negocios propios y el 14% son empresarios.

#### 4.- ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por servicios de consumo en un Café Bar semanalmente?

**Tabla 5**

#### Consumo de Picaditas y Aperitivos

| SERVICIO DE PICADITAS Y APERITIVOS |           |            |
|------------------------------------|-----------|------------|
| DE 5 a 10                          | 44        | 45         |
| DE 11 a 20                         | 40        | 41         |
| MÁS DE 20                          | 13        | 13         |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>97</b> | <b>100</b> |



**Figura 11 Consumo de Picaditas y Aperitivos**

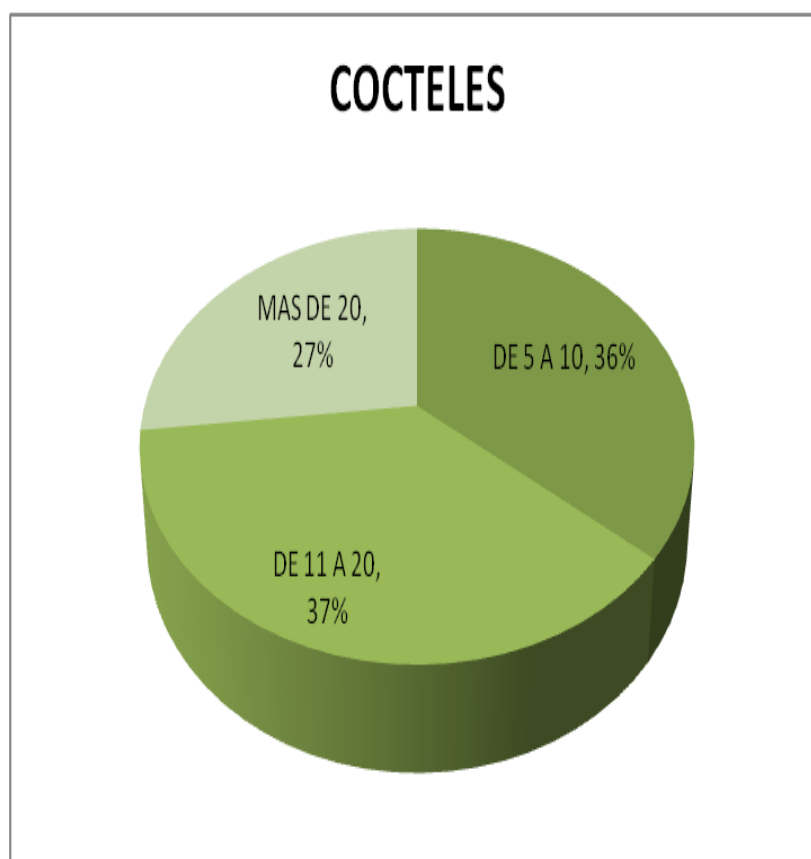
**Análisis:** De las encuestas realizadas determinamos que los clientes gastarían una

cantidad entre 5 a 10 dólares por picaditas, perteneciendo al 45% de las personas, pero muy seguido en un 41% con un presupuesto de 11 a 20 dólares y una minoría del 14% las que gastarían más de 20 dólares. Si se demostró que hay aceptación de picaditas y aperitivos por parte de la población.

**Tabla 6**

**Consumo de Cocteles**

| SERVICIOS DE COCTELES |           |            |
|-----------------------|-----------|------------|
| DE 5 a 10             | 35        | 36         |
| DE 11 a 20            | 36        | 37         |
| MÁS DE 20             | 26        | 27         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>97</b> | <b>100</b> |



**Figura 12 Consumo de Cocteles**

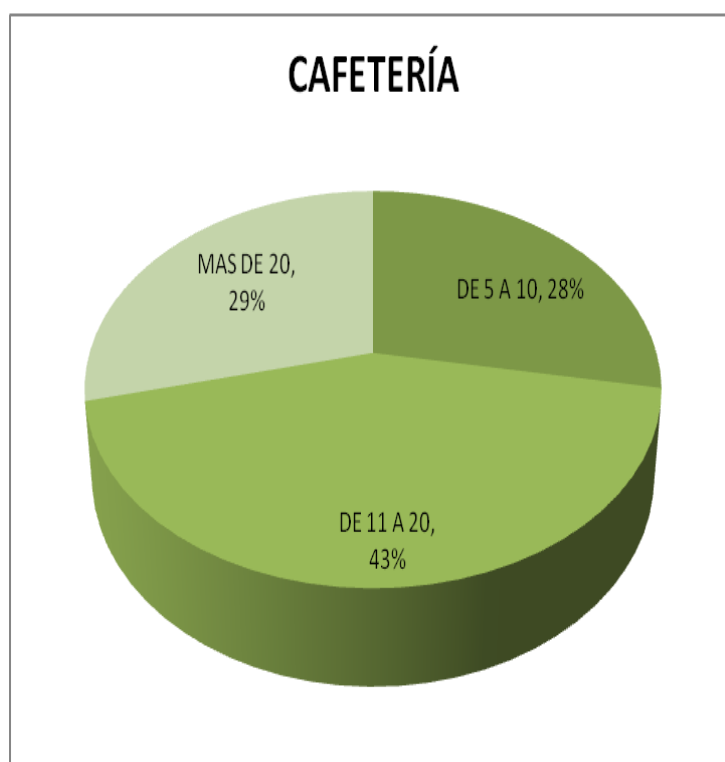
**Análisis:** De los encuestados determinamos que los clientes gastarían en el Café Bar un presupuesto entre 11 a 20 dólares en cocteles siendo el 37%, pero muy seguido en

un 36% entre 5 a 10 dólares y con un 27% los de más de 20 dólares. Se observa que hay muy buen consumo de cocteles en la población.

**Tabla 7**

**Consumo de Cafetería**

| SERVICIO DE CAFETERÍA |           |            |
|-----------------------|-----------|------------|
| DE 5 a 10             | 27        | 28         |
| DE 11 a 20            | 42        | 43         |
| MÁS DE 20             | 28        | 29         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>97</b> | <b>100</b> |



**Figura 13 Consumo de Cafetería**

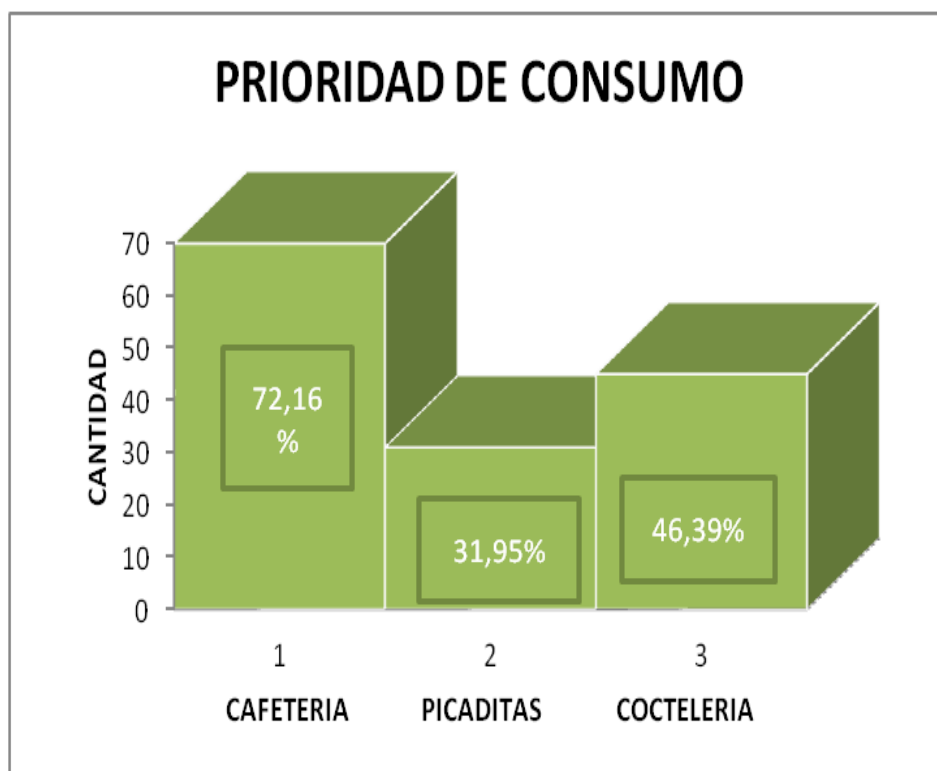
**Análisis:** De las encuestas realizadas determinamos que los clientes encuestados gastarían en el Café Bar un presupuesto entre 11 a 20 dólares en cafetería el 43% de las personas, siguiendo con un 28% con un presupuesto de 5 a 10 dólares y con un 29% más de 20 dólares. Significando que el consumo de estos productos tienen muy buena aceptación convirtiéndose en rentable para el Café Bar.

5.- ¿Cuál de estos servicios consume con mayor prioridad? (Señale máximo 2)

**Tabla 8**

**Prioridad de Consumo**

| ¿Cuál de estos servicios consume con mayor prioridad? |           |            |
|---|-----------|------------|
| CAFETERÍA   | 70        | 72,16      |
| PICADITAS   | 31        | 31,95      |
| COCTELERÍA  | 45        | 46,39      |
| <b>TOTAL</b>  | <b>97</b> | <b>100</b> |



**Figura 14 Prioridad de Consumo**

**Análisis:** Se puede determinar que los clientes encuestados en un Café Bar los productos de su preferencia está en el área de cafetería por la variedad de estos con un 72,16% y con una muy buena aceptación de 46,39% el área de coctelería finalmente y sin desmerecer están las picaditas con un 31,95%, convirtiéndose en rentable para el proyecto.

## 6.- ¿Usted visitaría un Café Bar dirigido para jóvenes y adultos por?

**Tabla 9**

### Razones para visitar un Café Bar

| RESPUESTA   | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|---|-------------|------------|
| ¿AMBIENTE SOBRIO Y ELEGANTE?                      | 31          | 32         |
| ¿MÚSICA SUAVE Y RELAJANTE?                        | 11          | 11         |
| ¿DEGUSTAR BEBIDAS FRÍAS, CALIENTES Y ACOMPAÑADOS? | 33          | 34         |
| ¿POR SUS COCTELES CON Y SIN ALCOHOL?              | 22          | 23         |
| <b>TOTAL</b>                                      | 97          | 100        |



**Figura 15 Razones para visitar un Café Bar**

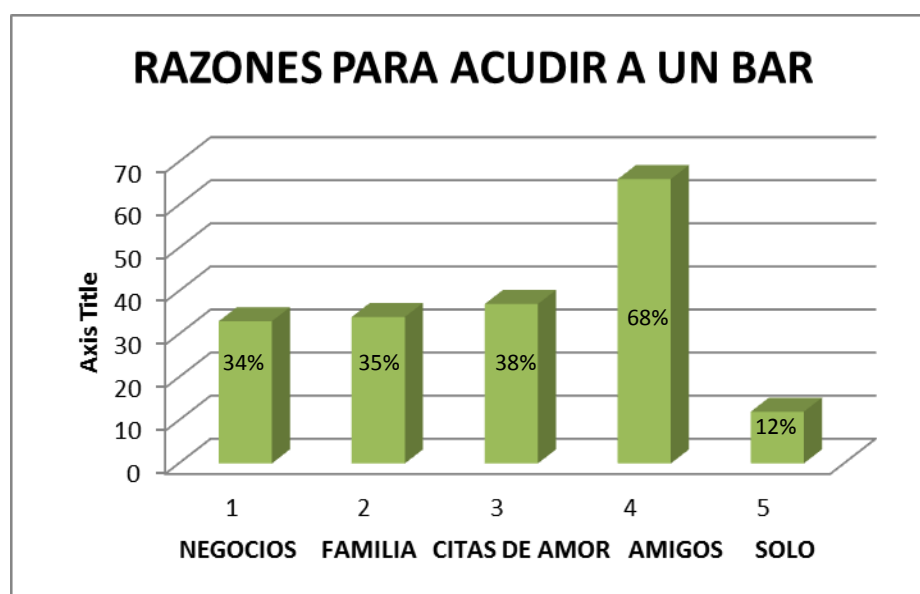
**Análisis:** Los encuestados en esta pregunta respondieron que el mayor interés de visitar el Café Bar con una mayor prioridad con un porcentaje del 34% es por degustar de bebidas frías y calientes, al 32% de los encuestados les interesa un ambiente sobrio y elegante, con un 23% encontramos que el cliente también prefiere visitar por el servicio de coctelería, y con un 11% es por escuchar música suave y relajante. Notando que el cliente visita a un Café Bar más por el consumo.

## 7.- ¿Acudiría a un establecimiento Café Bar para lograr?

**Tabla 10**

### Razones para acudir a un Café Bar

| RAZONES                  | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------------------|-------------|------------|
| NEGOCIOS                 | 33          | 34         |
| FAMILIA                  | 34          | 35         |
| CITAS DE AMOR            | 37          | 38         |
| INTEGRACION DE AMIGOS/AS | 66          | 68         |
| SOLO                     | 12          | 12         |
| <b>TOTAL</b>             | <b>97</b>   | <b>100</b> |



**Figura 16 Razones para acudir a un Café Bar**

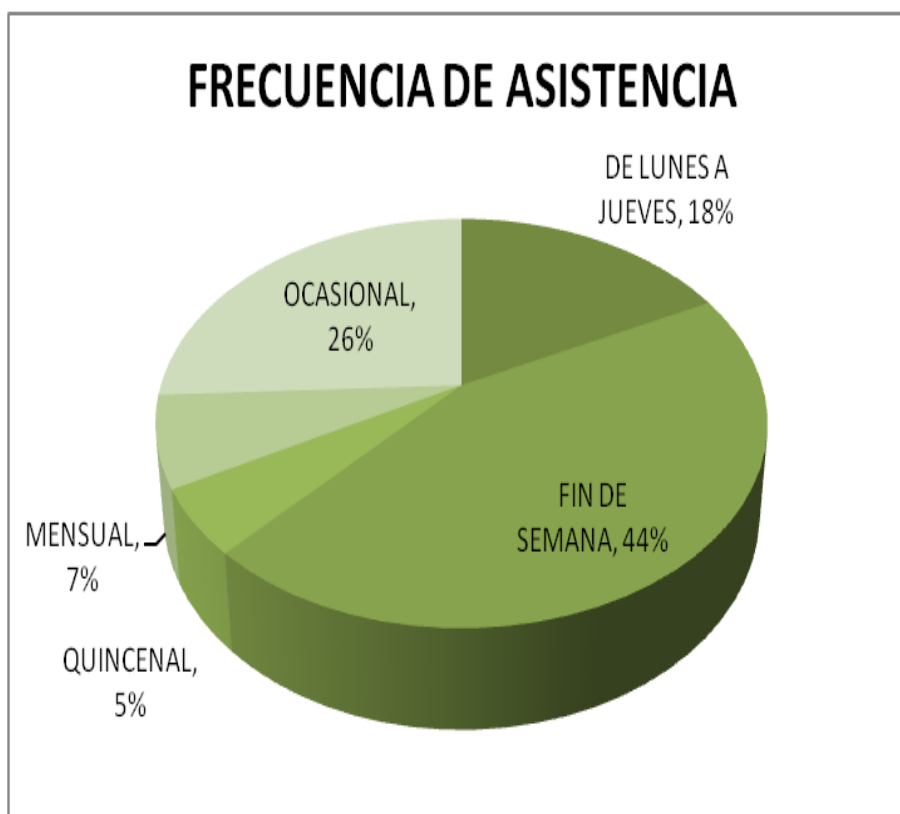
**Análisis:** En esta encuesta realizada primordialmente notamos que los encuestados de preferencia van acompañados, en las cuales podemos observar que una de las principales razones para visitar un Café Bar son los amigos con un 68%, seguido por citas de amor con el 38%, con un 35% van con sus familiares muy seguidamente, con un 34% por negocios y con un 17% prefieren ir solos.

## 8.- ¿Con qué frecuencia acude usted a un Café Bar?

**Tabla 11**

**Frecuencia de Asistencia a un Café Bar**

| FRECUENCIA        | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|-------------------|-------------|------------|
| DE LUNES A JUEVES | 17          | 18         |
| FIN DE SEMANA     | 43          | 44         |
| QUINCENAL         | 5           | 5          |
| MENSUAL           | 7           | 7          |
| OCACIONAL         | 25          | 26         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>97</b>   | <b>100</b> |



**Figura 17 Frecuencia de Asistencia a un Café Bar**

**Análisis:** De acuerdo a los encuestados se conoce que el 44% prefieren ir los fines de semana siendo estos la mayoría, siguiendo con un 26% la ocasional, con un 18% que prefieren ir de lunes a jueves, mensual corresponde al 7%, y quincenal con un 5%.

### 9.- Visita un Café Bar preferencialmente en:

**Tabla 12**

#### **Sector de Preferencia para acudir a un Café Bar**

| LUGAR DE CAFÉ BAR QUE FRECUENTA | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|---------------------------------|-------------|------------|
| SANGOLQUÍ                       | 22          | 23         |
| SAN RAFAEL                      | 26          | 27         |
| EL TRIÁNGULO                    | 49          | 50         |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>97</b>   | <b>100</b> |



**Figura 18 Sector de preferencia para acudir a un Café Bar**

**Análisis:** En esta encuesta se puede observar que el 50% visitan un Café Bar en el sector del Triángulo, el 27% lo visitan en el sector de San Rafael, y el 23% visitan en Sangolquí.

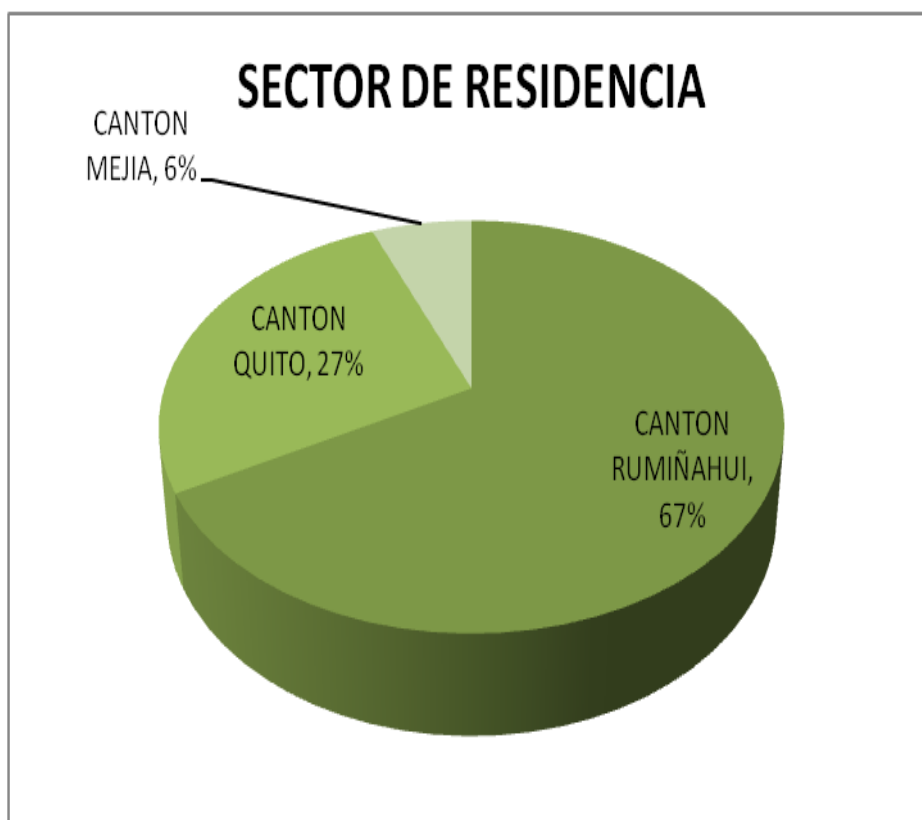


## 10.- ¿En qué sector usted reside?

**Tabla 13**

### Sector de Residencia

| SECTOR DE RESIDENCIA | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|----------------------|-------------|------------|
| CANTON RUMIÑAHUI     | 65          | 67         |
| CANTON QUITO         | 26          | 27         |
| CANTON MEJÍA         | 6           | 6          |
| <b>TOTAL</b>         | <b>97</b>   | <b>100</b> |



**Figura 19 Sector de Residencia**

**Análisis:** Principalmente notamos que la mayoría de encuestados reside en el Cantón Rumiñahui con un 67%, con un 27% reside en Quito y finalmente con un 6% en el Cantón Mejía.

### **2.17.1 Resumen del Análisis de la Investigación**

En cuanto a los resultados de las encuestas, determinamos que el Café Bar cuenta con una excelente aceptación por parte de este segmento de mercado, significando que el proyecto tendrá un éxito rotundo. Debido a que la población a la que se pretende llegar ha demostrado un gran interés por esta propuesta diferenciada de un Café Bar.

Se ha demostrado que la mayoría de la población pertenece al Cantón Rumiñahui, así también que las personas que frecuentan Cafés Bares en su mayoría están en el Triángulo y San Rafael convirtiéndose en un sector estratégico para negocios. En cuanto a los gustos de los encuestados se determinó que prefieren los productos de cafetería que son varios y con muy buena aceptación de cocteles acompañados de picaditas y aperitivos.

