

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**



Facultad: Ciencias Administrativas y Contables

Escuela: Contabilidad y Auditoría

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE DISERTACIÓN DE
GRADO**

**Tema: "Creación de una Librería-Café en la
ciudad de Esmeraldas"**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA - CPA**

Autora: Diana Tarira Bagüi

Director de Disertación:

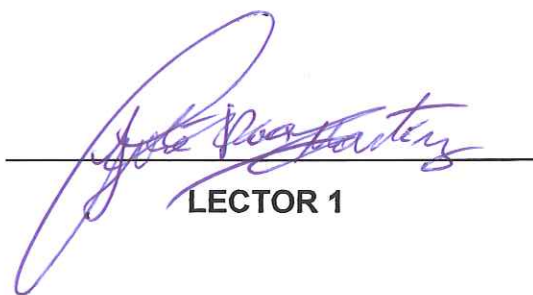
Ing. Christian Mora

Esmeraldas-Ecuador

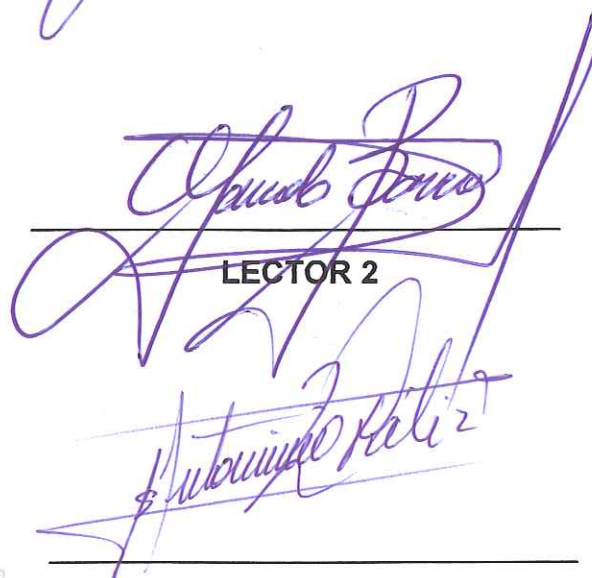
Disertación aprobada luego de haber cumplido con los requisitos exigidos en el reglamento de grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.



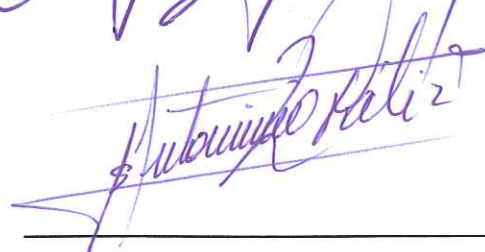
DIRECTOR DE DISERTACIÓN



LECTOR 1



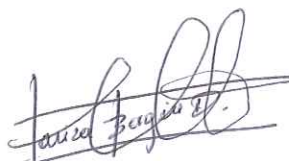
LECTOR 2



DIRECTOR DE ESCUELA

AUTORÍA

Yo, Diana Tarira Bagüi con cédula de Identidad N° 080259684-1, declaro que este proyecto es de mi total responsabilidad y autoría; se lo realizó con apego a la verdad, tratando siempre de ser lo más claro y preciso posible, teniendo muy presente que en la honestidad se sustenta la credibilidad de esta investigación.



DIANA TARIRA BAGUI

CI: 080259684-1

DEDICATORIA

Para la persona más importante de mi vida, el motor que me empuja a alcanzar todas mis metas y luchar por un futuro mejor, para mi hijo Fabián a quien amo con todo mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Con todo el cariño de mi corazón deseo agradecer a todas aquellas personas que aportaron de una forma u otra para la culminación de esta meta.

A mi madre por ser una persona ejemplar, por encontrar en ella el amor y el apoyo incondicional.

A mi padre por estar siempre presente e inculcarme todos los valores que ahora hacen parte de mi vida.

A mi hermana por el afecto y ayuda que me presta, pero sobre todo por estar ahí siempre que la necesito y a mi esposo por el amor y paciencia que me brinda.

PRÓLOGO

La lectura no solo proporciona información sino que forma creando hábitos de reflexión, análisis, esfuerzo, concentración, hace gozar, entretiene y distrae. En esta época de cambios vertiginosos en la cual los conocimientos envejecen con rapidez, es fundamental tener un hábito lector que nos garantice tener conocimientos frescos, actualizados pues ello nos vuelve laboral y académicamente más eficientes y competentes. Tener una fluida comprensión lectora, poseer hábito lector, hoy en día, es algo más que tener un pasatiempo digno de elogio, sino más bien es garantizar un futuro mejor de las generaciones.