Para este tipo de segmento de mercado, el cliente prefiere un lugar sobrio y elegante, uno de los puntos de mayor importancia es que los encuestados al visitar un Café Bar prefieren ir acompañados, eso significa rentabilidad para este tipo de negocios. Las encuestas indicaron que todas ellas provienen de la población económicamente activa, correspondientes a los jóvenes y adultos que se encuentran en el sector del Valle de los Chillos.

### **2.18 Estrategias del Marketing Mix**

En el presente estudio según se explica cómo aplicar las cuatro Ps. producto, precio, plaza y promoción.



**Figura 20 Marketing Mix**

**Fuente:** (google)

### 2.18.1 Producto

El producto tiene un nombre, una marca un concepto para el consumidor, la imaginación y la creatividad son esenciales en un entorno tan competitivo como el actual, por lo que la gran mayoría de las organizaciones están prestándole más atención para hacer productos más atractivos

**Fuente:** (Pérez, 2006)

Acorde a lo dicho por los expertos, el Café Bar es un producto intangible, por lo tanto es un servicio que servirá para satisfacer los deseos y necesidades del mercado, debido a que actualmente se exige que los productos deban ser adecuados a los requerimientos del cliente. Por lo cual el Café Bar “Blue Moon” brindará un servicio de calidad, con un ambiente diferenciado y exclusivo, en un horario requerido por el cliente y con una excelente variedad de alimentos y bebidas.

Productos tales como: cafés fríos y calientes, bebidas deliciosas naturales y combinadas, con acompañados tanto de comida típica ecuatoriana y extranjera como empanadas de verde, morocho, rellenas de carne y pollo, chilenas, bolones de verde, pasteles de sal y dulce, postres y más, también se encuentra picaditas de embutidos variados con sus respectivas salsas y finalmente la coctelería que corresponde a

cocteles con y sin alcohol y botellas de licor, vino, champagne y más. Al implementar el Café Bar en sector de San Rafael, no solo que cubrirá las necesidades insatisfechas del segmento de mercado que se encuentra actualmente insatisfecho, sino que genera plazas de trabajo y aporta al turismo en el sector del Valle de los Chillos.

### **2.18.2 Precio**

Toda estrategia de fijación de precios debe maximizar el valor que espera la población: objetivo, en este apartado es de suma importancia el análisis de costo beneficio, la tasa actual de precios orientados a la demanda o precio con base en los costos. ¿Qué descuentos se ofrecen y con qué grado de satisfacción?, son absolutamente necesarios analizar.

En el precio de la competencia, el mercado juega un papel importante en este valor, debido a la fuerza de la competencia y al concepto de precio que tiene la población. Es la parte monetaria que paga una persona a cambio de la adquisición de un producto o servicio.

**Fuente:** (Pérez, 2006)

El Café Bar fijará los precios principalmente al costo que se obtenga al elaborar los productos de excelente calidad y con un buen servicio agregado, por lo cual se buscará los mejores productos con los más convenientes proveedores; de acuerdo al marketing utilizado se realizará variedad de estrategias para reducir el precio de los productos, como buscar promociones de los proveedores o comprar más cantidad para obtener mayor descuento, nuestro mercado está dirigido para una distinguida clientela, nuestra categoría también se basará en la calidad de los productos.

### **2.18.3 Plaza**

El producto que satisfaga mejor las necesidades del mercado meta, fijar el precio competitivo que el mercado meta estaría dispuesto a pagar, buscar la ubicación o plaza que facilite la adquisición de los productos.

**Fuente:** (Pérez, 2006)

El Café Bar se ubicará en el sector estratégico de San Rafael, por supuesto que es un sitio muy concurrido por la cantidad de centros de comercios y negocios, encontrándose también a sus alrededores gran variedad de atractivos turísticos, por la existencia de fácil acceso y variedad de transportes, convirtiéndose en un céntrico y reconocido lugar la Av. General Rumiñahui e Isla Pinta en el Valle de los Chillos.

#### **2.18.4 Promoción**

La función primordial de la promoción es dar a conocer, informar, recordar, educar, persuadir, y crear conciencia acerca de los productos sociales. La promoción es la utilización de todos los medios de comunicación al alcance para dar a conocer los productos y servicios de las dependencias gubernamentales.

**Fuente:** (Pérez, 2006)

El Café Bar “Blue Moon” ha diseñado un conjunto de estrategias adecuadas para darse a conocer en el mercado, los principales medios serán todas las redes sociales, el internet, e-mails con base de datos, afiches en varios lugares y una valla publicitaria en un lugar céntrico como es el sector del Triángulo en el Valle de los Chillos, los volantes al ser un medio económico de publicidad serán entregados, pero en sectores estratégicos del potencial mercado meta.

Las promociones se darán pero en fechas específicas como día del padre y de la madre, día del hombre y de la mujer, cumpleaños de los clientes, en el podrán escoger entre un aperitivo o coctel, días de barra libre, y las happy hours se mantendrán en el Café Bar todos los fines de semana.

#### **2.19 Estudio Técnico**

*Estudio Técnico.* Los objetivos son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

**Fuente:** (Baca Urbina, 2008)

Esto es necesario para el análisis que se requiere para producir o implementar esta empresa y lograr un correcto funcionamiento de forma técnica pudiendo operar el Café Bar. En el estudio técnico para la determinación del tamaño preciso de la planta necesita obtener una localización óptima del proyecto consiguiendo mejor captación de clientes y para dar categoría al “Blue Moon” Café Bar.

Es importante analizar el tamaño del proyecto que a futuro podría variar, es vital obtener buenos precios y por ello se debe analizar el costo de los suministros e insumos; la operación del proyecto debe ser idónea para organizar tanto los recursos materiales como humanos, manejando un correcto funcionamiento y distribución del Café Bar.

### **2.19.1 Tamaño del Café Bar**

Según Pérez Luis 2006, el Valle de los Chillos se encuentra hasta ahora en continuo crecimiento, por lo tanto a más de convertirse en zona turística se ha convertido en zona comercial, precisamente la capacidad efectiva interviene en este proceso, como sus horarios, servicios y productos. Para desarrollar el proyecto debe abastecerse, con el cual requiere de correctos proveedores, materias primas e insumos; pero al encontrarse en este central lugar obtiene facilidades.

Por lo cual el tamaño del Café Bar se lo realizó acorde al segmento de mercado que se pretende satisfacer, pese a su tamaño y capacidad se requiere dar estética al establecimiento. El cual cuenta con un local de 500 m<sup>2</sup>, con capacidad aproximada de 300 personas más el personal que labora en este establecimiento, considerando siempre mantener el espacio y comodidad satisfaciendo a nuestra clientela.

Cabe aclarar que aunque el local es amplio, es poseedor de dos salas más una privada, la barra del bar, el área de caja, baños, oficina y cocina, todo el local cuenta con una decoración de luces led, lámparas y plantas manteniendo su estética. El tamaño que aspira el Café Bar es el de mayor rentabilidad pero con menores costos, efectivamente se debe conocer con claridad y certeza la inversión requerida para la implementación del nuevo Café Bar “Blue Moon”.

## **2.20 Localización del Café Bar**

Para poder localizar al nuevo establecimiento Café Bar “Blue Moon”, se realizó un análisis para tomar una decisión de importancia.

### **2.20.1 Decisiones de Localización**

Se decidió la ubicación del Café Bar en el sector de San Rafael, por ser un lugar estratégico, en el cual se encuentra gran afluencia de personas, en especial el mercado objetivo al que se pretende llegar con este proyecto, así mismo por la cantidad de turistas que visitan el sector; convirtiéndose este en el sitio específico para el retorno del capital.

Este factor de localización fue ideal, no solamente por ser un lugar central y comercial por la gran variedad y cantidad de empresas, supermercados, centros comerciales, transportes y otros atractivos que se hallan a su alrededor; tomando en consideración que en este sector se encuentra la existencia de una gran y moderna infraestructura y variedad de establecimientos.

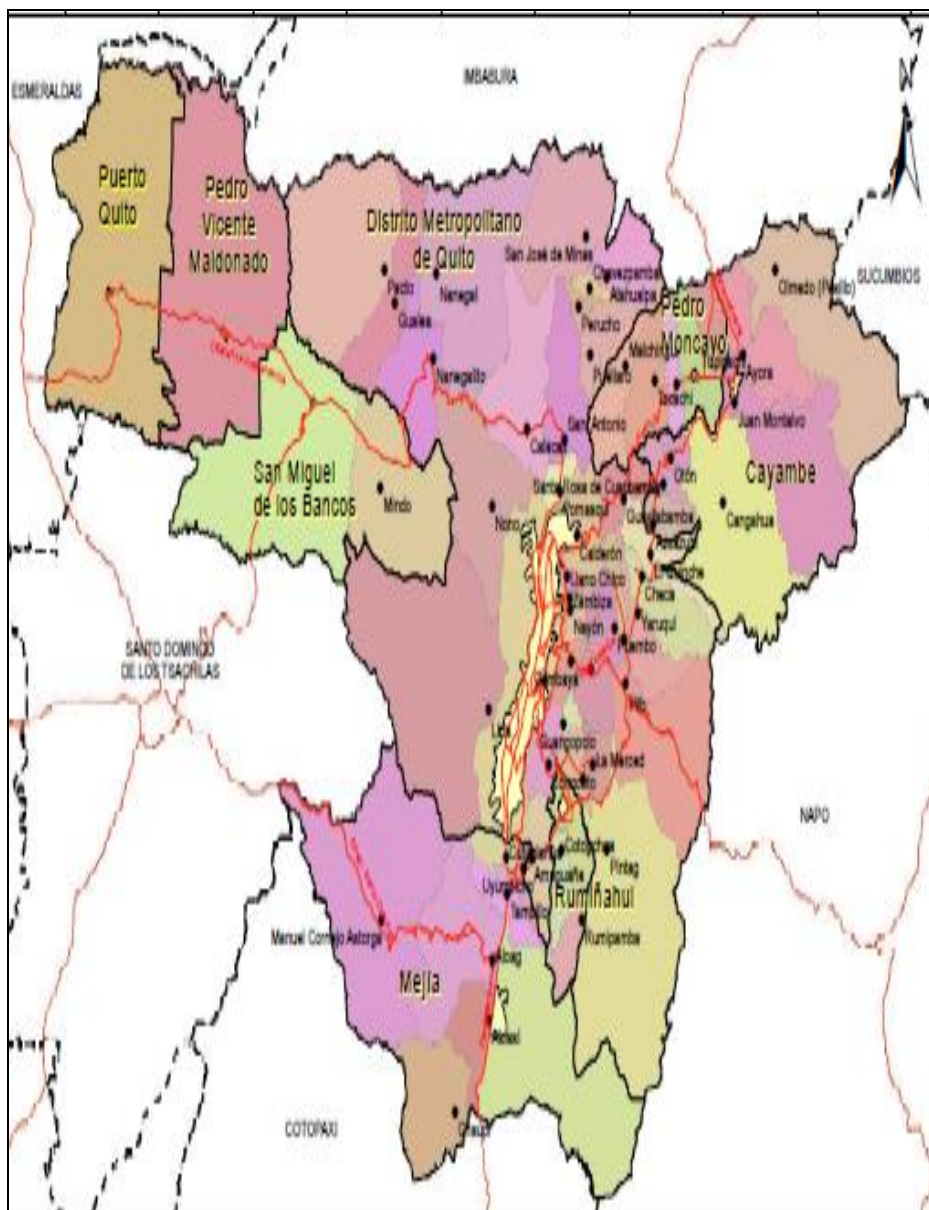
Pero es un sitio donde se encuentra la competencia, para este nuevo Café Bar, competencia que tiene buenos productos, calidad y servicios con nombres ya reconocidos a nivel nacional; pero con lo que no cuenta el sector, es con un Café Bar “Blue Moon” al estilo lounge, siendo único y manteniendo conceptos diferentes, que brinda un ambiente elegante, diferenciado de total relax, con un horario más amplio y oportuno, además de todo esto, uno de sus aspectos principales es la variedad de productos que se ofrecen y se encuentran disponibles en un mismo establecimiento, con la misma calidad y a menor costo.

### **2.20.2 Macro Localización**

En la Provincia de Pichincha se encuentra el Cantón Rumiñahui a tan solo veinte minutos de la ciudad de Quito, es el sitio idóneo para implementar el Café Bar, debido a que es un lugar que está en continuo desarrollo, ubicado en el Valle de los Chillos con cálido clima, vegetación abundante, cascadas, ríos, volcanes, fauna y

flora, hosterías, balnearios, comida típica, fiestas y más.

La macrolocalización es el territorio donde el proyecto tendrá lugar con las mejores posibilidades de crecimiento, analizando que cuenta con más ventajas que desventajas se ha decidido ubicar a la empresa estratégicamente.



**Figura 21 Mapa Político de la Provincia de Pichincha**

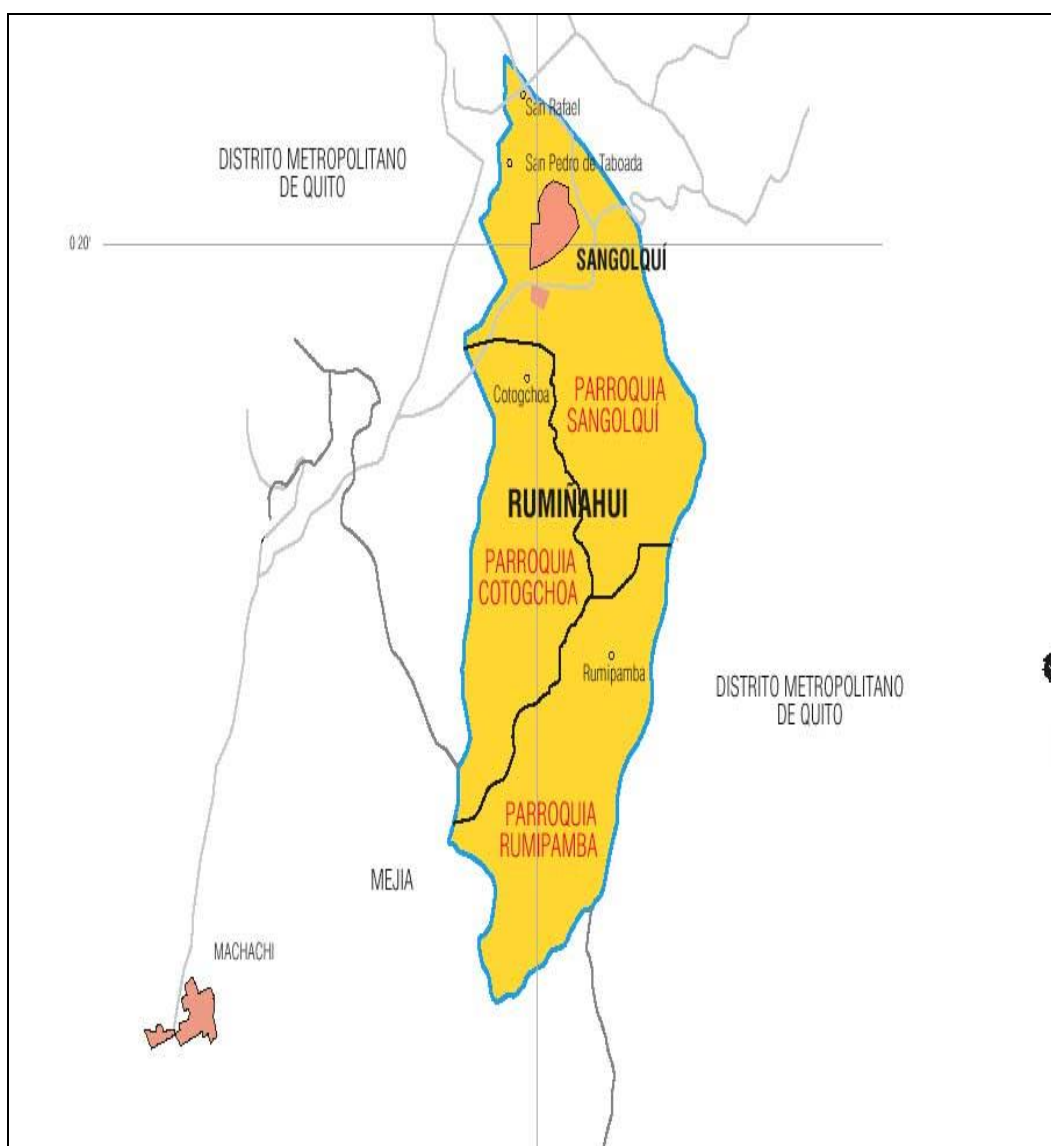
**Fuente:** (pichincha.gob.ec)

### 2.2.0.3 Micro Localización

Corresponde a la ubicación específica en donde procederá a operar el proyecto, el



Café Bar “Blue Moon” será implementado en el sector de San Rafael Av. General Rumiñahui e Isla Pinta, por la razón que es un sitio central y comercial convirtiéndose en el más óptimo por la concentración de demanda de población con economía media alta. Esta decisión de localizar el proyecto en este lugar en especial es por cuestión de estrategias y por ser una zona concurrida, para lo cual se denota la influencia de la facilidad de transportes, cercanía a todos los centros de abastecimientos, servicios básicos disponibles, facilidad de eliminar desechos y facilidad de entrega de productos reciclados.

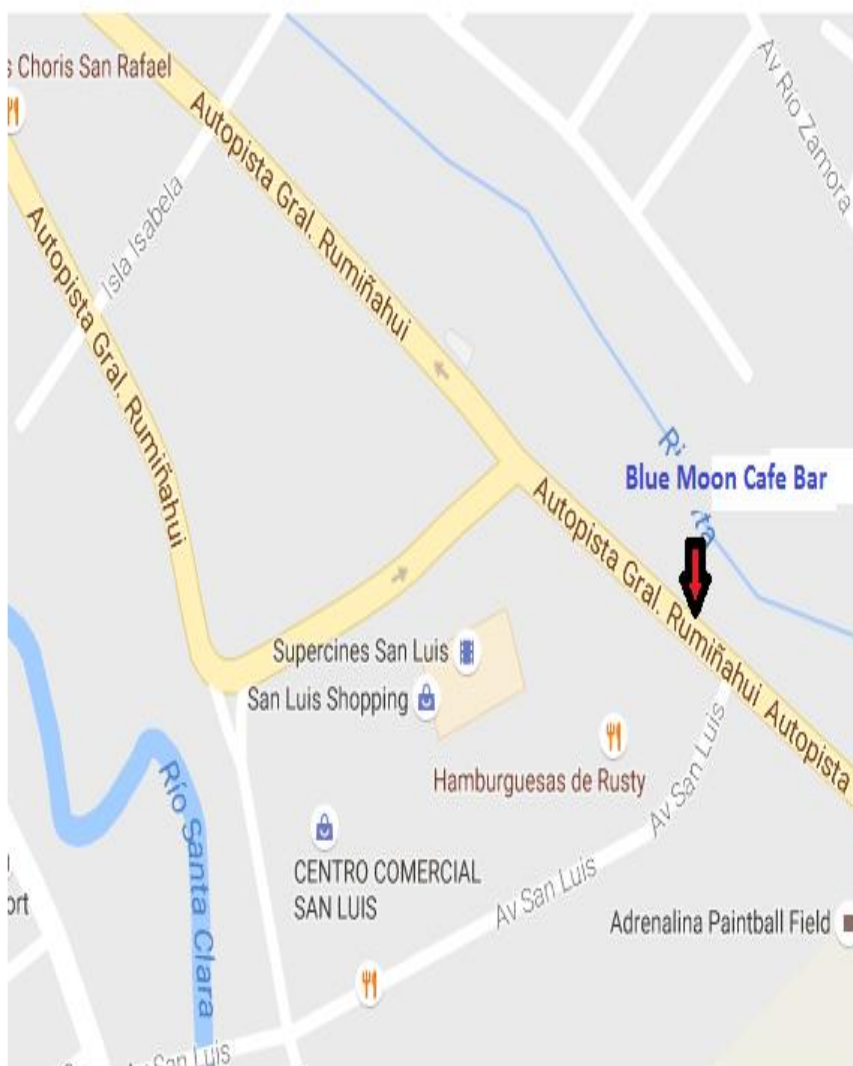


**Figura 22 Mapa Político del Cantón Rumiñahui**

**Fuente:** (promorumiñahui.blogspot.com)

#### 2.20.4 Plano de la Localidad

Se encuentra situado el Café Bar Blue Moon en la Av. General Rumiñahui e Isla Pinta, frente al Centro Comercial San Luis Shopping.

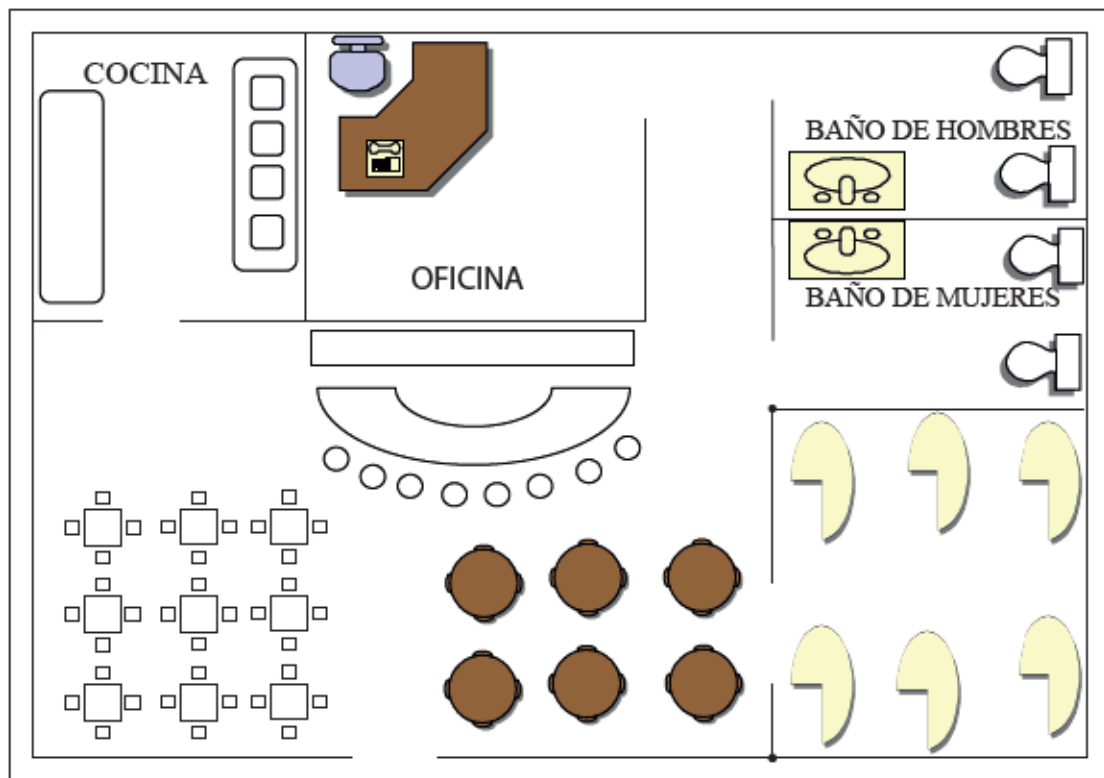


**Figura 23 Plano de la Localidad**

**Fuente:** (google)

## 2.21 SUMINISTROS E INSUMOS

### 2.21.1 Diseño del Café Bar



**Figura 24 Distribución de las Áreas del Café Bar**

- Como podemos ver en el diseño el Café Bar tiene 3 secciones, la sección uno la de entrada que es la más grande y posee 10 mesas de madera cuadradas con cuatro sillas cada una, tiene una iluminación led más en tonalidades amarillas bajas, con luces led azules a su alrededor, esta zona es la más clara del lugar y se encuentra dividida con plantas grandes iluminadas con luces led verdes.
- La segunda sección es donde se encuentran 8 mesas redondas igualmente de madera con cuatro sillas cada una, esta zona se encuentra frente a la barra del bar, las luces led en su mayoría están en color azul, con pocas luces amarillas bajas y decorada con plantas grandes con luz led verde.
- La tercera es la sala privada que se encuentra más adentro siendo esta el área más oscura, llena de luz led de color azul decorada con plantas igual estas con luz

led de color verde, contiene 6 sillones de madera con mesas redondas grandes y acolchados con forma de media luna y manteniendo su privacidad entre una mesa y otra.

- Cabe recalcar que la barra del bar que está ubicado en la sección dos es amplia y cuenta con 8 taburetes a su alrededor, la barra es de madera decorada con luz amarilla led en su mayoría y azules en toda su estructura.
- En cuanto a la decoración del lugar también lleva lámparas de luz baja amarilla, todas las mesas llevan velas decorativas y cada planta tiene su luz led verde que ilumina desde el fondo de esta.
- Más adentro de la sección tres pasando el corredor se encuentran los baños el uno corresponde a las mujeres con dos inodoros y el otro a los hombres con dos inodoros y dos urinarios con sus respectivos espejos y lavamanos.
- Unos pasos más está la oficina del establecimiento con un sillón y sillas su escritorio y otros accesorios.
- Atrás de la barra del bar por el otro extremo del lugar, se encuentra la cocina para facilidad de pasar las cosas.
- La caja se encuentra ubicada a un costado de la sección uno en un mostrador pequeño pero elegante, como se dijo anteriormente el local tiene 500 metros, es amplio posee un patio lleno de plantas y un seguro parqueadero.

## **2.22 Implementación de Capital de Inversión**

Entre las necesidades de importancia para la realización de este proyecto encontramos:

*Financiamiento:* Proviene de recursos propios en un 60% de parte del socio principal y un 40% de parte segundo socio, se tomó esta decisión ya que actualmente los bancos prefieren realizar prestaciones a los negocios ya establecidos de por lo menos un año de funcionamiento; por lo tanto no se encuentran prestando montos elevados para la iniciación de un negocio y cuando lo realizan con un monto máximo de \$3000,00, pero habiendo tenido un buen movimiento de cuenta por lo menos de casi dos años, además de tener un sueldo estable y rentable en ingresos.

Razón por la cual se tomó la decisión de realizar el proyecto en efectivo,

consiguiendo buenos descuentos y premios que benefician al proyecto. Para la iniciación del Café Bar se requiere una disponibilidad de financiamiento de \$48.492,33, la que incluye la inversión de capital de trabajo necesaria como corresponden a los activos fijos, activos diferidos, equipo, maquinaria, decoraciones.

### **2.22.1 Combinación de Muebles y Equipos**

*Mobiliario:* Es una inversión para el proyecto y su imagen, obteniendo beneficio de los mejores proveedores, que corresponden a estos toda la mueblería del local.

*Equipos:* Son todos aquellos gastos para poner en marcha el proyecto, buscando los proveedores que tengan buena calidad y beneficien a este, tales como son todas los electrodomésticos, equipos de oficina y computación.

*Menaje:* La materia prima son los rubros requeridos para instalar por completo al Café Bar. Como los utensilios y enseres de cocina, herramientas e implementos del bar necesarios.

*Productos elaborados:* Son necesarios para ofrecer al cliente, por ello se trabaja con los mejores proveedores de productos elaborados y productos de uso diario tales como: frutas, cafés, preparados, cremas, mieles, helados, yogurt, aguas aromáticas, variedad de té, para los aderezos varias especias, para los sánduches pan embutidos todos, vegetales y especias, para la repostería se adquirirá los pasteles de sal y dulce, postres y empanadas ya preparadas además se elaborará los productos típicos del Ecuador tales como bolones y empanadas de verde, empanadas de morocho, de viento, tigrillos y más.

*Proceso de producción:* En el proyecto del Café Bar se utiliza una técnica para la obtención de productos o servicios, en la cual se obtiene tanto mano de obra como de materia prima, pero primordialmente de maquinaria para procesos de producción; para este proyecto se consideró adquirir materias primas, también de elaboración de productos y prestación de servicios.

*Recurso humano:* Para operar el proyecto se requiere de mano de obra, siendo de vital importancia para la imagen de la empresa, contratar un personal idóneo, con carisma, eficiente y eficaz, que les guste realizar su trabajo; el personal requerido será tanto administrativo y de servicio, obteniendo sus remuneraciones de ley.

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Según Baca, Urbina, Gabriel 2008, al existir un mercado potencial se debe llevar a cabo esta empresa, este análisis determina el monto económico para la realización del proyecto. Esta última etapa sirve para determinar la viabilidad financiera del proyecto, anteriormente ya se realizaron las investigaciones del caso para continuar o no con el Café Bar “Blue Moon”.

#### 3.1 Ingresos

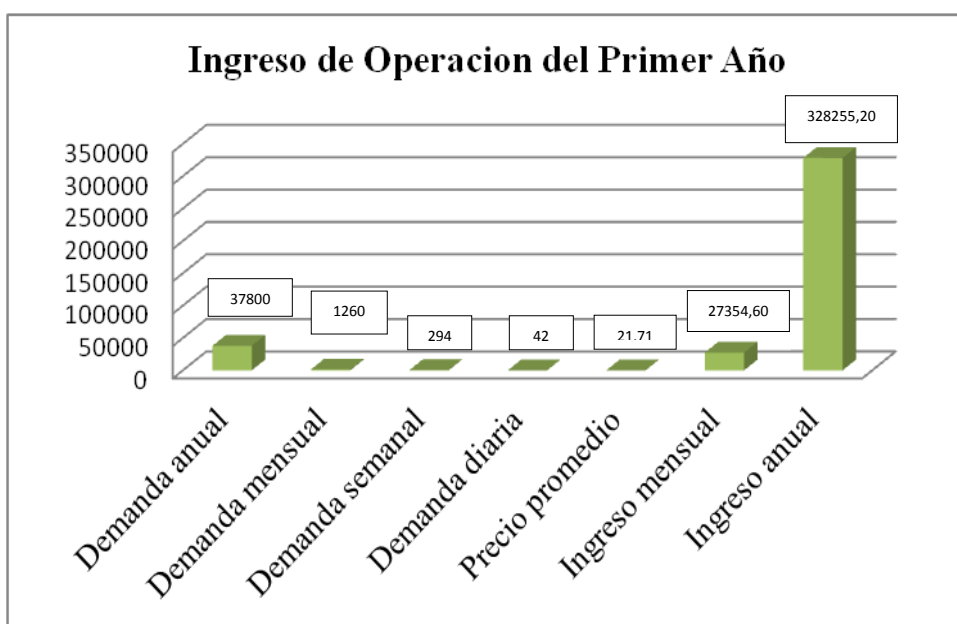
Los ingresos de un proyecto provienen de la venta de los productos o servicios que benefician a la empresa maximizando las utilidades para el Café Bar y beneficiando al empresario. Considerando que es un nuevo negocio a instalarse no se dispone de datos históricos, por lo que se proyectan a partir de los resultados obtenidos en la presente investigación; de acuerdo a esta investigación de campo se aplicó a 97 personas de la población económicamente activa se tomó el segmento de mercado de interés para el Café Bar “Blue Moon”.

**Tabla 14**

#### **Ingresos del año Inicial**

| INGRESOS DE OPERACIÓN DEL<br>PRIMER AÑO |    |            |
|---|----|------------|
| Demanda anual                           |    | 37800      |
| Demanda mensual                         |    | 1260       |
| Demanda semanal                         |    | 294        |
| Demanda diaria                          |    | 42         |
| Precio promedio                         | \$ | 21,71      |
| Ingreso mensual                         | \$ | 27.354,60  |
| Ingreso anual                           | \$ | 328.255,20 |

Por lo tanto a través del precio del producto y por las cantidades vendidas se obtiene los ingresos totales del proyecto. Se determina de acuerdo a la demanda el ingreso mensual que obtendrá el Café Bar mediante el precio promedio que se obtuvo en base a las encuestas; posteriormente se proyecta cada año con un porcentaje del 5% para cada año.



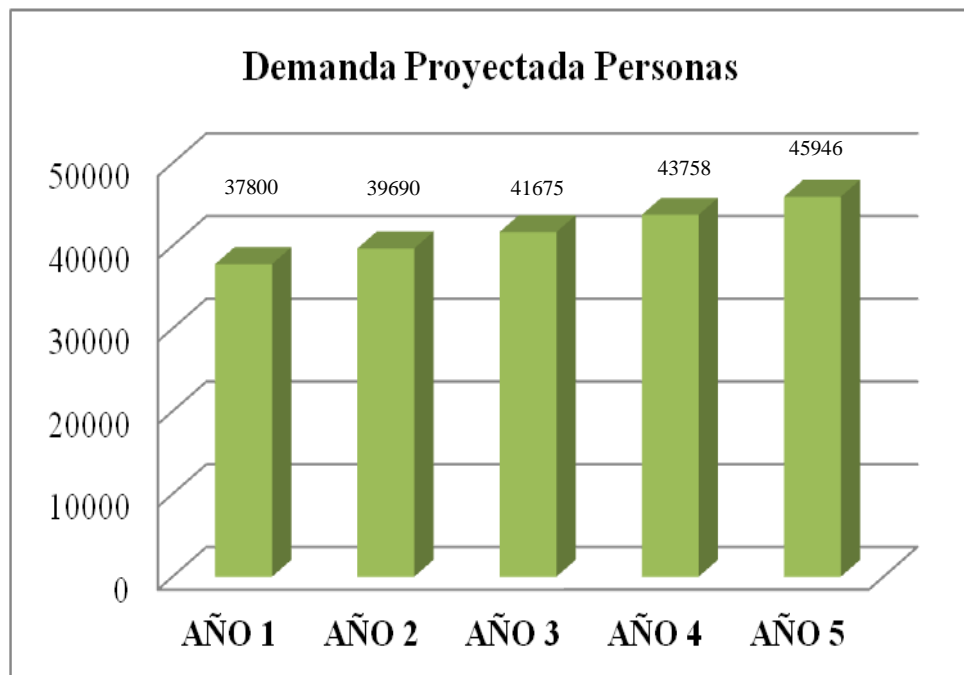
**Figura 25 Ingresos de Operación del Primer Año**

**Tabla 15**

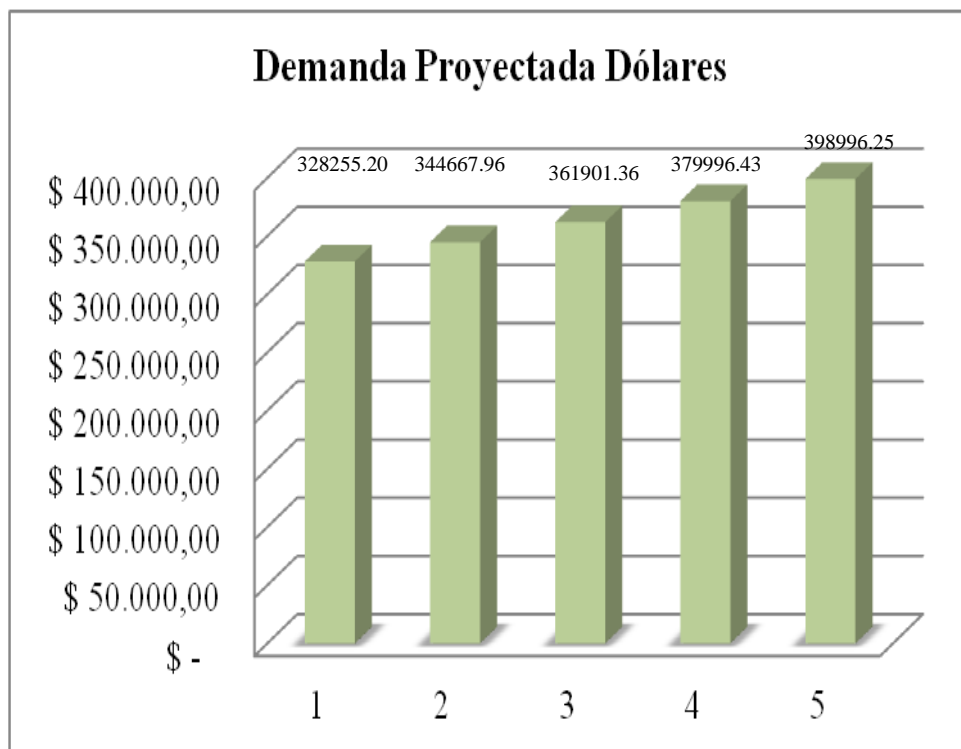
**Ingresos proyectados a 5 años**

|                    | Año 1         | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Demanda Proyectada | 37800         | 39690         | 41675         | 43758         | 45946         |
| Ingresos           | \$ 328.255,20 | \$ 344.667,96 | \$ 361.901,36 | \$ 379.996,43 | \$ 398.996,25 |

Se puede ver que en la proyección por año se encuentra tanto de personas como en dólares.



**Figura 26 Demanda Proyectada Personas**



**Figura 27 Demanda Proyectada Dólares**



### 3.1.1 Demanda

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

**Fuente:** (Baca Urbina, 2008)

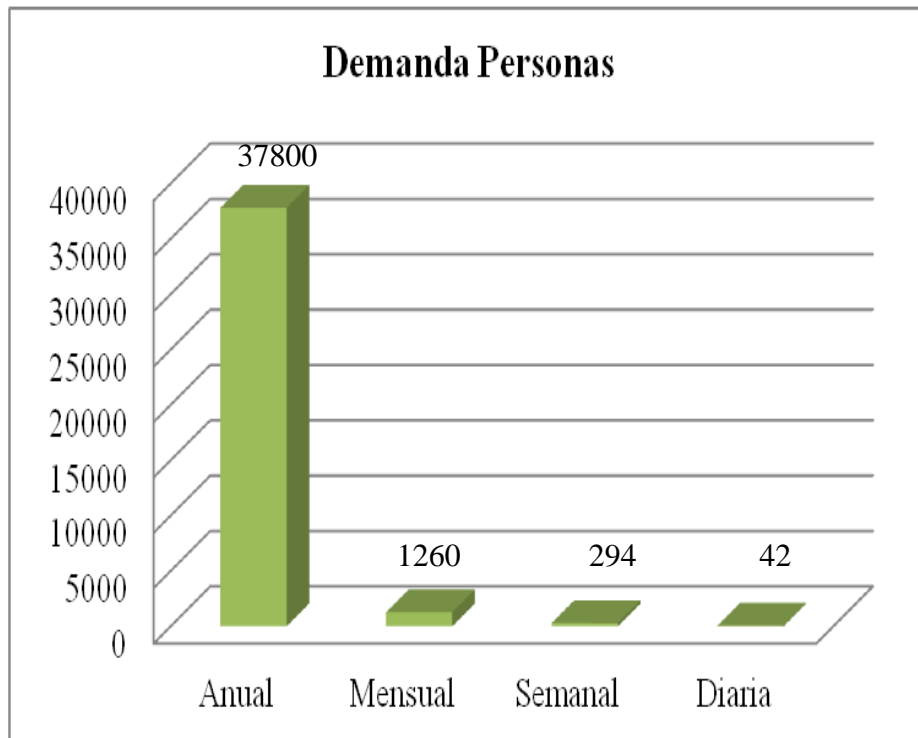
La demanda corresponde al precio que se asigna a los productos o servicios de gustos del consumidor, si se requiere obtener una creciente demanda debe haber disminución de precios. De acuerdo al análisis la demanda anual que corresponde a 37.800 personas, demanda mensual 1.260 personas, demanda semanal 294 personas y demanda diaria 42 personas; resultados que obtuvieron mediante la encuesta realizada, una vez analizados estos resultados de acuerdo a lo expresado por uno de los mejores economistas Michael Porter se debe agregar un incremento del 5% por año, a partir del segundo año; esta forma es de gran importancia para proyectar a la empresa los primeros 5 años.

**Tabla 16**

#### Demanda

| DEMANDA |       |
|---------|-------|
| Anual   | 37800 |
| Mensual | 1260  |
| Semanal | 294   |
| Diaria  | 42    |

Los precios que el Café Bar “Blue Moon”, no son excesivos, esta es la razón por la cual la demanda es positiva. Datos que fueron obtenidos mediante las encuestas realizadas a 97 personas.



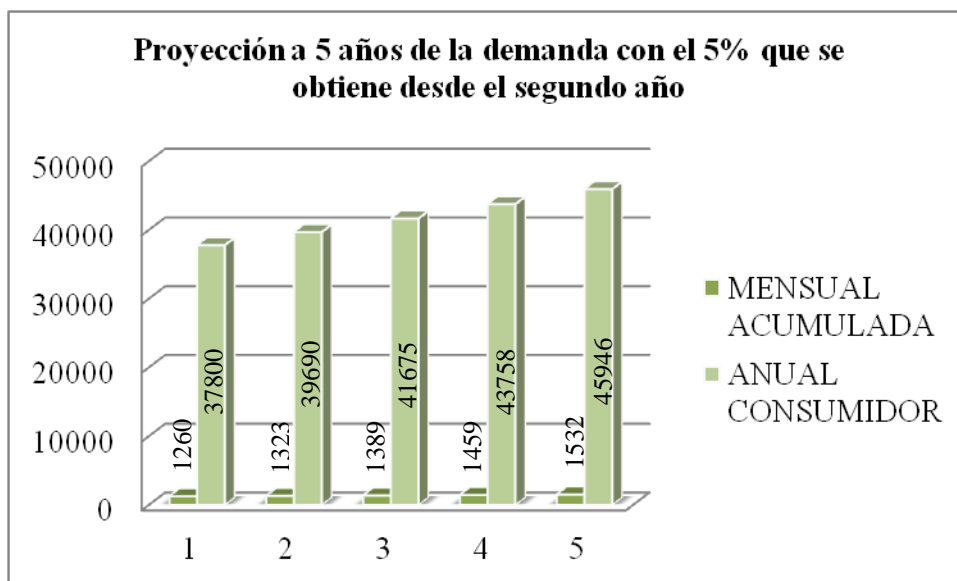
**Figura 28 Demanda de Clientes**

**Tabla 17**

**Proyección a 5 años de la Demanda con el 5%**

| PROYECCION A 5 AÑOS CON EL 5% |           |                  |
|-------------------------------|-----------|------------------|
| Años                          | Mensual   |                  |
|                               | Acumulada | Anual Consumidor |
| 1                             | 1260      | 37800            |
| 2                             | 1323      | 39690            |
| 3                             | 1389      | 41675            |
| 4                             | 1459      | 43758            |
| 5                             | 1532      | 45946            |

Esta proyección del primero al quinto año se puede observar tanto la mensual acumulada como la anual, se proyecta pero con el 5% que se obtiene desde el segundo año.



**Figura 29 Proyección a 5 años de la demanda con el 5%**

### 3.1.2 Precio

Para conocer el valor promedio que el cliente consumirá en el Café Bar “Blue Moon”; este dato se obtuvo mediante las encuestas realizadas, arrojando un valor promedio de \$21.71.

### 3.2 Costos

Según Baca Urbina G, 2008, el costo es un desembolso en efectivo o llamada inversión, es la salida del dinero recuperable para la empresa, corresponden a la materia prima, mano de obra y gastos de fabricación; en realidad son todos los insumos que requiero para iniciar la producción.

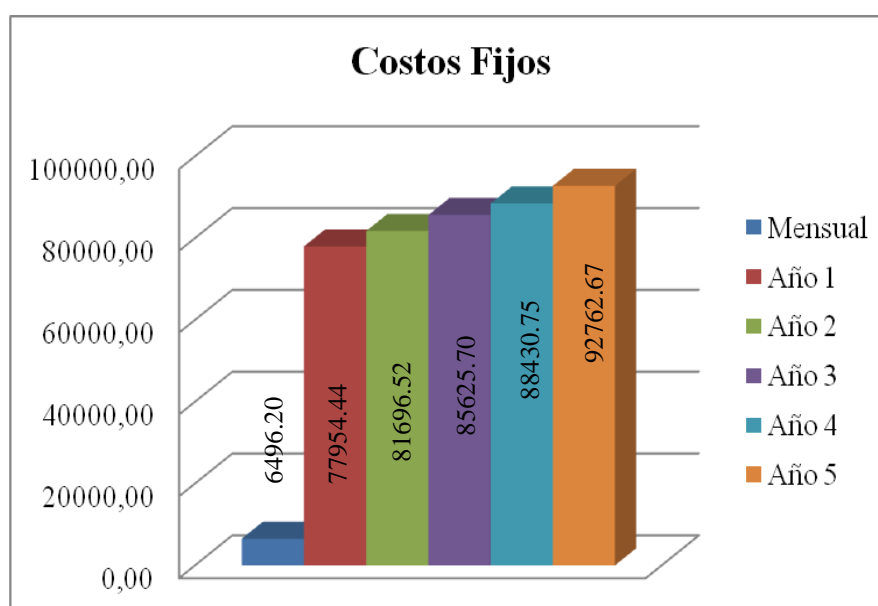
#### 3.2.1 Costos Fijos

Estos valores son los que permanecen fijos sin variación, pese a que existan leves cambios, se realizó una tabla con el costo fijo del primer año con una proyección hasta el quinto año, y con un 5% de incremento aplicado desde el segundo año.

**Tabla 18****Costos Fijos**

| COSTOS FIJOS                 |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Costos Fijos                 | Mensual            | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              |
| Gastos de sueldos y salarios | \$ 3.350,90        | \$40.210,84        | \$42.221,38        | \$44.332,45        | \$46.549,07        | \$48.876,52        |
| Gastos de alquiler           | \$ 2.000,00        | \$24.000,00        | \$25.200,00        | \$26.460,00        | \$27.783,00        | \$29.172,15        |
| Artículos de limpieza        | \$ 155,00          | \$ 1.860,00        | \$ 1.953,00        | \$ 2.050,65        | \$ 2.153,18        | \$ 2.260,84        |
| Materiales de oficina        | \$ 280,89          | \$ 3.370,68        | \$ 3.539,21        | \$ 3.716,17        | \$ 3.901,98        | \$ 4.097,08        |
| Servicios Básicos            | \$ 450,00          | \$ 5.400,00        | \$ 5.670,00        | \$ 5.953,50        | \$ 6.251,18        | \$ 6.563,73        |
| Depreciación                 | \$ 259,41          | \$ 3.112,92        | \$ 3.112,92        | \$ 3.112,92        | \$ 1.792,34        | \$ 1.792,34        |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>\$ 6.496,20</b> | <b>\$77.954,44</b> | <b>\$81.696,52</b> | <b>\$85.625,70</b> | <b>\$88.430,75</b> | <b>\$92.762,67</b> |

Estos son costos que la empresa debe desembolsar mensualmente, y que claramente se observa que su costo es elevado, también se visualiza lo que cuesta por año; el Café Bar debe incurrir en estos costos fijos obligatoriamente.

**Figura 30 Costos Fijos**

### 3.2.2 Costos Variables

Estos costos son variables debido al volumen de producción que se manejan o que incurra la empresa sea de bienes o servicios, si el nivel de actividad aumenta estos costos también aumentan pero si decrecen estos decrecen también. A la materia prima se le conoce como costos variables pertenecientes a todos los productos que vende el Café Bar “Blue Moon” y con una proyección hasta el quinto año, pero con un incremento del 5% por aquellos imprevistos que puedan darse en el transcurso.

**Tabla 19**  
**Costos Variables**

| COSTOS VARIABLES |              |               |
|------------------|--------------|---------------|
| DETALLE          | MENSUAL      | ANUAL         |
| Materia prima    | \$ 10.936,80 | \$131.241,60  |
| Imprevistos 5%   | \$ 546,84    | \$ 6.562,08   |
| <b>TOTAL</b>     | \$ 11.483,64 | \$ 137.803,68 |

Esta tabla es calculada en base a los resultados de los costos variables, y que al proyectarse al año quinto se incrementa un 5% más por año.

**Tabla 20**  
**Costos variables con proyección a 5 años**

| COSTOS VARIABLES CON PROYECCIÓN A 5 AÑOS |               |              |              |              |              |
|--|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Detalle                                  | Año 1         | Año 2        | Año 3        | Año 4        | Año 5        |
| Materia prima                            | \$ 131.241,60 | \$137.803,68 | \$144.693,86 | \$151.928,56 | \$159.524,99 |
| Imprevistos                              | \$ 6.562,08   | \$ 6.890,18  | \$ 7.234,69  | \$ 7.596,43  | \$ 7.976,25  |
| <b>TOTAL</b>                             | \$ 137.803,68 | \$144.693,86 | \$151.928,56 | \$159.524,99 | \$167.501,23 |

Como podemos observar para dar inicio al funcionamiento del Café Bar “Blue Moon” se requiere un costo de materia prima para el año primero de \$131.241,60 y por los imprevistos que pueden ocurrir se añade un 5% a este valor; se considera este porcentaje de imprevistos porque en este tipo de negocios suelen ocurrir frecuentemente.

### 3.3 Activos Fijos

Se invierte en activos fijos, que comprenden todos los bienes tangibles, realizados para entregar el servicio, por este motivo se ha desarrollado todos los activos requeridos para la imagen que necesita el Café Bar “Blue Moon”.

**Tabla 21**

#### Implementación de Muebles

| CANT.        | DESCRIPCIÓN                              | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL         |
|--------------|--|----------------|---------------------|
| 1            | Diseño de la barra                       | \$ 2.000,00    | \$ 2.000,00         |
| 18           | Mesas pequeñas de 4 sillas de laurel     | \$ 350,00      | \$ 6.300,00         |
| 6            | Sillones Media luna con mesa y acolchado | \$ 450,00      | \$ 2.700,00         |
| 1            | Estantería de acero inoxidable           | \$ 638,40      | \$ 638,40           |
| 1            | Mesa de acero inoxidable                 | \$ 285,00      | \$ 285,00           |
| <b>TOTAL</b> |  |                | <b>\$ 11.923,40</b> |

En cuanto a la inversión de implementación de equipo el valor es un poco alto, pero necesario para poder brindar una excelente adecuación para dar inicio al Café Bar “Blue Moon”. Se buscaron las mejores opciones para adquirir el mobiliario con el fin de mostrar elegancia al local, para el efecto a continuación el detalle de precios en base a cotizaciones del mercado.

**Tabla 22****Implementación de Equipo de Cocina**

| CANT.        | DESCRIPCION                                | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL        |
|--------------|--|----------------|--------------------|
| 1            | Refrigeradora Indurama                     | \$ 1762,45     | \$ 1.762,45        |
| 1            | Enfriadora Durex                           | \$ 2000        | \$ 2.000,00        |
| 1            | Cocina Durex                               | \$ 615,6       | \$ 615,60          |
| 1            | Máquina para hacer capuchinos y cafés      | \$ 1500        | \$ 1.500,00        |
| 1            | Microondas Electrolux                      | \$ 251,15      | \$ 251,15          |
| 1            | Batidora para malteadas Hamilton Beach 709 | \$ 89,99       | \$ 89,99           |
| 1            | Batidora Oster                             | \$ 48,12       | \$ 48,12           |
| 2            | Licuaadores Oster                          | \$ 90          | \$ 180,00          |
| 1            | Sanduchera Oster                           | \$ 72,58       | \$ 72,58           |
| 1            | Tostador Oster                             | \$ 45          | \$ 45,00           |
| 1            | Exprimidor de naranja                      | \$ 49          | \$ 49,00           |
| 2            | Tanques de gas                             | \$ 50          | \$ 100,00          |
| <b>TOTAL</b> |  |                | <b>\$ 6.713,89</b> |

Para poder dar un excelente servicio de alimentos y bebidas es vital tener todos estos equipos de cocina, que pese a que la inversión es alta ya pertenecen a los activos fijos del Café Bar “Blue Moon” y son totalmente indispensables con los cuales se obtiene facilidades para poder brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.

**Tabla 23****Implementación de Equipo de Oficina**

| CANT.        | DESCRIPCION         | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL        |
|--------------|---------------------|----------------|--------------------|
| 1            | Escritorio Pequeño  | \$ 400         | \$ 400,00          |
| 1            | Mostrador para caja | \$ 400         | \$ 400,00          |
| 1            | Silla Ejecutiva     | \$ 130         | \$ 130,00          |
| 1            | Sillón              | \$ 139         | \$ 139,00          |
| 4            | Sillas              | \$ 20          | \$ 80,00           |
| 1            | Estantería          | \$ 79          | \$ 79,00           |
| 1            | Cajonera            | \$ 49,9        | \$ 49,90           |
| <b>TOTAL</b> |                     |                | <b>\$ 1.277,90</b> |

El resto de inversión corresponde a los muebles que son necesarios de igual manera para dar un toque de seriedad y organización, pudiendo desde la oficina controlar el Café Bar realizando gestión y recibiendo a proveedores entre otros.

**Tabla 24**

**Implementación de Equipo de Computación**

| CANT.        | DESCRIPCION                    | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL        |
|--------------|--------------------------------|----------------|--------------------|
| 3            | Computadores                   | \$ 1670,83     | \$ 5.012,49        |
| 1            | Impresora                      | \$ 400         | \$ 400,00          |
| 1            | Teléfono Panasonic inalámbrico | \$ 40          | \$ 40,00           |
| <b>TOTAL</b> |                                |                | <b>\$ 5.452,49</b> |

Este equipo es primordial para poder laborar en el Café Bar, ya que son equipos de calidad y que cada persona indicada debe tener para control y manejo de “Blue Moon”.

**Tabla 25**

**Implementación de Equipo de Audio**

| CANT.        | DESCRIPCION          | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL      |
|--------------|----------------------|----------------|------------------|
| 1            | Parlante amplificado | \$ 300         | \$ 300,00        |
| 1            | Parlante Adicional   | \$ 190         | \$ 190,00        |
| <b>TOTAL</b> |                      |                | <b>\$ 490,00</b> |

Estos parlantes se decidieron comprar por la versatilidad que tienen para poner música, por diferentes medios, y su sonido es el ideal para la implementación del Café Bar “Blue Moon”.

### 3.3.1 Activos Diferidos

Según Baca Urbina G, 2008, son todos aquellos activos diferidos o intangibles que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, ideal para su funcionamiento y obligatorios.



Estos trámites son de carácter legal y obligatorio para poder iniciar el funcionamiento de la empresa, considerando que los costos se referencian a precios reales del mercado.

**Tabla 26**

**Gastos de Constitución**

| DESCRIPCION               | VALOR            |
|---------------------------|------------------|
| Patente                   | \$ 133,40        |
| Permiso de funcionamiento | \$ 281,20        |
| <b>TOTAL</b>              | <b>\$ 414,60</b> |

En el Municipio del Cantón Rumiñahui son necesarios estos documentos para otorgar el permiso.

**Tabla 27**

**Gastos de Publicidad**

| DESCRIPCION        | VALOR              |
|--------------------|--------------------|
| Afiches y volantes | \$ 150,00          |
| Valla publicitaria | \$ 450,00          |
| Rótulo             | \$ 500,00          |
| <b>TOTAL</b>       | <b>\$ 1.100,00</b> |

Es un gasto para dar a conocer el nuevo Café Bar “Blue Moon” en el sector de ubicación, lugar, servicios y calidad.

**Tabla 28**  
**Activos Diferidos**

| DESCRIPCION               | VALOR              |
|---------------------------|--------------------|
| Gastos de constitución    | \$ 414,60          |
| Permiso de funcionamiento | \$ 1.100,00        |
| <b>TOTAL</b>              | <b>\$ 1.514,60</b> |

Este comprende el total de los activos diferidos requeridos que hay que gastar para iniciar con el funcionamiento del Café Bar “Blue Moon”.

### 3.4 Costos y Gastos Operativos

El costo es el desembolso de dinero o inversión para adquirir un bien necesario que será recuperable en el futuro, en cambio los gastos se refiere a todo lo que la empresa debe desembolsar, como egresos necesarios para la implementación del nuevo Café Bar; por tal razón se ha realizado un detalle de estos costos y gastos, mediante tablas que indican lo que el Café Bar “Blue Moon” requiere.

**Tabla 29**  
**Utensilios**

| CANT.        | DESCRIPCION                   | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL       |
|--------------|-------------------------------|----------------|-------------------|
| 24           | Copa Martini vidrio           | \$ 4,3         | \$ 103,20         |
| 24           | Copa Margarita vidrio         | \$ 4,3         | \$ 103,20         |
| 18           | Copa Gin tonic vidrio         | \$ 4,3         | \$ 77,40          |
| 18           | Copa Coupe vidrio             | \$ 6,02        | \$ 108,36         |
| 12           | Vaso rocks yarai              | \$ 11,6        | \$ 139,20         |
| 12           | Tiki isleño 350 ml            | \$ 7,3         | \$ 87,60          |
| 12           | Tiki mungu 350ml              | \$ 7,3         | \$ 87,60          |
| 12           | Tiki coco 16 onz              | \$ 9           | \$ 108,00         |
| 6            | Copa redonda gigante          | \$ 28,33       | \$ 169,98         |
| 12           | Vaso bastón vidrio            | \$ 2           | \$ 24,00          |
| 24           | Vaso vidrio                   | \$ 0,57        | \$ 13,68          |
| 12           | Copa helado                   | \$ 0,92        | \$ 11,04          |
| 1            | Pala para hielo               | \$ 6,33        | \$ 6,33           |
| 2            | Coctelera Deluxe              | \$ 10,66       | \$ 21,32          |
| 2            | Coctelera luces led a batería | \$ 11          | \$ 22,00          |
| 3            | Bar spoon cucharas            | \$ 3           | \$ 9,00           |
| 6            | Ginger y copas medidoras      | \$ 2           | \$ 12,00          |
| 4            | Dispensador de cerveza jirafa | \$ 165         | \$ 660,00         |
| 6            | Jarras de jugo                | \$ 7,64        | \$ 45,84          |
| 2            | Juegos de Ollas               | \$ 51,84       | \$ 103,68         |
| 1            | Set de cuchillos 7 piezas     | \$ 26,66       | \$ 26,66          |
| 24           | Platos grandes                | \$ 3,82        | \$ 91,68          |
| 24           | Platos pequeños               | \$ 2           | \$ 48,00          |
| 4            | Bandejas                      | \$ 2,05        | \$ 8,20           |
| 4            | Juegos de cubiertos           | \$ 23,15       | \$ 92,60          |
| 2            | Juegos de utensilios          | \$ 6,31        | \$ 12,62          |
| 2            | Tablas de picar               | \$ 3,5         | \$ 7,00           |
| 40           | Tazas de café                 | \$ 2,59        | \$ 103,60         |
| 4            | Cernidores                    | \$ 1,2         | \$ 4,80           |
| <b>TOTAL</b> |                               |                | <b>\$ .308,59</b> |

Los utensilios son bienes utilizados para servir los productos al cliente y para que el personal trabaje con mayor facilidad y brevedad.

**Tabla 30**  
**Accesorios**

| CANT.        | DESCRIPCION                       | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|-----------------------------------|----------------|-------------|
| 15           | Plantas decorativas               | \$ 8           | \$ 120,00   |
| 24           | Lámparas decorativas luz amarilla | \$ 8,09        | \$ 194,16   |
| 1            | Botiquín                          | \$ 10          | \$ 10,00    |
| 1            | Extintor de incendios             | \$ 56          | \$ 56,00    |
| 180          | Luces led cada metro              | \$ 5           | \$ 900,00   |
| 50           | Cartillas de menús grande         | \$ 3,9         | \$ 195,00   |
| <b>TOTAL</b> |                                   |                | \$ 1.475,16 |

Los accesorios son en su mayoría para decorar el Café Bar “Blue Moon” son el toque ideal para dar elegancia al local.

**Tabla 31**  
**Uniformes**

| CANT.        | DESCRIPCION        | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------|--------------------|----------------|-------------|
| 4            | Chalecos           | \$ 18,99       | \$ 75,96    |
| 2            | Chaquetas de chef  | \$ 29,9        | \$ 59,80    |
| 4            | Delantales cintura | \$ 7,99        | \$ 31,96    |
| 4            | Camisas            | \$ 14,99       | \$ 59,96    |
| 6            | Gorros y pañuelos  | \$ 6,99        | \$ 41,94    |
| <b>TOTAL</b> |                    |                | \$ 269,62   |

Los uniformes fueron elaborados muy elegantes, acorde al status del “Blue Moon” Café Bar, puesto que se pretende realizar una clara distinción en el servicio que estamos brindando; al realizar los uniformes fueron pensados primeramente en la imagen para el establecimiento, en segundo lugar para que el personal que labora en “Blue Moon”, pueda realizar cómodamente sus labores, se ha comprobado que la incomodidad del uniforme al laborar, retrasa el servicio del empleado.

**Tabla 32**  
**Servicios Básicos**

| CANT.                | DESCRIPCION   | VALOR | TOTAL    |
|----------------------|---------------|-------|----------|
| 1                    | Agua          | \$    | 45,00    |
| 1                    | Luz eléctrica | \$    | 180,00   |
| 1                    | Teléfono      | \$    | 100,00   |
| 1                    | Internet      | \$    | 45,00    |
| 1                    | Tv Cable      | \$    | 80,00    |
| <b>TOTAL MENSUAL</b> |               | \$    | 450,00   |
| <b>TOTAL ANUAL</b>   |               | \$    | 5.400,00 |

Estos servicios básicos son indispensables para la empresa, con el fin de brindar un servicio de calidad como parte de este proceso. No sería adecuado que el Café Bar, no tenga estos servicios por cualquiera que sea el motivo, por supuesto son totalmente necesarios para logran un buen funcionamiento del establecimiento, o para la imagen del mismo.

Parte del servicio es el TV cable e internet, se debe a que en la actualidad es el medio más fácil de comunicación, la razón es que son medios que facilitan el funcionamiento del establecimiento, el internet sirve para conectase con el mundo exterior en videos música y más para que el cliente que se encuentre en el local pueda visualizar y escuchar tan importantes sonidos; pero facilita las actividades de comunicación de manera inmediata en cuestión de negocios, para contactarse con proveedores y otros pero también mantener continuamente la publicidad del Café Bar “Blue Moon”.

El TV cable es otro medio donde se pueden encontrar una variedad de imágenes, películas, música, deportes, videos que son de interés para nuestra clientela, los otros servicios totalmente necesarios optimizar tiempos en el trabajo.

**Tabla 33**  
**Salarios y Beneficios**

| N°           | CARGO                | SALARIO BÁSICO | SALARIO MENSUAL | TOTAL ANUAL | DECIMO TERCERO | DECIMO CUARTO | VACACIONES  |
|--------------|----------------------|----------------|-----------------|-------------|----------------|---------------|-------------|
| 1            | Gerente              | \$ 500,00      | \$ 452,75       | \$ 5.433,00 | \$ 500,00      | \$ 340,00     | \$ 250,00   |
| 1            | Jefe de Personal     | \$ 450,00      | \$ 407,48       | \$ 4.889,70 | \$ 450,00      | \$ 340,00     | \$ 225,00   |
| 1            | Contador Ocasional   | \$ 140,00      | \$ 140,00       | \$ 1.680,00 | \$ -           | \$ -          | \$ -        |
| 1            | Cajera               | \$ 366,00      | \$ 331,41       | \$ 3.976,96 | \$ 366,00      | \$ 340,00     | \$ 183,00   |
| 1            | Bartman              | \$ 366,00      | \$ 331,41       | \$ 3.976,96 | \$ 366,00      | \$ 340,00     | \$ 183,00   |
| 1            | Cocinero 1           | \$ 366,00      | \$ 331,41       | \$ 3.976,96 | \$ 366,00      | \$ 340,00     | \$ 183,00   |
| 1            | Cocinero 2           | \$ 366,00      | \$ 331,41       | \$ 3.976,96 | \$ 366,00      | \$ 340,00     | \$ 183,00   |
| 1            | Mesero 1             | \$ 366,00      | \$ 331,41       | \$ 3.976,96 | \$ 366,00      | \$ 340,00     | \$ 183,00   |
| 1            | Mesero 2             | \$ 366,00      | \$ 331,41       | \$ 3.976,96 | \$ 366,00      | \$ 340,00     | \$ 183,00   |
| 1            | Guardia de seguridad | \$ 400,00      | \$ 362,20       | \$ 4.346,40 | \$ 400,00      | \$ 340,00     | \$ 200,00   |
| <b>TOTAL</b> |                      | \$ 3.686,00    | \$ 3.350,90     | \$40.210,84 | \$ 3.546,00    | \$ 3.060,00   | \$ 1.773,00 |

Esta es la primera parte de la tabla correspondiente a salarios y beneficios, los salarios que se cancelarán al personal son los que en la ley se encuentran vigentes, por lo tanto se actuará en base a lo que impone el Ministerio Laboral. En cuanto al contador como es una nueva empresa, este será contratado ocasionalmente para revisar los pagos a proveedores, impuestos sueldos, salarios y documentos que se encuentren en orden, esto lo hacen unas empresas que realizan estos servicios a otras empresas que no necesitan de un contador fijo.

Tabla 34

## Aportes Salariales y Beneficios

| N°           | CARGO                | APORTE<br>IESS<br>9,45% | APORTE<br>IESS<br>11,15% | APORTACIÓN<br>ANUAL<br>EMPLEADO | APORTACION<br>ANUAL<br>PATRONO | TOTAL<br>ANUAL | FONDOS<br>DE<br>RESERVA |
|--------------|----------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------------|----------------|-------------------------|
| 1            | Gerente              | \$ 47,25                | \$ 57,50                 | \$ 567,00                       | \$ 690,00                      | \$ 7.780,00    | \$ 109,94               |
| 1            | Jefe de Personal     | \$ 42,53                | \$ 51,75                 | \$ 510,30                       | \$ 621,00                      | \$ 7.036,00    | \$ 98,95                |
| 1            | Contador Ocasional   | \$ -                    | \$ -                     | \$ -                            | \$ -                           | \$ 1.680,00    | \$ -                    |
| 1            | Cajera               | \$ 34,59                | \$ 42,09                 | \$ 415,04                       | \$ 505,08                      | \$ 5.786,08    | \$ 80,48                |
| 1            | Bartman              | \$ 34,59                | \$ 42,09                 | \$ 415,04                       | \$ 505,08                      | \$ 5.786,08    | \$ 80,48                |
| 1            | Cocinero 1           | \$ 34,59                | \$ 42,09                 | \$ 415,04                       | \$ 505,08                      | \$ 5.786,08    | \$ 80,48                |
| 1            | Cocinero 2           | \$ 34,59                | \$ 42,09                 | \$ 415,04                       | \$ 505,08                      | \$ 5.786,08    | \$ 80,48                |
| 1            | Mesero 1             | \$ 34,59                | \$ 42,09                 | \$ 415,04                       | \$ 505,08                      | \$ 5.786,08    | \$ 80,48                |
| 1            | Mesero 2             | \$ 34,59                | \$ 42,09                 | \$ 415,04                       | \$ 505,08                      | \$ 5.786,08    | \$ 80,48                |
| 1            | Guardia de seguridad | \$ 37,80                | \$ 46,00                 | \$ 453,60                       | \$ 552,00                      | \$ 6.292,00    | \$ 87,95                |
| <b>TOTAL</b> |                      | \$ 335,10               | \$ 407,79                | \$ 4.021,16                     | \$ 4.893,48                    | \$57.504,48    | \$ 779,72               |

Este es el segundo cuadro de los aportes salariales y de beneficios se plantea en función de la normativa del Ministerio laboral a fin de cumplir obligaciones económicas con el *estado* referente al personal que laborará en el Café Bar “Blue Moon”.

**Tabla 35****Proyección de Sueldos y Salarios**

| No           | CARGO                | AÑO 1       | AÑO 2       | AÑO 3       | AÑO 4       | AÑO 5       |
|--------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1            | Gerente              | \$ 7.780,00 | \$ 8.278,94 | \$ 8.692,89 | \$ 9.127,54 | \$ 9.583,91 |
| 2            | Jefe de Personal     | \$ 7.036,00 | \$ 7.486,75 | \$ 7.861,09 | \$ 8.254,14 | \$ 8.666,85 |
| 3            | Contador Ocasional   | \$ 1.680,00 | \$ 1.764,00 | \$ 1.852,20 | \$ 1.944,81 | \$ 2.042,05 |
| 4            | Cajera               | \$ 5.786,08 | \$ 6.155,86 | \$ 6.463,66 | \$ 6.786,84 | \$ 7.126,18 |
| 5            | Bartman              | \$ 5.786,08 | \$ 6.155,86 | \$ 6.463,66 | \$ 6.786,84 | \$ 7.126,18 |
| 6            | Cocinero 1           | \$ 5.786,08 | \$ 6.155,86 | \$ 6.463,66 | \$ 6.786,84 | \$ 7.126,18 |
| 7            | cocinero 2           | \$ 5.786,08 | \$ 6.155,86 | \$ 6.463,66 | \$ 6.786,84 | \$ 7.126,18 |
| 8            | Mesero 1             | \$ 5.786,08 | \$ 6.155,86 | \$ 6.463,66 | \$ 6.786,84 | \$ 7.126,18 |
| 9            | Mesero 2             | \$ 5.786,08 | \$ 6.155,86 | \$ 6.463,66 | \$ 6.786,84 | \$ 7.126,18 |
| 10           | Guardia de seguridad | \$ 6.292,00 | \$ 6.694,55 | \$ 7.029,28 | \$ 7.380,75 | \$ 7.749,78 |
| <b>TOTAL</b> |                      | \$57.504,48 | \$61.159,42 | \$64.217,39 | \$67.428,26 | \$70.799,68 |

De esta manera podemos proyectar con los sueldos y salarios a cinco años con un incremento del 5% por año, a partir del segundo año.



**Tabla 36****Materiales para Oficina**

| CANT.              | DESCRIPCION               | VALOR<br>UNITARIO | VALOR<br>TOTAL |
|--------------------|---------------------------|-------------------|----------------|
| 13                 | Factureros continuos      | \$ 14             | \$ 182,00      |
| 1                  | Caja de papel bond        | \$ 25             | \$ 25,00       |
| 1                  | Cartucho Tinta            | \$ 35             | \$ 35,00       |
| 4                  | Archivadores Bene grandes | \$ 3,66           | \$ 14,64       |
| 1                  | Caja de esferográfico     | \$ 4              | \$ 4,00        |
| 1                  | Perforadora               | \$ 9,47           | \$ 9,47        |
| 1                  | Grapadora                 | \$ 8,4            | \$ 8,40        |
| 1                  | Caja de Grapas            | \$ 1,37           | \$ 1,37        |
| 1                  | Saca grapas               | \$ 1,01           | \$ 1,01        |
| <b>TOTAL</b>       |                           |                   | \$ 280,89      |
| <b>TOTAL ANUAL</b> |                           |                   | \$ 2.968,44    |

Estos materiales son utilizables tanto para la oficina como para el área de caja, por supuesto que son de uso diario necesario para sus labores.

**Tabla 37****Artículos de Limpieza**

| CANT.              | DESCRIPCION               | VALOR<br>UNITARIO | VALOR<br>TOTAL |
|--------------------|---------------------------|-------------------|----------------|
| 1                  | Desinfectante galón       | \$ 3              | \$ 3,00        |
| 4                  | Lavaplatos líquido        | \$ 2              | \$ 8,00        |
| 3                  | Esponjilla estrella       | \$ 0,6            | \$ 1,80        |
| 2                  | Limpiavidrios             | \$ 2,5            | \$ 5,00        |
| 2                  | Tachos de basura grandes  | \$ 14             | \$ 28,00       |
| 8                  | Tachos de basura pequeños | \$ 10             | \$ 80,00       |
| 2                  | Ambientales               | \$ 4              | \$ 8,00        |
| 2                  | Fundas de basura          | \$ 7              | \$ 14,00       |
| 2                  | Guantes de caucho         | \$ 1,8            | \$ 3,60        |
| 1                  | Caja de guantes           | \$ 3,6            | \$ 3,60        |
| <b>TOTAL</b>       |                           |                   | \$ 155,00      |
| <b>TOTAL ANUAL</b> |                           |                   | \$ 564,00      |

Estos artículos de limpieza son de uso diario para mantener limpio el local, presentando una imagen de seguridad y limpieza hacia el cliente.

**Tabla 38****Gasto de Arriendo**

| DESCRIPCION        | VALOR<br>MENSUAL | VALOR<br>TOTAL | VALOR<br>ANUAL |
|--------------------|------------------|----------------|----------------|
| Arriendo del Local | \$ 2.000,00      | \$2.000,00     | \$ 24.000,00   |
| Garantía del Local |                  | \$4.000,00     |                |
| <b>TOTAL</b>       | \$ 2.000,00      | \$6.000,00     | \$ 24.000,00   |

Para brindar un servicio de calidad y con las áreas ya establecidas para el Café Bar “Blue Moon” es necesario un local que tenga espacio, tomando en consideración que el sector de San Rafael al ser un lugar central y de categoría, llegando a tener un costo más elevado en cuanto a arriendos se trata.


**Tabla 39**

**Materia Prima y Capital de Trabajo Cafetería**


| PRODUCTO                        | COSTO<br>ELBORACIÓN | UTILIDAD<br>250% | IVA     | PVP     |
|---------------------------------|---------------------|------------------|---------|---------|
| Bolón                           | \$ 0,50             | \$ 1,25          | \$ 0,18 | \$ 1,43 |
| Humitas                         | \$ 0,80             | \$ 2,00          | \$ 0,28 | \$ 2,28 |
| Quimbolitos                     | \$ 0,80             | \$ 2,00          | \$ 0,28 | \$ 2,28 |
| Tamal                           | \$ 0,80             | \$ 2,00          | \$ 0,28 | \$ 2,28 |
| Empanada de verde               | \$ 0,50             | \$ 1,25          | \$ 0,18 | \$ 1,43 |
| Empanada de morocho             | \$ 0,60             | \$ 1,50          | \$ 0,21 | \$ 1,71 |
| Empanada de queso               | \$ 0,40             | \$ 1,00          | \$ 0,14 | \$ 1,14 |
| Empanada chilena                | \$ 1,00             | \$ 2,50          | \$ 0,35 | \$ 2,85 |
| Sánduche de queso               | \$ 0,50             | \$ 1,25          | \$ 0,18 | \$ 1,43 |
| Sánduche de jamón               | \$ 0,60             | \$ 1,50          | \$ 0,21 | \$ 1,71 |
| Sánduche mixto                  | \$ 0,90             | \$ 2,25          | \$ 0,32 | \$ 2,57 |
| Sánduche de pernil              | \$ 1,20             | \$ 3,00          | \$ 0,42 | \$ 3,42 |
| Sánduche de salmón ahumado      | \$ 2,28             | \$ 5,70          | \$ 0,80 | \$ 6,50 |
| Sánduche napolitano             | \$ 1,89             | \$ 4,73          | \$ 0,66 | \$ 5,40 |
| Sánduche siciliano              | \$ 1,84             | \$ 4,61          | \$ 0,64 | \$ 5,25 |
| Sánduche campero                | \$ 1,76             | \$ 4,39          | \$ 0,61 | \$ 5,00 |
| Sánduche tradicional            | \$ 1,23             | \$ 3,07          | \$ 0,43 | \$ 3,50 |
| Sánduche El suizo               | \$ 1,58             | \$ 3,95          | \$ 0,55 | \$ 4,50 |
| Sánduche de pavo                | \$ 1,58             | \$ 3,95          | \$ 0,55 | \$ 4,50 |
| Sánduche cubano                 | \$ 2,28             | \$ 5,70          | \$ 0,80 | \$ 6,50 |
| Sánduche cubanito               | \$ 1,05             | \$ 2,63          | \$ 0,37 | \$ 3,00 |
| Sánduche artesanal              | \$ 1,58             | \$ 3,95          | \$ 0,55 | \$ 4,50 |
| Sánduche de pollo               | \$ 1,05             | \$ 2,63          | \$ 0,37 | \$ 3,00 |
| Sánduche de pollo y champiñones | \$ 1,76             | \$ 4,39          | \$ 0,61 | \$ 5,00 |
| Sánduche de albaca              | \$ 0,88             | \$ 2,19          | \$ 0,31 | \$ 2,50 |

Continúa

|                             |    |      |    |      |    |      |    |      |
|-----------------------------|----|------|----|------|----|------|----|------|
| Sánduche panini             | \$ | 0,88 | \$ | 2,20 | \$ | 0,31 | \$ | 2,50 |
| Café clásico simple         | \$ | 0,44 | \$ | 1,10 | \$ | 0,15 | \$ | 1,25 |
| Café clásico doble          | \$ | 0,51 | \$ | 1,27 | \$ | 0,18 | \$ | 1,45 |
| Café Expreso                | \$ | 0,46 | \$ | 1,14 | \$ | 0,16 | \$ | 1,30 |
| Café Expreso Doble          | \$ | 0,58 | \$ | 1,45 | \$ | 0,20 | \$ | 1,65 |
| Café Toledo                 | \$ | 1,40 | \$ | 3,51 | \$ | 0,49 | \$ | 4,00 |
| Café Irlandés               | \$ | 1,40 | \$ | 3,51 | \$ | 0,49 | \$ | 4,00 |
| Café Latte                  | \$ | 0,88 | \$ | 2,19 | \$ | 0,31 | \$ | 2,50 |
| Capuchino Mediano           | \$ | 0,79 | \$ | 1,97 | \$ | 0,28 | \$ | 2,25 |
| Capuchino Grande            | \$ | 0,93 | \$ | 2,32 | \$ | 0,33 | \$ | 2,65 |
| Capuchino de Avellana       | \$ | 1,33 | \$ | 3,33 | \$ | 0,47 | \$ | 3,80 |
| Mocachino Mediano           | \$ | 0,93 | \$ | 2,32 | \$ | 0,33 | \$ | 2,65 |
| Mocachino Grande            | \$ | 0,98 | \$ | 2,46 | \$ | 0,34 | \$ | 2,80 |
| Chocolate                   | \$ | 0,88 | \$ | 2,19 | \$ | 0,31 | \$ | 2,50 |
| Frappe                      | \$ | 1,05 | \$ | 2,63 | \$ | 0,37 | \$ | 3,00 |
| Frappe Madison              | \$ | 1,23 | \$ | 3,07 | \$ | 0,43 | \$ | 3,50 |
| Frappe con Helado           | \$ | 1,23 | \$ | 3,08 | \$ | 0,43 | \$ | 3,51 |
| Frappe con Baileys          | \$ | 1,49 | \$ | 3,73 | \$ | 0,52 | \$ | 4,25 |
| Frozen                      | \$ | 1,23 | \$ | 3,07 | \$ | 0,43 | \$ | 3,50 |
| Frozen Capuchino            | \$ | 1,16 | \$ | 2,89 | \$ | 0,40 | \$ | 3,30 |
| Frozen Moca                 | \$ | 1,16 | \$ | 2,89 | \$ | 0,40 | \$ | 3,30 |
| Frozen Oreó                 | \$ | 1,23 | \$ | 3,07 | \$ | 0,43 | \$ | 3,50 |
| Chai                        | \$ | 1,16 | \$ | 2,89 | \$ | 0,40 | \$ | 3,30 |
| Hersheys                    | \$ | 0,84 | \$ | 2,11 | \$ | 0,29 | \$ | 2,40 |
| Nestcafé                    | \$ | 0,88 | \$ | 2,19 | \$ | 0,31 | \$ | 2,50 |
| Filter                      | \$ | 0,88 | \$ | 2,19 | \$ | 0,31 | \$ | 2,50 |
| Chocolate con Marshmallows  | \$ | 0,98 | \$ | 2,46 | \$ | 0,34 | \$ | 2,80 |
| Chocolate de la Luna        | \$ | 0,93 | \$ | 2,32 | \$ | 0,33 | \$ | 2,65 |
| Crema Chantilly             | \$ | 0,16 | \$ | 0,39 | \$ | 0,05 | \$ | 0,45 |
| Chai Tea Latte              | \$ | 0,98 | \$ | 2,46 | \$ | 0,34 | \$ | 2,80 |
| Frutas Deshidratadas        | \$ | 0,88 | \$ | 2,19 | \$ | 0,31 | \$ | 2,50 |
| Te Importado                | \$ | 0,56 | \$ | 1,40 | \$ | 0,20 | \$ | 1,60 |
| Te, Aromáticas              | \$ | 0,28 | \$ | 0,70 | \$ | 0,10 | \$ | 0,80 |
| Limonada                    | \$ | 0,35 | \$ | 0,88 | \$ | 0,12 | \$ | 1,00 |
| Te Helado                   | \$ | 0,35 | \$ | 0,88 | \$ | 0,12 | \$ | 1,00 |
| Gaseosas sin azúcar botella | \$ | 0,55 | \$ | 1,38 | \$ | 0,19 | \$ | 1,57 |
| Gaseosas botella            | \$ | 0,68 | \$ | 1,70 | \$ | 0,24 | \$ | 1,94 |


 Continua

|                                  |    |      |    |      |    |      |    |       |
|----------------------------------|----|------|----|------|----|------|----|-------|
| Agua Mineral botella             | \$ | 0,54 | \$ | 1,35 | \$ | 0,19 | \$ | 1,54  |
| Agua sin Gas botella             | \$ | 0,36 | \$ | 0,90 | \$ | 0,13 | \$ | 1,03  |
| Fuze tee botella                 | \$ | 0,59 | \$ | 1,48 | \$ | 0,21 | \$ | 1,68  |
| Fuze tee grande botella          | \$ | 0,73 | \$ | 1,83 | \$ | 0,26 | \$ | 2,08  |
| Fuze tee light botella           | \$ | 0,73 | \$ | 1,83 | \$ | 0,26 | \$ | 2,08  |
| Té de manzana y té negro botella | \$ | 0,73 | \$ | 1,83 | \$ | 0,26 | \$ | 2,08  |
| Té de manzana verde botella      | \$ | 0,91 | \$ | 2,28 | \$ | 0,32 | \$ | 2,59  |
| Té con gas botella               | \$ | 0,60 | \$ | 1,50 | \$ | 0,21 | \$ | 1,71  |
| Onix energizante de café         | \$ | 1,00 | \$ | 2,50 | \$ | 0,35 | \$ | 2,85  |
| Energizantes                     | \$ | 0,90 | \$ | 2,25 | \$ | 0,32 | \$ | 2,57  |
| Jugos de fruta                   | \$ | 0,70 | \$ | 1,75 | \$ | 0,25 | \$ | 2,00  |
| Batidos de fruta                 | \$ | 0,98 | \$ | 2,46 | \$ | 0,34 | \$ | 2,80  |
| Milkshake                        | \$ | 1,23 | \$ | 3,07 | \$ | 0,43 | \$ | 3,50  |
| Milkshake oreo                   | \$ | 1,58 | \$ | 3,95 | \$ | 0,55 | \$ | 4,50  |
| Milkshake Chocolate Doble        | \$ | 1,58 | \$ | 3,95 | \$ | 0,55 | \$ | 4,50  |
| Milkshake Sabores                | \$ | 1,49 | \$ | 3,73 | \$ | 0,52 | \$ | 4,25  |
| <b>POSTRES</b>                   |    |      |    |      |    |      |    |       |
| Cheesecake de frutas             | \$ | 1,05 | \$ | 2,63 | \$ | 0,37 | \$ | 3,00  |
| Cheesecake sabores               | \$ | 3,30 | \$ | 8,25 | \$ | 1,16 | \$ | 9,41  |
| Cheesecake                       | \$ | 0,79 | \$ | 1,98 | \$ | 0,28 | \$ | 2,25  |
| Cuatro Leches                    | \$ | 1,14 | \$ | 2,85 | \$ | 0,40 | \$ | 3,25  |
| Tres Leches                      | \$ | 3,60 | \$ | 9,00 | \$ | 1,26 | \$ | 10,26 |
| Mojada de chocolate              | \$ | 2,30 | \$ | 5,75 | \$ | 0,81 | \$ | 6,56  |
| Cake de zanahoria                | \$ | 2,35 | \$ | 5,88 | \$ | 0,82 | \$ | 6,70  |
| Torta de manzana y nuez          | \$ | 3,35 | \$ | 8,38 | \$ | 1,17 | \$ | 9,55  |
| Dark chocolate                   | \$ | 2,00 | \$ | 5,00 | \$ | 0,70 | \$ | 5,70  |
| Torta de Chocolate               | \$ | 1,05 | \$ | 2,63 | \$ | 0,37 | \$ | 3,00  |
| Pie de limón                     | \$ | 3,00 | \$ | 7,50 | \$ | 1,05 | \$ | 8,55  |
| Pie de nueces                    | \$ | 2,00 | \$ | 5,00 | \$ | 0,70 | \$ | 5,70  |
| Milhojas                         | \$ | 0,79 | \$ | 1,97 | \$ | 0,28 | \$ | 2,25  |
| Queso de coco                    | \$ | 3,65 | \$ | 9,13 | \$ | 1,28 | \$ | 10,40 |
| Muffin                           | \$ | 2,25 | \$ | 5,63 | \$ | 0,79 | \$ | 6,41  |
| Brownie                          | \$ | 1,80 | \$ | 4,50 | \$ | 0,63 | \$ | 5,13  |
| Pastel de Manzana                | \$ | 1,14 | \$ | 2,85 | \$ | 0,40 | \$ | 3,25  |
| Mouse de chocolate               | \$ | 3,00 | \$ | 7,50 | \$ | 1,05 | \$ | 8,55  |


 Continua

|                          |         |         |         |         |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Palitos de canela y nuez | \$ 0,60 | \$ 1,50 | \$ 0,21 | \$ 1,71 |
| Palitos de queso         | \$ 0,60 | \$ 1,50 | \$ 0,21 | \$ 1,71 |
| Rollos canela            | \$ 2,00 | \$ 5,00 | \$ 0,70 | \$ 5,70 |
| Helado con Fruta         | \$ 1,14 | \$ 2,85 | \$ 0,40 | \$ 3,25 |
| Helado                   | \$ 0,88 | \$ 2,19 | \$ 0,31 | \$ 2,50 |
| Ensalada de Fruta        | \$ 0,88 | \$ 2,19 | \$ 0,31 | \$ 2,50 |
| Torta espinaca           | \$ 2,30 | \$ 5,75 | \$ 0,81 | \$ 6,56 |
| Torta de acelga          | \$ 2,80 | \$ 7,00 | \$ 0,98 | \$ 7,98 |

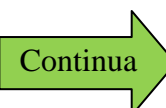
La materia prima en cuanto a cafetería se trata, es extensa justamente para dar a escoger variedad de productos al cliente ya conocemos que esta cantidad de productos que saldrán a la venta, son aceptados en las mejores cafeterías de la ciudad. En esta tabla se puede apreciar el producto el costo de elaboración y productos que ya se compran elaborados, siendo un costo aceptable y económico, convirtiéndose en rentable para el Café Bar “Blue Moon”.

La utilidad es alta aparentemente, sin embargo con esta cantidad de dinero sirve para cubrir el costo del servicio y el IVA costo que va incluido en el precio de venta al público, a pesar de aquel valor, los precios de “Blue Moon” son bastante económicos en comparación con otros establecimientos de categoría del sector.

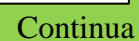
**Tabla 40**

**Materia Prima y Capital de Trabajo Coctelería**

| PRODUCTO               | COSTO ELABORACION | UTILIDAD 250% | IVA     | PVP     |
|------------------------|-------------------|---------------|---------|---------|
| <b>SIN ALCOHOL</b>     |                   |               |         |         |
| Shirley Temple         | \$ 1,58           | \$ 3,95       | \$ 0,55 | \$ 4,50 |
| Sandra Forester        | \$ 1,58           | \$ 3,95       | \$ 0,55 | \$ 4,50 |
| Blanca Nieves          | \$ 1,58           | \$ 3,95       | \$ 0,55 | \$ 4,50 |
| Cenicienta             | \$ 1,58           | \$ 3,95       | \$ 0,55 | \$ 4,50 |
| Smoothie Gold Medalist | \$ 1,75           | \$ 4,39       | \$ 0,61 | \$ 5,00 |
| Pineapple Sunshine     | \$ 1,75           | \$ 4,39       | \$ 0,61 | \$ 5,00 |
| Piña Colada            | \$ 1,75           | \$ 4,39       | \$ 0,61 | \$ 5,00 |
| <b>CREMAS</b>          |                   |               |         |         |
| Baileys                | \$ 2,81           | \$ 7,02       | \$ 0,98 | \$ 8,00 |
| Sambuca                | \$ 2,81           | \$ 7,02       | \$ 0,98 | \$ 8,00 |




|                              |    |      |    |      |    |      |         |
|------------------------------|----|------|----|------|----|------|---------|
| Amarula                      | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ | 1,01 | \$8,25  |
| <b>MOJITOS</b>               |    |      |    |      |    |      |         |
| Mojito                       | \$ | 1,58 | \$ | 3,95 | \$ | 0,55 | \$ 4,50 |
| Mojito clásico               | \$ | 2,28 | \$ | 5,70 | \$ | 0,80 | \$6,50  |
| Mojito Strowbwrry            | \$ | 1,75 | \$ | 4,39 | \$ | 0,61 | \$5,00  |
| <b>TEQUILA</b>               |    |      |    |      |    |      |         |
| Cucaracha                    | \$ | 1,75 | \$ | 4,39 | \$ | 0,61 | \$ 5,00 |
| Margarita                    | \$ | 1,75 | \$ | 4,39 | \$ | 0,61 | \$5,00  |
| Tequila Sunrise              | \$ | 1,75 | \$ | 4,39 | \$ | 0,61 | \$5,00  |
| Coscorrón                    | \$ | 0,79 | \$ | 1,97 | \$ | 0,28 | \$ 2,25 |
| Jugo de cactus               | \$ | 1,75 | \$ | 4,39 | \$ | 0,61 | \$5,00  |
| <b>MARTINIS</b>              |    |      |    |      |    |      |         |
| Cosmopolitan                 | \$ | 2,28 | \$ | 5,70 | \$ | 0,80 | \$ 6,50 |
| Apple Martini                | \$ | 2,28 | \$ | 5,70 | \$ | 0,80 | \$ 6,50 |
| Sky Blue                     | \$ | 2,28 | \$ | 5,70 | \$ | 0,80 | \$ 6,50 |
| WISKY                        | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ | 1,01 | \$ 8,25 |
| Padrino                      | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ | 1,01 | \$ 8,25 |
| Manhatan                     | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ | 1,01 | \$ 8,25 |
| Clavo Oxidado                | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ | 1,01 | \$ 8,25 |
| Viagra                       | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ | 1,01 | \$ 8,25 |
| <b>RON</b>                   |    |      |    |      |    |      |         |
| Cuba Libre                   | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Piña Fizz                    | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Luna Azul                    | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Mentiroso                    | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Piña Colada                  | \$ | 2,28 | \$ | 5,70 | \$ | 0,80 | \$ 6,50 |
| Yarbrough                    | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Strawberry Daiquiri          | \$ | 1,75 | \$ | 4,39 | \$ | 0,61 | \$ 5,00 |
| Strawberry Daiquiri ultimate | \$ | 2,28 | \$ | 5,70 | \$ | 0,80 | \$ 6,50 |
| Abuelo 7 años                | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ | 0,77 | \$ 6,25 |
| Apletton                     | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ | 0,77 | \$ 6,25 |
| Habana Club 7 años           | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ | 0,77 | \$ 6,25 |
| Flor de Caña 7 años          | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ | 0,77 | \$ 6,25 |
| Abuelo                       | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Appleton blanco              | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Habana Club blanco           | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |
| Flor de Caña                 | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ | 0,74 | \$ 6,00 |



| VARIOS         |    |      |    |      |                 |
|----------------|----|------|----|------|-----------------|
| Alexander      | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Pink Lady      | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Amaretto Cream | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Amaretto       | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Tom Collins    | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Gin Tonic      | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Dulce Amor     | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Caipiriña      | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| VINOS          |    |      |    |      |                 |
| Blanco (copa)  | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Tinto (copa)   | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |

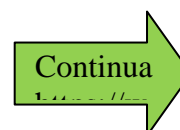
| GIN             |    |      |    |      |                 |
|-----------------|----|------|----|------|-----------------|
| Gordon's        | \$ | 2,46 | \$ | 6,14 | \$ 0,86 \$ 7,00 |
| Beefeater       | \$ | 2,46 | \$ | 6,14 | \$ 0,86 \$ 7,00 |
| Golden Say      | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Brady           | \$ | 2,04 | \$ | 5,09 | \$ 0,71 \$ 5,80 |
| VODKA           |    |      |    |      |                 |
| Wyborowa        | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Absolut         | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Skyy            | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Finlandia       | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Smirnoff        | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Sirov           | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Screw Driver    | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Siete Enanos    | \$ | 2,32 | \$ | 5,79 | \$ 0,81 \$ 6,60 |
| Silla eléctrica | \$ | 2,32 | \$ | 5,79 | \$ 0,81 \$ 6,60 |
| Oso Ruso        | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Naranja Loca    | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Dulce María     | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Compadre        | \$ | 2,11 | \$ | 5,26 | \$ 0,74 \$ 6,00 |
| Revólver        | \$ | 2,32 | \$ | 5,79 | \$ 0,81 \$ 6,60 |
| Wyborowa        | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Absolut         | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Skyy            | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Finlandia       | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Smirnoff        | \$ | 2,19 | \$ | 5,48 | \$ 0,77 \$ 6,25 |
| Cuervo          | \$ | 2,28 | \$ | 5,70 | \$ 0,80 \$ 6,50 |


 Continua



| WISKY 12 AÑOS |    |      |    |      |                 |
|---------------|----|------|----|------|-----------------|
| Old Parr      | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ 1,01 \$ 8,25 |
| Jhonny Negro  | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ 1,01 \$ 8,25 |
| Jack Daniel's | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ 1,01 \$ 8,25 |
| Chivas Regal  | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ 1,01 \$ 8,25 |
| Dimple        | \$ | 2,89 | \$ | 7,24 | \$ 1,01 \$ 8,25 |
| WISKY 5 AÑOS  |    |      |    |      |                 |
| J&B           | \$ | 2,81 | \$ | 7,02 | \$ 0,98 \$ 8,00 |
| Jhonny Rojo   | \$ | 2,81 | \$ | 7,02 | \$ 0,98 \$ 8,00 |
| Grants        | \$ | 2,81 | \$ | 7,02 | \$ 0,98 \$ 8,00 |
| Somethings    | \$ | 2,81 | \$ | 7,02 | \$ 0,98 \$ 8,00 |
| Ballantines   | \$ | 2,81 | \$ | 7,02 | \$ 0,98 \$ 8,00 |

| BOTELLAS                  |    |       |    |       |                  |
|---------------------------|----|-------|----|-------|------------------|
| Vino Conde de la Cruz     | \$ | 6,57  | \$ | 10,53 | \$ 1,47 \$ 12,00 |
| Vino Casillero del Diablo | \$ | 20,13 | \$ | 32,25 | \$ 4,51 \$ 36,76 |
| Vino Gato Negro           | \$ | 13,18 | \$ | 21,11 | \$ 2,96 \$ 24,07 |
| Champagne Gran Duval      | \$ | 12,95 | \$ | 20,75 | \$ 2,90 \$ 23,65 |
| Champagne Gran Vandush    | \$ | 6,01  | \$ | 9,63  | \$ 1,35 \$ 10,98 |
| Tequila Azteca            | \$ | 14,73 | \$ | 23,60 | \$ 3,30 \$ 26,90 |
| Tequila El Charro         | \$ | 18,83 | \$ | 30,17 | \$ 4,22 \$ 34,39 |
| Tequila Cinamon           | \$ | 18,83 | \$ | 30,17 | \$ 4,22 \$ 34,39 |
| Vodka Ruskaya             | \$ | 11,09 | \$ | 17,77 | \$ 2,49 \$ 20,25 |
| Skyk Vodka                | \$ | 22,56 | \$ | 36,14 | \$ 5,06 \$ 41,20 |
| San Miguel Black          | \$ | 13,42 | \$ | 21,50 | \$ 3,01 \$ 24,51 |
| Ron Bellows               | \$ | 6,75  | \$ | 10,81 | \$ 1,51 \$ 12,33 |
| Cerro Viejo Ron Oro       | \$ | 11,68 | \$ | 18,71 | \$ 2,62 \$ 21,33 |
| Wisky Bellows             | \$ | 15,67 | \$ | 25,10 | \$ 3,51 \$ 28,62 |
| Moserato Crema de Wisky   | \$ | 15,53 | \$ | 24,88 | \$ 3,48 \$ 28,36 |
| Amareto                   | \$ | 8,19  | \$ | 13,12 | \$ 1,84 \$ 14,96 |
| Amareto Almendra          | \$ | 7,71  | \$ | 12,35 | \$ 1,73 \$ 14,08 |
| Bacardi añejo             | \$ | 38,20 | \$ | 61,20 | \$ 8,57 \$ 69,76 |
| Pájaro Azul               | \$ | 6,03  | \$ | 9,66  | \$ 1,35 \$ 11,01 |
| Sangría Brava             | \$ | 5,61  | \$ | 0,79  | \$ 0,11 \$ 0,90  |



| CERVEZAS                                       |    |      |    |       |         |          |
|--|----|------|----|-------|---------|----------|
| Pilsener azul 0 sin alcohol (botella)          | \$ | 0,68 | \$ | 1,09  | \$ 0,15 | \$ 1,24  |
| Mahou sin alcohol (botella)                    | \$ | 1,54 | \$ | 2,46  | \$ 0,34 | \$ 2,80  |
| Warsteiner Premiun Fresh sin alcohol (botella) | \$ | 1,64 | \$ | 2,63  | \$ 0,37 | \$ 3,00  |
| Pilsener (botella)                             | \$ | 1,09 | \$ | 1,75  | \$ 0,24 | \$ 1,99  |
| Club negra (botella)                           | \$ | 1,02 | \$ | 1,63  | \$ 0,23 | \$ 1,86  |
| Club verde (Botella)                           | \$ | 1,09 | \$ | 1,75  | \$ 0,24 | \$ 1,99  |
| Coronita (México) (botella)                    | \$ | 1,64 | \$ | 2,63  | \$ 0,37 | \$ 3,00  |
| Heiniken (Holanda)(botella)                    | \$ | 1,64 | \$ | 2,63  | \$ 0,37 | \$ 3,00  |
| Budweiser (EEUU) (botella)                     | \$ | 1,64 | \$ | 2,63  | \$ 0,37 | \$ 3,00  |
| Miller (EEUU)(botella)                         | \$ | 1,64 | \$ | 2,63  | \$ 0,37 | \$ 3,00  |
| Torre 3 Litros                                 | \$ | 8,22 | \$ | 13,17 | \$ 1,84 | \$ 15,02 |
| Cerveza para 6                                 | \$ | 3,83 | \$ | 6,14  | \$ 0,86 | \$ 6,99  |
| Litro  | \$ | 2,74 | \$ | 4,39  | \$ 0,61 | \$ 5,00  |
| CERVEZA ARTESANAL                              |    |      |    |       |         |          |
| Red  | \$ | 4,66 | \$ | 7,46  | \$ 1,04 | \$ 8,50  |
| Chocolate con vainilla                         | \$ | 4,38 | \$ | 7,02  | \$ 0,98 | \$ 8,00  |
| Cacao Drums                                    | \$ | 4,38 | \$ | 7,02  | \$ 0,98 | \$ 8,00  |
| Red Rabbit                                     | \$ | 4,38 | \$ | 7,02  | \$ 0,98 | \$ 8,00  |

Esta tabla comprende de igual manera el producto, el costo de elaboración, la utilidad, el IVA incluido para el precio de venta al público, pero correspondiente al área de coctelería del Café Bar “Blue Moon”.

**Tabla 41**

**Materia Prima y Capital de Trabajo Picaditas**

| PICADITAS                 |    |                   |    |               |         |          |
|---------------------------|----|-------------------|----|---------------|---------|----------|
| PRODUCTO                  |    | COSTO ELABORACION |    | UTILIDAD 250% | IVA     | PVP      |
| Picadita Luna llena       | \$ | 1,33              | \$ | 3,34          | \$ 0,47 | \$ 3,80  |
| Picadita de Peperoni      | \$ | 0,88              | \$ | 2,19          | \$ 0,31 | \$ 2,50  |
| Picadita de aceitunas     | \$ | 0,70              | \$ | 1,75          | \$ 0,25 | \$ 2,00  |
| Picadita de varios quesos | \$ | 1,05              | \$ | 2,63          | \$ 0,37 | \$ 3,00  |
| Picadita Blue Moon        | \$ | 9,12              | \$ | 22,81         | \$ 3,19 | \$ 26,00 |
| Picadita dulce placer     | \$ | 7,02              | \$ | 17,54         | \$ 2,46 | \$ 20,00 |

Continúa

|   |    |      |    |       |    |      |    |       |
|---|----|------|----|-------|----|------|----|-------|
| Pan de ajo                                      | \$ | 0,63 | \$ | 1,58  | \$ | 0,22 | \$ | 1,80  |
| Salsa de queso                                  | \$ | 0,53 | \$ | 1,32  | \$ | 0,18 | \$ | 1,50  |
| Ensalada de atún                                | \$ | 0,88 | \$ | 2,19  | \$ | 0,31 | \$ | 2,50  |
| Ensalada de jamón                               | \$ | 0,88 | \$ | 2,19  | \$ | 0,31 | \$ | 2,50  |
| Ensalada Blue Moon                              | \$ | 0,98 | \$ | 2,46  | \$ | 0,34 | \$ | 2,80  |
| Ensalada de varios frutos y mermelada           | \$ | 1,75 | \$ | 4,39  | \$ | 0,61 | \$ | 5,00  |
| Ensalada de varios frutos y mermelada (Gigante) | \$ | 5,26 | \$ | 13,16 | \$ | 1,84 | \$ | 15,00 |
| Ensalada ejecutiva (individual)                 | \$ | 1,23 | \$ | 3,07  | \$ | 0,43 | \$ | 3,50  |
| Ensalada ejecutiva                              | \$ | 2,81 | \$ | 7,02  | \$ | 0,98 | \$ | 8,00  |
| Ensalada ejecutiva (gigante)                    | \$ | 7,02 | \$ | 17,54 | \$ | 2,46 | \$ | 20,00 |
| Ensalada Gourmet y salsas                       | \$ | 8,77 | \$ | 21,93 | \$ | 3,07 | \$ | 25,00 |
| Ensalada Primavera                              | \$ | 1,23 | \$ | 3,07  | \$ | 0,43 | \$ | 3,50  |
| Ensalada Visking                                | \$ | 1,23 | \$ | 3,07  | \$ | 0,43 | \$ | 3,50  |
| <b>EXTRAS</b>                                   |    |      |    |       |    |      |    |       |
| Aceitunas                                       | \$ | 0,71 | \$ | 1,14  | \$ | 0,16 | \$ | 1,30  |
| Pikles  | \$ | 0,71 | \$ | 1,14  | \$ | 0,16 | \$ | 1,30  |
| Champignones                                    | \$ | 0,77 | \$ | 1,23  | \$ | 0,17 | \$ | 1,40  |
| Papas   | \$ | 0,44 | \$ | 0,70  | \$ | 0,10 | \$ | 0,80  |
| Nachos  | \$ | 0,55 | \$ | 0,88  | \$ | 0,12 | \$ | 1,00  |
| Cheese Nachos                                   | \$ | 1,92 | \$ | 3,07  | \$ | 0,43 | \$ | 3,50  |
| <b>SALSAS</b>                                   |    |      |    |       |    |      |    |       |
| Queso Luna Azul                                 | \$ | 0,82 | \$ | 1,32  | \$ | 0,18 | \$ | 1,50  |
| Moztaza y Miel                                  | \$ | 0,82 | \$ | 1,32  | \$ | 0,18 | \$ | 1,50  |
| César   | \$ | 0,82 | \$ | 1,32  | \$ | 0,18 | \$ | 1,50  |
| Aceite de Oliva y Vinagre de Jerez              | \$ | 0,88 | \$ | 1,40  | \$ | 0,20 | \$ | 1,60  |
| Cheddar   | \$ | 0,82 | \$ | 1,32  | \$ | 0,18 | \$ | 1,50  |
| House Italian                                   | \$ | 0,88 | \$ | 1,40  | \$ | 0,20 | \$ | 1,60  |
| Herseing  | \$ | 0,99 | \$ | 1,58  | \$ | 0,22 | \$ | 1,80  |

Esta tabla también posee los mismos datos como el producto, el costo de elaboración, la utilidad, el IVA incluido para el precio de venta al público, en el cual se encuentran el servicio de picaditas y aperitivos que ofrece el Café Bar “Blue Moon”.

**Tabla 42****Total Materia Prima y Capital de Trabajo**

| RESUMEN MATERIA PRIMA Y CAPITAL DE TRABAJO |    |                   |
|--|----|-------------------|
| 42 Persona al día                          | \$ | 911,82            |
| Precio promedio de consumo por persona     | \$ | 21,71             |
| Materia prima diaria                       | \$ | 364,56            |
| Total Mensual Materia Prima                | \$ | 10.936,80         |
| <b>TOTAL ANUAL MATERIA PRIMA</b>           | \$ | <b>131.241,60</b> |

En base a las encuestas realizadas se obtuvo un precio promedio por persona en el que el cliente gastará en el local al día, también mediante las encuestas se obtuvo el número de clientes que día a día visitará “Blue Moon”, pudiendo encontrar el total diario de la materia prima y capital de trabajo que el Café Bar requiere diariamente para que pueda funcionar.

**3.4.1 Capital de Trabajo**

El capital de trabajo se refiere al activo circulante y al pasivo circulante, el capital de trabajo está representado por el capital adicional necesario, para empezar el funcionamiento de una empresa; quiere decir que primeramente se debe financiar la producción para posteriormente recibir los ingresos del bien o servicio vendido.

**Tabla 43**  
**Gastos del Año Inicial**

| GASTOS OPERATIVOS                    | TOTAL ANUAL         |
|--------------------------------------|---------------------|
| Utensillos                           | \$ 2.308,59         |
| Accesorios                           | \$ 1.475,16         |
| Uniformes                            | \$ 269,62           |
| Servicios Básicos                    | \$ 5.400,00         |
| Salarios y Beneficios                | \$ 57.504,48        |
| Materiales para oficina              | \$ 2.968,44         |
| Artículos de limpieza                | \$ 564,00           |
| Gastos de arriendo                   | \$ 24.000,00        |
| Productos elaborados y Materia prima | \$131.241,60        |
| <b>TOTAL GASTOS</b>                  | <b>\$225.731,89</b> |

El cálculo para el capital de trabajo es la siguiente:

Método del Período de Desfase.

ICT: Inversión Inicial en Capital de Trabajo

**ICT = (Costo anual/360)\* días de desfase.**

$$C.Trabajo = \frac{225.731,89}{360} * 30$$

Capital de trabajo \$ 18.810,99

En esta tabla podemos conocer con claridad el capital de trabajo exacto con que el Café Bar “Blue Moon” debe contar.

### **3.4.2 Cronograma de Inversiones con Proyección a 5 años.**

Es necesario construir un cronograma de inversiones y reinversiones para controlar y organizar al adquirir activos fijos y diferidos, teniendo un mejor manejo para reemplazarlos en el momento oportuno, hasta el quinto año.

Tabla 44

## Inversiones con proyección a 5 años

| EQUIPOS                         | Año 0               | Año 1       | Año 2       | Año 3       | Año 4       | Año 5       |
|---------------------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Mobiliario                      | \$ 11.923,40        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Equipo de cocina                | \$ 6.713,79         | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Equipo de Oficina               | \$ 1.277,90         | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Equipo de computación           | \$ 5.452,49         | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Equipo de Audio                 | \$ 490,00           | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>            | <b>\$ 25.857,58</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> |
| Publicidad Inicial              | \$ 1.100,00         | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Gastos de Constitución          | \$ 414,60           | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>        | <b>\$ 1.514,60</b>  | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> |
| <b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>  | <b>\$ 27.372,18</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> |
| Capital de Trabajo              | \$ 18.810,99        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Imprevistos 5%                  | \$ 2.309,16         | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| <b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b> | <b>\$ 21.120,15</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> |
| <b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>  | <b>\$ 48.492,33</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> |

En este cuadro se encuentran los totales de los activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo y el total de la inversión inicial con un alto valor correspondiente a \$48.492,33 para el Café Bar “Blue Moon”.

### 3.5 Depreciación

La depreciación constituye el desgaste que sufren los activos fijos, debido al paso del tiempo, al uso, al avance tecnológico y al mismo desuso; por esta razón en los libros contables debe registrarse el gasto que significa para la empresa la pérdida de valor para sus activos fijos.

**Fuente:** (Sánchez, 2004)

En síntesis, podemos decir que por supuesto que los equipos sufren un desgaste, las empresas deben realizar cargos anuales para poder recuperar la inversión que se realizó al inicio del proyecto, llamándose amortización.

### 3.5.1 Método en línea Recta

Consiste en distribuir el valor de la depreciación de un activo fijo en los años de vida útil del mismo, por la facilidad del cálculo y las posibilidades de establecer un valor residual del activo. Constituye el más utilizado por la mayoría de empresas puesto que se ajusta a la realidad o esencia económica; el cálculo de la depreciación anual se basa en la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Costo Histórico} - \text{Valor residual}}{\text{Numero de años de vida util del bien}}$$

Costo histórico: Valor de Adquisición.

Valor residual: Valor estimado del bien al final de su vida útil.

Número de años: Vida útil del bien (estimada o la que fije la ley).

Fuente: (Sánchez, 2004)

Por esta razón se optó por realizar los cálculos con este método porque va acorde al proyecto en curso, los resultados que se obtuvieron con el valor total de depreciación de los activos fijos que posee “Blue Moon” Café Bar se encuentran en los cuadros siguientes.

**Tabla 45****Depreciación Mobiliario**

| Valor del Activo  | \$11.923,40      | Implementos de Mobiliario |                    |                 |
|-------------------|------------------|---------------------------|--------------------|-----------------|
| Años de Vida Útil | 10               |                           |                    |                 |
| % de Depreciación | 10%              |                           |                    |                 |
| AÑOS              | VALOR DEL ACTIVO | VALOR RESIDUAL            | DEPRECIACION ANUAL | VALOR EN LIBROS |
| 0                 | \$ 11923,4       | \$ 1192,34                |                    | \$ 10731,06     |
| 1                 | \$ 9657,954      |                           | \$ 1073,106        | \$ 9657,954     |
| 2                 | \$ 9657,954      |                           |                    | \$ 8584,848     |
| 3                 | \$ 8584,848      |                           |                    | \$ 7511,742     |
| 4                 | \$ 7511,742      |                           |                    | \$ 6438,636     |
| 5                 | \$ 6438,636      |                           |                    | \$ 5365,53      |
| 6                 | \$ 5365,53       |                           |                    | \$ 4292,424     |
| 7                 | \$ 4292,424      |                           |                    | \$ 3219,318     |
| 8                 | \$ 3219,318      |                           |                    | \$ 2146,212     |
| 9                 | \$ 2146,212      |                           |                    | \$ 1073,106     |
| 10                | \$ 1073,106      |                           |                    | \$ 0            |



**Tabla 46****Depreciación Equipo de Cocina**

| Valor del Activo  | 6713,79          | Equipo de Cocina |                    |                 |
|-------------------|------------------|------------------|--------------------|-----------------|
| Años de vida Útil | 10               |                  |                    |                 |
| % de Depreciación | 10%              |                  |                    |                 |
| AÑOS              | VALOR DEL ACTIVO | VALOR RESIDUAL   | DEPRECIACION ANUAL | VALOR EN LIBROS |
| 0                 | \$ 6713,79       | \$ 671,379       |                    | \$ 6042,411     |
| 1                 | \$ 5438,1699     |                  | \$ 604,2411        | \$ 5438,1699    |
| 2                 | \$ 5438,1699     |                  |                    | \$ 4833,9288    |
| 3                 | \$ 4833,9288     |                  |                    | \$ 4229,6877    |
| 4                 | \$ 4229,6877     |                  |                    | \$ 3625,4466    |
| 5                 | \$ 3625,4466     |                  |                    | \$ 3021,2055    |
| 6                 | \$ 3021,2055     |                  |                    | \$ 2416,9644    |
| 7                 | \$ 2416,9644     |                  |                    | \$ 1812,7233    |
| 8                 | \$ 1812,7233     |                  |                    | \$ 1208,4822    |
| 9                 | \$ 1208,4822     |                  |                    | \$ 604,2411     |
| 10                | \$ 604,2411      |                  |                    | \$ 0            |

**Tabla 47****Depreciación Equipo de Oficina**

| Valor del Activo  | 1277,9           | Equipo de Oficina |                    |                 |
|-------------------|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|
| Años de Vida Útil | 10               |                   |                    |                 |
| % de Depreciación | 10%              |                   |                    |                 |
| AÑOS              | VALOR DEL ACTIVO | VALOR RESIDUAL    | DEPRECIACION ANUAL | VALOR EN LIBROS |
| 0                 | \$ 1277,79       | \$ 127,779        |                    | \$ 1150,011     |
| 1                 | \$ 1035,0099     |                   | \$ 115,0011        | \$ 1035,0099    |
| 2                 | \$ 1035,0099     |                   |                    | \$ 920,0088     |
| 3                 | \$ 920,0088      |                   |                    | \$ 805,0077     |
| 4                 | \$ 805,0077      |                   |                    | \$ 690,0066     |
| 5                 | \$ 690,0066      |                   |                    | \$ 575,0055     |
| 6                 | \$ 575,0055      |                   |                    | \$ 460,0044     |
| 7                 | \$ 460,0044      |                   |                    | \$ 345,0033     |
| 8                 | \$ 345,0033      |                   |                    | \$ 230,0022     |
| 9                 | \$ 230,0022      |                   |                    | \$ 115,0011     |
| 10                | \$ 115,0011      |                   |                    | \$ 0            |

**Tabla 48****Depreciación Equipo de Computación**

| Valor del Activo  | 5452,49          | Equipo de Computación |                    |                 |
|-------------------|------------------|-----------------------|--------------------|-----------------|
| Años de Vida Útil | 3                |                       |                    |                 |
| % de Depreciación | 33.33%           |                       |                    |                 |
| AÑOS              | VALOR DEL ACTIVO | VALOR RESIDUAL        | DEPRECIACION ANUAL | VALOR EN LIBROS |
| 0                 | \$ 5452,49       | \$ 1817,49            |                    | \$ 3635,00      |
| 1                 | \$ 2423,33       |                       | \$ 1211,66         | \$ 2423,33      |
| 2                 | \$ 2423,33       |                       |                    | \$ 1211,67      |
| 3                 | \$ 1211,67       |                       |                    | \$ 0,00         |

**Tabla 49****Depreciación Equipo de Audio**

| Valor del Activo  | 490              | Equipo de Audio |                    |                 |
|-------------------|------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Años de vida Útil | 3                |                 |                    |                 |
| % de Depreciación | 33.33%           |                 |                    |                 |
| AÑOS              | VALOR DEL ACTIVO | VALOR RESIDUAL  | DEPRECIACION ANUAL | VALOR EN LIBROS |
| 0                 | \$ 490           | \$ 163,33       |                    | \$ 326,67       |
| 1                 | \$ 217,78        |                 | \$ 108,89          | \$ 217,78       |
| 2                 | \$ 217,78        |                 |                    | \$ 108,89       |
| 3                 | \$ 108,89        |                 |                    | \$ 0,00         |

**3.6 Presupuesto de Ingresos**

Corresponden a las ventas de todos los productos que ofrece el Café Bar “Blue Moon”, mediante el estudio realizado se pudo analizar los productos más requeridos y solicitados por el cliente. De acuerdo a nuestro segmento de mercado, nuestros potenciales clientes prefieren el consumir el servicio de cafetería en un 53%, seguido el servicio de coctelería en un 35,65% y finalmente el servicio de picaditas y aperitivos con un 11,35%; con un total de visitas al Café Bar de 15.120 clientes anuales.

**Tabla 50****Ingresos**

| PRODUCTOS  | PERSONAS | PRECIO POR PERSONA | VENTAS DIARIAS | VENTA AL MES  | VENTA AL AÑO  |
|------------|----------|--------------------|----------------|---------------|---------------|
| CAFETERIA  | 23       | \$ 21,71           | \$ 499,33      | \$ 14.979,90  | \$ 179.758,80 |
| COCTELERIA | 15       | \$ 21,71           | \$ 325,65      | \$ 9.769,50   | \$ 117.234,00 |
| PICADITAS  | 4        | \$ 21,71           | \$ 86,84       | \$ 2.605,20   | \$ 31.262,40  |
| TOTAL      | 42       | \$ 21,71           | \$ 911,82      | \$ 127.354,60 | \$ 328.255,20 |

En este cuadro se puede visualizar con claridad las preferencias de los clientes en cuanto a los servicios de cafetería, coctelería y picaditas, conociendo que “Blue Moon” es un Bar y tiene todo lo correspondiente a Cafetería.

**Tabla 51****Proyección de Ingresos a 5 años**

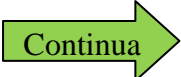
| PRODUCTOS  | AÑO 1         | AÑO 2         | AÑO 3         | AÑO 4         | AÑO 5         |
|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CAFETERIA  | \$ 179.758,80 | \$ 188.746,74 | \$ 198.184,08 | \$ 208.093,28 | \$ 218.497,94 |
| COCTELERIA | \$ 117.234,00 | \$ 123.095,70 | \$ 129.250,49 | \$ 135.713,01 | \$ 142.498,66 |
| PICADITAS  | \$ 31.262,40  | \$ 32.825,52  | \$ 34.466,80  | \$ 36.190,14  | \$ 37.999,64  |
| TOTAL      | \$ 328.255,20 | \$ 344.667,96 | \$ 361.901,36 | \$ 379.996,43 | \$ 398.996,25 |

**3.6.1 Presupuesto de Gastos**

En lo referente a los gastos de la empresa, representa a los costos y gastos que incurre “Blue Moon” Café Bar, con un presupuesto anual, pero proyectándose al quinto año; se entiende por egresos los gastos de materia prima, pago a personal, gastos operativos y nos da un total al año, consecuentemente se realiza la proyección para los cinco años siguientes. En este cuadro se detallan los gastos para la elaboración de los productos de venta al público con los que cuenta el Café Bar.

**Tabla 52****Egresos Anuales**

| EGRESOS ANUALES    |               |              |              |              |               |
|--------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| RUBRO              | AÑO1          | AÑO2         | AÑO3         | AÑO4         | AÑO5          |
| MATERIA PRIMA      | \$ 131.241,60 | \$137.803,68 | \$144.693,86 | \$151.928,56 | \$ 159.524,99 |
| TOTAL SERVICIOS    | \$ 131.241,60 | \$137.803,68 | \$144.693,86 | \$151.928,56 | \$159.524,99  |
| PERSONAL           |               |              |              |              |               |
| Gerente            | \$ 5.433,00   | \$ 5.704,65  | \$ 5.989,88  | \$ 6.289,38  | \$ 6.603,85   |
| Jefe de Personal   | \$ 4.889,70   | \$ 5.134,19  | \$ 5.390,89  | \$ 5.660,44  | \$ 5.943,46   |
| Contador Ocasional | \$ 1.680,00   | \$ 1.764,00  | \$ 1.852,20  | \$ 1.944,81  | \$ 2.042,05   |
| Cajera             | \$ 3.976,96   | \$ 4.175,80  | \$ 4.384,59  | \$ 4.603,82  | \$ 4.834,01   |



|                                     |               |               |               |               |               |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Bartman                             | \$ 3.976,96   | \$ 4.175,80   | \$ 4.384,59   | \$ 4.603,82   | \$ 4.834,01   |
| Cocinero 1                          | \$ 3.976,96   | \$ 4.175,80   | \$ 4.384,59   | \$ 4.603,82   | \$ 4.834,01   |
| cocinero 2                          | \$ 3.976,96   | \$ 4.175,80   | \$ 4.384,59   | \$ 4.603,82   | \$ 4.834,01   |
| Mesero 1                            | \$ 3.976,96   | \$ 4.175,80   | \$ 4.384,59   | \$ 4.603,82   | \$ 4.834,01   |
| Mesero 2                            | \$ 3.976,96   | \$ 4.175,80   | \$ 4.384,59   | \$ 4.603,82   | \$ 4.834,01   |
| Guardia de seguridad                | \$ 4.346,40   | \$ 4.563,72   | \$ 4.791,91   | \$ 5.031,50   | \$ 5.283,08   |
| Aporte Patronal IESS                | \$ 4.893,48   | \$ 5.138,15   | \$ 5.395,06   | \$ 5.664,81   | \$ 5.948,06   |
| Aporte IESS empleado                | \$ 4.021,16   | \$ 4.222,22   | \$ 4.433,33   | \$ 4.655,00   | \$ 4.887,75   |
| Décimo tercero                      | \$ 3.546,00   | \$ 3.723,30   | \$ 3.909,47   | \$ 4.104,94   | \$ 4.310,19   |
| Décimo cuarto                       | \$ 3.060,00   | \$ 3.213,00   | \$ 3.373,65   | \$ 3.542,33   | \$ 3.719,45   |
| Fondos de Reserva                   | \$ -          | \$ 779,72     | \$ 818,71     | \$ 859,64     | \$ 902,62     |
| <b>GASTOS OPERATIVOS</b>            |               |               |               |               |               |
| Accesorios                          | \$ 1.475,16   | \$ 1.548,92   | \$ 1.626,36   | \$ 1.707,68   | \$ 1.793,07   |
| Materiales de Oficina               | \$ 2.968,44   | \$ 3.116,86   | \$ 3.272,71   | \$ 3.436,34   | \$ 3.608,16   |
| Artículos de limpieza               | \$ 564,00     | \$ 592,20     | \$ 621,81     | \$ 652,90     | \$ 685,55     |
| Uniformes                           | \$ 269,62     | \$ 283,10     | \$ 297,26     | \$ 312,12     | \$ 327,72     |
| Servicios Básicos                   | \$ 5.400,00   | \$ 5.670,00   | \$ 5.953,50   | \$ 6.251,18   | \$ 6.563,73   |
| Garantía                            | \$ 4.000,00   | \$ -          | \$ -          | \$ -          | \$ -          |
| Arriendo                            | \$ 24.000,00  | \$ 25.200,00  | \$ 26.460,00  | \$ 27.783,00  | \$ 29.172,15  |
| <b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b> |               |               |               |               |               |
|                                     | \$ 94.408,70  | \$ 95.708,85  | \$ 100.494,30 | \$ 105.519,01 | \$ 110.794,96 |
| <b>TOTAL GASTOS</b>                 | \$ 225.650,30 | \$ 233.512,53 | \$ 245.188,16 | \$ 257.447,57 | \$ 270.319,95 |

### 3.7 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

Al nivel de producción es el punto de equilibrio en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

**Fuente:** (Baca Urbina, 2008)

El punto de equilibrio es comúnmente usado con el fin de medir y poder proyectarse a futuro, para determinar si al vender un producto o servicio las empresas obtendrán ganancias o al contrario. El punto de equilibrio demuestra la igualdad entre ingresos y gastos, el Café Bar “Blue Moon” usando el punto de equilibrio no tendrá pérdidas ni ganancias, se puede observar que en niveles bajos se obtendrán pérdidas y en niveles altos se obtendrán beneficios para la empresa.

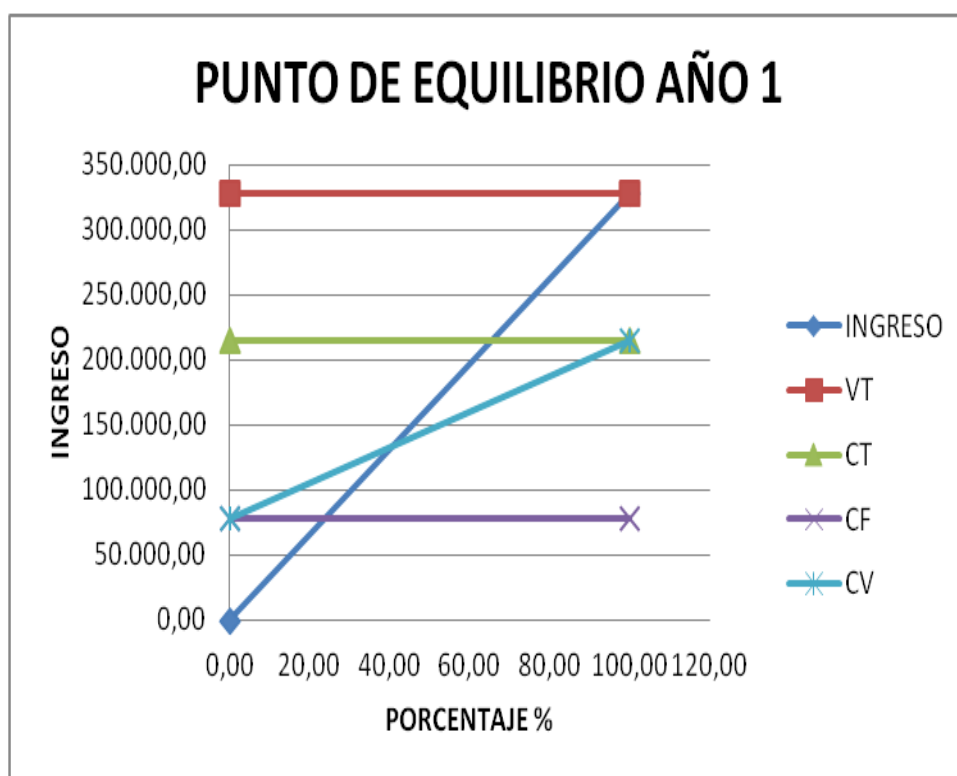
Para el cálculo de punto de equilibrio se realizó en forma matemática por la capacidad instalada y en función de las ventas.

**Tabla 53**

**Punto de Equilibrio año 1**

| CAPACIDAD | INGRESO    | VT         | CT         | CF        | CV         |
|-----------|------------|------------|------------|-----------|------------|
| 0,00      | 0,00       | 328.255,20 | 215.248,12 | 77.954,44 | 77.954,44  |
| 100,00    | 328.255,20 | 328.255,20 | 215.248,12 | 77.954,44 | 215.248,12 |

En este cuadro al sacar el punto de equilibrio se requiere de las ventas totales, costos totales, costos fijos y costos variables, obteniendo el valor del punto de equilibrio.



**Figura 31 Punto de Equilibrio año 1**

Según Baca Urbina G, 2008, en el punto de equilibrio los ingresos se calculan como el volumen de ventas de los productos, en este punto los ingresos son iguales

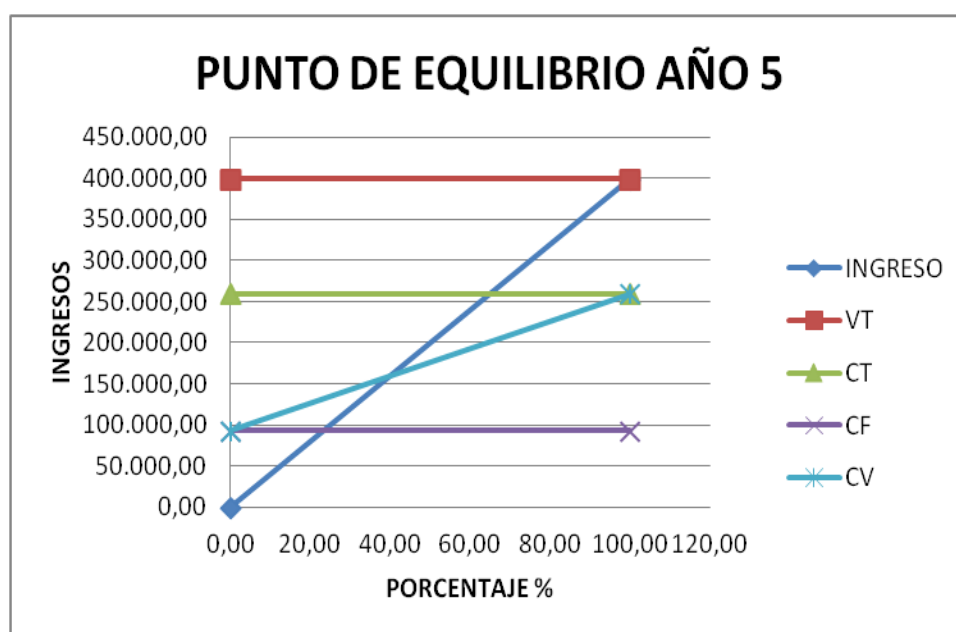
que los costos, justamente es un nivel donde no arroja ni pérdidas ni ganancias. En el primer año arroja una venta del 40,93% correspondiente a \$155.287,73; información analizada.

**Tabla 54**

**Punto de Equilibrio año 5**

| CAPACIDAD | INGRESO    | VT         | CT         | CF        | CV         |
|-----------|------------|------------|------------|-----------|------------|
| 0,00      | 0,00       | 398.996,25 | 259.643,99 | 92.762,67 | 92.762,67  |
| 100,00    | 398.996,25 | 398.996,25 | 259.643,99 | 92.762,67 | 259.643,99 |

En este cuadro al sacar el punto de equilibrio se requiere de las ventas totales, costos totales, costos fijos y costos variables, en la cual se obtuvo el valor del punto de equilibrio pero con los resultados del año quinto.



**Figura 32 Punto de Equilibrio año 5**

En cambio para el año quinto el punto de equilibrio arroja una venta del 39,96% correspondiente a \$159.455,31, este punto de equilibrio fue usado por el Café Bar para determinar si es rentable poner en marcha este proyecto.

### 3.8 Estado de Resultados

En cuanto a este estado, indica exactamente los ingresos y gastos en que incurre la empresa, que se expresa en forma ordenada los ingresos restando a los gastos, con el fin de obtener la utilidad neta que obtendrá “Blue Moon”. Siendo el beneficio real de la operación del Café Bar.

**Tabla 55**

#### Estado de Resultados

| CONCEPTO                                    | AÑO 1        | AÑO 2        | AÑO 3        | AÑO 4        | AÑO 5        |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingreso total en ventas                     | \$328.255,20 | \$344.667,96 | \$361.901,36 | \$379.996,43 | \$398.996,25 |
| Iva 14%                                     | \$ 45.955,73 | \$ 48.253,51 | \$ 50.666,19 | \$ 53.199,50 | \$ 55.859,47 |
| Utilidad Bruta en Ventas                    | \$282.299,47 | \$ 96.414,45 | \$311.235,17 | \$326.796,93 | \$343.136,77 |
| Gastos Operativos                           | 225731,89    | 237018,4845  | 248869,4087  | 261312,8792  | 274378,5231  |
| Utilidad antes de participación e impuestos | \$ 56.567,58 | \$ 59.395,96 | \$ 62.365,76 | \$ 65.484,05 | \$ 68.758,25 |
| Participación de trabajadores 15%           | \$ 8.485,14  | \$ 8.909,39  | \$ 9.354,86  | \$ 9.822,61  | \$ 10.313,74 |
| Utilidad antes de Impuestos                 | \$ 48.082,44 | \$ 50.486,57 | \$ 53.010,90 | \$ 55.661,44 | \$ 58.444,51 |
| Impuesto a la renta 25%                     | \$ 12.020,61 | \$ 12.621,64 | \$ 13.252,72 | \$ 13.915,36 | \$ 14.611,13 |
| Utilidad Neta                               | \$ 36.061,83 | \$ 37.864,93 | \$ 39.758,17 | \$ 41.746,08 | \$ 43.833,38 |

Es indudable que existe ganancia al mes, sin embargo el esfuerzo es grande por el trabajo que hay que realizar en el Café Bar “Blue Moon”. La finalidad del análisis es restar a los ingresos todos los costos obligatorios e impuestos que deba pagar la empresa.

### 3.9 Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: inversionistas, otras empresas,



bancos o la mezcla de ellos.

**Fuente:** (Baca Urbina, 2008)

Independientemente a cuanto haya aportado cada socio tendrá un costo asociado, de esta forma la empresa formará su propio capital. Los inversionistas deben obtener tal ganancia de crecimiento por el dinero que se invirtió, pese a los efectos inflacionarios, es por ello que los inversionistas se basan su análisis en la TMAR.

**Tabla 56**

**TMAR**

| TASA DE INFLACION + TASA PASIVA + TASA DE RIESGO DEL PROYECTO |      | TMAR = |       |
|---|------|--------|-------|
| TASA DE INFLACION   | 2,08 | TMAR   | 17,91 |
| TASA PASIVA   | 5,83 |        |       |
| TASA RIESGO DEL PROYECTO                                      | 10   |        |       |

**3.10 Valor Presente Neto (VAN)**

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Indica en lo escrito por Baca Urbina, Gabriel. (2008). *Evaluación de Proyectos 5<sup>ta</sup> ed.* D.F. México: Mac Graw Hill.

Para el cálculo de la VAN se utilizó esta fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} \dots \dots \dots + \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

VAN= \$ 159.048,90

De los resultados obtenidos en el cálculo del (VAN) se puede concluir lo siguiente:

La (VAN) es el valor presente de la inversión arrojada en los diferentes años de proyección y que a través de un factor de actualización se los ha traído al presente para conocer sobre su valor real actual.

De los valores arrojados por la (VAN) indica que, si éste es positivo el proyecto debe ser aceptado, en este caso el Café Bar “Blue Moon” obtuvo un valor de la VAN = **159.048,90**, convirtiéndose en la razón principal por la que el proyecto es aceptado.

### 3.11 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

**Fuente:** (Baca Urbina, 2008)

Es llamada tasa interna de rendimiento debido al dinero que cada año se gana se reinvierte en su totalidad en el interior de la empresa, además también existe una tasa externa ya que supuestamente no es real que todas las ganancias se reinvierten, de tal manera si existiese una reinversión total significaría un crecimiento de importancia de la producción y de la planta. Si este crecimiento se daría la empresa tendría que invertir en formas varias externas como creando otras empresas.

Para el cálculo de la TIR se utilizó esta fórmula:

$$P = \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} \dots \dots \dots + \frac{FNE + VS}{(1+i)^n}$$

|                  |
|------------------|
| TIR = 136,57186% |
|------------------|

La TIR es la tasa que hace que el VAN se haga cero, analizando esta tasa al ser mayor que uno, el proyecto debe ser aceptado, la empresa del Café Bar obtuvo una TIR de 136,57% lo que quiere decir que por cada dólar que se invierta en el proyecto, éste arrojará 1.36 dólares adicionales, razón por la que el proyecto de

“Blue Moon” debe ser aceptado.

Finalmente se puede concluir que el proyecto Café Bar “Blue Moon”, tanto la TIR como el VAN han resultado ser positivos, razón por la que se recomienda que el proyecto sea aceptado.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

Mediante la investigación realizada en el sector de San Rafael, se observó la existencia de varios establecimientos de bebidas como bares y cafeterías muy interesantes que ofrecen un buen servicio para todo tipo de clientes, además se analizó las amenazas y debilidades de estas empresas, cuyo resultado no cubren las necesidades del mercado consumidor, es decir demuestran insatisfacción por los servicios recibidos, especialmente a la población de jóvenes y adultos comprendida entre 25 años hacia arriba.

De acuerdo a las encuestas aplicadas, se obtuvo las preferencias de los potenciales clientes referente al servicio, buscan instalaciones y productos novedosos con relación a los demás establecimientos, por ello la implementación del Café Bar constituye una opción viable de inversión en negocios productivos en la zona de San Rafael, dotado de un ambiente sobrio y elegante con música suave y relajante.

El sector de San Rafael constituye una zona ampliamente comercial y central, razón por la cual existe mayor aglomeración de Cafés Bares que son visitados diariamente, especialmente los fines de semana, como indica el 50% en el Triángulo, mientras que el 27% en San Rafael y el 23% en Sangolquí.

Correspondiente a la información los clientes potenciales para el Café Bar Blue Moon en su mayoría son habitantes del Cantón Rumiñahui con un 67%, posteriormente se encuentran las del Cantón Quito con un 27% y finalmente con un mínimo porcentaje del 6% del Cantón Mejía. Considerando estos resultados interesantes para emplear inteligentes estrategias de marketing.

De acuerdo a los Catastro Turísticos de la Dirección de Turismo del Municipio del Cantón Rumiñahui, al primer trimestre del 2016 en el sector de San Rafael existe un total 24 bares y 15 cafeterías de diferentes categorías, pero ninguna de estas cuenta con las características del Café Bar “Blue Moon” a instalarse, con una elegante y sofisticada instalación de tipo moderno, con decoración única y fina, con un toque de

música sensual y delicada que incita al relax y con una amplia gama de aperitivos, bebidas frías y calientes con variedad de cocteles de lo mejor. Por lo que el cliente puede visitar este establecimiento y encontrar todo en un mismo sitio, además cuenta con amplio horario de atención.

Según el estudio de campo, el cliente está dispuesto a pagar un precio promedio de \$21.71, considerando que en ciertos días existen promociones de 2x1, happy hours, días del padre y de la madre, cumpleaños, en temporadas de importancia shows en vivo representados por cantantes o música instrumental para satisfacer las expectativas de los clientes y atraer a muchos otros.

Dentro las preferencias del consumidor en el establecimiento objeto del proyecto, el 72,16% de clientes buscan el área de cafetería, luego 49,39% prefieren el área de coctelería, mientras que en menor porcentaje del 31,95% van por el área de las picaditas, llegando a una inversión de implementación del establecimiento de \$48.492,33 según el análisis financiero.

En el análisis financiero se determina que el Valor Actual Neto (VAN) indica que el proyecto es viable, considerando un valor de \$159.048,90 con una Tasa Interna de Retorno(TIR) de 136,6%, por lo tanto es recomendable la implementación del nuevo Café Bar Blue Moon.

## **4.2 Recomendaciones**

Dada la importancia de conocer lo que necesita un mercado insatisfecho y desatendido en el sector del Valle de los Chillos, nace una idea inteligente para realizar un proyecto que cubra y satisfaga las necesidades de este segmento de mercado, mediante los estudios analizados en este proyecto donde se considere aceptado y rentable, por lo tanto es recomendable implementar el Café Bar “Blue Moon”, no solo mantener un diseño del local novedoso e innovar con una gama de productos exquisitos, sino demostrar un servicio eficiente, amable para satisfacción de los clientes manteniendo la imagen y prestigio del establecimiento en el mercado local y nacional.

En el sector de San Rafael existen varios establecimientos de Bares y Cafeterías pero también existe la competencia desleal que tratan de copiar las ideas nuevas y

diferentes que caracterizan el establecimiento. Por lo tanto las innovaciones nuevas de productos, promociones y decoraciones, deben continuar evolucionando para dar ese toque único de originalidad que posee el Café Bar Blue Moon con respecto a otros establecimientos.

La implementación del nuevo y diferenciado Café Bar “Blue Moon”, requiere además de lo dicho anteriormente de cumplir con los aspectos legales, tener un diagnóstico de su microlocalización bien marcado, y realizar ingeniosas estrategias de marketing, promociones, artistas, shows, promociones, eventos entre otras más variedades.

Las promociones serán especiales por continuar manteniendo el interés del segmento de mercado que es de nuestro interés, colocar banners en la entrada del lugar, los volantes que no deben faltar; es importante llevar una alianza estratégica con otras entidades para beneficio mutuo de estas. Entre las cuales están las tarjetas de todos los atractivos turísticos cercanos para que el cliente los tome al entrar, las páginas web y todas las redes sociales son clave para promocionar el Blue Moon encontrándose actualmente en auge. Tanto los municipios como los ministerios deben realizar mayores promociones de los atractivos turísticos del Valle de los Chillos y sus cercanías como de los establecimientos que están legalmente constituidos, sin embargo se recomienda mayor apoyo y mayor publicidad para los negocios.

Para conseguir este ritmo de aceptación por parte del cliente y para mantenerlo sobre todo, se requiere de un correcto manejo administrativo que permita generar ganancias más no pérdidas y llegar a obtener el éxito, posicionamiento y reconocimiento anhelado.

La idea de estos dos socios que han decidido implementar este innovador establecimiento, corresponde al esfuerzo económico realizado por el primer socio correspondiente al 60% y al 40% correspondiente al segundo socio para el capital inicial que se debe desembolsar; razón por la cual deberían existir instituciones financieras que faciliten créditos para iniciar nuevos negocios. Actualmente los Bancos facilitan los créditos a negocios que se encuentran establecidos por lo menos un año de funcionamiento.

Se ha analizado que un establecimiento como este afectará al medio ambiente, por

la cantidad de basura que este arrojará como plásticos, vidrio, desechos comunes; buscando una solución a esta problemática se tratará de minimizar el impacto por medio del reciclaje de acuerdo al tipo de desecho. Se recomienda a las autoridades o asociaciones de establecimientos realizar este clasificado reciclaje.

Una de las mayores amenazas que tenemos en la actualidad es el Volcán Cotopaxi y su aumento de actividad en los últimos tiempos, razón por la cual nos encontramos precavidos y como medida de respaldo es trasladarnos a otro sitio más seguro para salvar nuestra inversión.

Se recomienda visitar el Café Bar Blue Moon, que se encuentra ubicado en el sector de San Rafael e Isla Pinta, a pocos minutos del establecimiento se puede visitar diferentes atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui, a sus alrededores encontramos centros comerciales, balnearios de aguas termales de varios costos para disfrute de grandes y chicos.

Según [ruminahui.gob.ec](http://ruminahui.gob.ec), como atractivos turísticos urbanos tenemos la iglesia y parque central Juan de Salinas, Mausoleo del Prócer Juan de Salinas, Parque el Turismo, Plaza Cívica Rumiñahui, Monumento al Maíz, Monumento al Colibrí, Villa Carmen, Parque Santa Clara, Parque recreacional El Ejido, complejo deportivo San Sebastián, Parque San Rafael Eduardo Kingman, Casa Museo de Kingman “Posada de la Soledad”, Iglesia el Señor de los Puentes, Hacienda Chillo Compañía.



**Figura 33** Iglesia de Sangolquí

**Fuente:** ([ruminahui.gob.ec](http://ruminahui.gob.ec))



**Figura 34 Mausoleo del Coronel Juan de Salinas**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)

Entre los atractivos turísticos rurales encontramos las Cascadas de Vilatuña, se encuentra a 17 km de Sangolquí, Cascada Cóndor Machay ubicada a 17 km de Sangolquí, Hacienda Santa Rita, Cascada Rumibosque ubicada a 12 km de Sangolquí, Cascada Padre Urco, Cascada Molinuco ubicada a 15 km de Sangolquí, Cascada La Kimsa, La Gran Cascada del Pita. Lugares donde pueden disfrutar de sus paisajes, realizar caminatas, hacer ejercicios, acompañados de familiares y/o amigos observando maravillosos y encantadores paisajes llenos de naturaleza.





**Figura 35 Cascada Molinuco**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)



**Figura 36 Cascada Cóndor Machay**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)



**Figura 37 Cascada Rumibosque**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)



**Figura 38 Cascada Quimza**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)



**Figura 39 Cascada de Vilatuña**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)

En el Cantón Rumiñahui se pueden disfrutar de varias fiestas que son tradición para propios y extraños, entre las cuales tenemos las de Cantonización en la cual se pueden disfrutar de varios eventos, sean sociales, culturales y varios deportivos; los eventos de mayor afluencia de personas es el desfile cívico militar, posta atlética Qhapac-Ñan, que consta de un maravilloso y extenso recorrido por el llamado camino del inca, la cabalgata de identidad Rumiñahuense, la cual se trata de un recorrido en caballos en la que colaboran todas las haciendas aledañas con tan hermosos ejemplares, los populares bailes en las que pueden disfrutar en varios sectores con artistas diversos que alegran las fiestas, las corridas de toros son una de las atracciones más asistidas por la población en la que cualquier persona que tenga el coraje puede ingresar al ruedo, en varios lugares podemos disfrutar de tan deliciosos eventos gastronómicos, pero también el arte y la cultura está presente juntamente con otros eventos, pero el de más emoción y belleza es la elección de la reina.



**Figura 40** Identidad Rumiñahuense

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)

Otra de las fiestas más importantes del Cantón Rumiñahui son las del Maíz y el Turismo las cuales se celebran en el mes de septiembre, en este mes de festejos el que más alegra por la belleza de sus corceles que llevan hermosos carruajes decorados finamente de flores, animales y frutas o cualquier representación provenientes de cualquier parte del país, en la cual están subidas sus reinas que saludan con elegancia y amabilidad, junto con estas desfilan gran variedad de danzantes y múltiples bandas de pueblo, así es el desfile del Maíz y El Turismo.



**Figura 41** Carruajes y Reinas

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)

De igual manera no pueden faltar las tradicionales corridas de toros que siempre son tan esperadas y concurridas, o el tan fabuloso desfile del chagra que llegan de los pueblos y ciudades de los alrededores y de los ya conocidos clubes de chagras a festejar sus fiestas, no se puede dejar de lado los variados festivales de gastronomía y las tan maravillosas exhibiciones de un sinnúmero de artesanías.



**Figura 42 Desfile del Chagra**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)

El Cantón Rumiñahui, es cuna de hábiles artesanos, cuyos trabajos son cotizados a nivel nacional e internacional, destacándose la orfebrería que ha sobrepasado el interés nacional e internacional al exportar joyas de finos acabados, también sobresalen artesanos en la sombrerería, zapatería, cerería tallados en palo de balsa, sastrería.



**Figura 43 Joyas**

**Fuente:** (ruminahui.gob.ec)

Según [ruminahui.gob.ec](http://ruminahui.gob.ec), la gastronomía de Sangolquí es variada de costa y sierra teniendo platos como la exquisita fritada, tortillas con caucara o deliciosos caldos conocidos y apetecidos como el de treinta y uno, de gallina, de librilla, el yaguarlocro, además tenemos otros platos diferentes pero que encantan al paladar tales como el ville, o el menudo con mote, y entre las bebidas más solicitadas están las chichas en especial la de jora. Pero sin duda el plato estelar, es el típico hornado que data de cien años atrás con su insuperable sabor, plato que han degustado nacionales y extranjeros.; sin duda no nos podemos olvidar de los cuyes asados acompañados con papas cocinadas, salsa de maní, aguacate, lechuga y tomate, todo un festín de deliciosas combinaciones.



**Figura 44 Hornado**

**Fuente:** ([ruminahui.gob.ec](http://ruminahui.gob.ec))

## BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Recuperado el 12 de enero de 2016, de Wikipedia: <http://www.wikipedia.org>
- Baca Urbina, G. (2008). *Evaluación de Proyectos 5 ta ed.* D.F: Mac Graw Hill.
- Cobos Criollo, O. I. (2013). *"Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa "Bar Restaurant Rústico" en la ciudad de Loja"* . Loja: Universidad Nacional de Loja.
- google. (s.f.). Recuperado el 12 de enero de 2016, de <https://www.google.com.ec>
- Pérez, L. (2006). *Márketing Social Teoría y Práctica.* Madrid: Pearson Prentice Hall.
- pichincha.gob.ec.* (s.f.). Recuperado el 14 de abril de 2016, de <http://www.pichincha.gob.ec>
- promorumiñahui.blogspot.com.* (s.f.). Recuperado el 14 de abril de 2016, de <http://promorumiñahui.blogspot.com>
- ruminahui.gob.ec.* (s.f.). Recuperado el 29 de agosto de 2016, de <http://www.ruminahui.gob.ec>
- Rumiñahui, M. d. (2004). *Guía Turística de Sangolquí.*
- Sánchez, Z. (2004). *Introducción a la Contabilidad y Documentos Mercantiles 2 da ed.* Quito: Holos.