Las Librerías juegan un papel importante en el fortalecimiento del nivel cultural de las personas a través de los libros, estos sitios deben ser apoyados con mayor ahínco ya que motivan a los individuos a adquirir y mejorar sus hábitos de lectura.

En las librerías encontrarás una nueva manera de recreación, de disfrutar el tiempo libre adquiriendo nuevos conocimientos, visitar una librería es una de las mayores experiencias para encontrarse con un mundo diferente, en el que puedes viajar, recorrer sitios y tiempos, nuevas formas de ver la vida, con cada ejemplar que se encuentra en la librería puedes crear colores, olores, sabores, podrás vivir una historia nueva con cada libro que abras frente a ti, cada texto es una experiencia diferente en el que pones a prueba tu imaginación y creatividad. Por ello no sólo es importante que visites una librería, sino que escojas bien los libros que vas a disfrutar leyendo, ya que se volverán parte de tu vida.

RESUMEN EJECUTIVO

En la ciudad de Esmeraldas la lectura sólo se la practica como un medio de mantenerse informado y no como una fuente de aprendizaje o distracción, la industria tecnológica ocasionó que la sociedad se olvidara de la lectura y el poco espacio que se dedicaba a los libros se cambiara por nuevas formas de comunicación y diversión, dejando atrás el hábito de leer un buen libro.

El desinterés en la lectura se ha convertido en un problema social no solo ocasionado por la falta de inversión en lugares de lectura sino también por que los ciudadanos mismos han permitido que poco a poco el hábito de la lectura se pierda pasando esto de una generación a otra ya que a los niños no se les inculca en sus hogares o escuelas que se familiaricen con los libros y que en un futuros puedan acercarse a ellos en una forma natural.

Este proyecto estuvo dirigido a crear un lugar que motive al hábito de la lectura, donde las personas puedan acceder a una gran variedad de textos, donde puedan comprar o alquilar los libros y leerlos tranquilamente en las instalaciones de la Librería.

Los objetivos de este proyecto estuvieron enfocados en la realización de un estudio de factibilidad, dichos objetivos llevaron a comprender los recursos necesarios para la implementación de la Librería-Café, el mercado al que se dirigirá y el marco legal necesario para su adecuado funcionamiento.

La realización de esta investigación tuvo la finalidad de que en la ciudad de Esmeraldas exista un sitio de relajación, esparcimiento, de crecimiento intelectual a través de los libros, un espacio que incentive a las personas a practicar la lectura y que mejore el nivel cultural de los Esmeraldeños.

ÍNDICE

AUTORÍA.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
PRÓLOGO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	xii

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	15
1.3. OBJETIVOS.....	16
1.3.1. Objetivo General.....	16
1.3.1.1. Objetivos Específicos.....	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. LA LECTURA EN ESMERALDAS	17
2.1.1. Importancia de la Lectura	18
2.1.2. Causas del desinterés en la Lectura.....	20
2.1.3. Medios de Incentivo para la Lectura	21
2.2. LIBRERÍA-CAFÉ.....	23
2.2.1. Tipos de Librerías	24
2.2.2. Librerías en el Ecuador.....	24
2.2.3. Tipos de textos que se expenden en una Librería	25
2.2.4. Servicios que presta una Librería	26
2.2.5. Atención al Cliente en las Librerías.....	27
2.3. PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA LECTURA.....	28
2.3.1. Concursos de Lectura en el Ecuador.....	28
2.4. ESTUDIO DE MERCADO.....	30
2.4.1. Ámbito de aplicación del Estudio de Mercado	31
2.5. INGENIERÍA DE PROYECTOS.....	32
2.6. PLAN DE MARKETING	34

2.6.1. Finalidad del Plan de Marketing.....	34
---	----

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	36
3.1.1. Formas de Investigación.....	36
3.2. CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA	36
3.2.1. Tipo de Investigación.....	36
3.3. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO	37
3.4. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA.....	37
3.4.1. Información Primaria.....	37
3.4.2. Información Secundaria	38
3.5. DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.....	38
3.6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	38
3.6.1. Población y Muestra.	39
3.7. CONSTRUCCIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN	39
3.8. NORMAS ETICAS	40

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO	41
4.1.1. Efectos del Plan Nacional de Desarrollo para el Proyecto.....	41
4.2. FUNCIÓN DE LA DEMANDA	42
4.2.1. La Naturaleza de la Demanda del Proyecto	42
4.2.2. Estructura preferenciales y gusto de la demanda de consumo ...	43
4.2.3. Demanda Elástica del Producto.....	45
4.2.4. Durabilidad del Servicio	45
4.3. OFERTA DEL PRODUCTO	45
4.3.1 Incentivo Nacional para la Comercialización de libros	45
4.3.2. Requerimiento Tecnológico para la comercialización	46
4.3.3. Bienes sustitutos existentes en el mercado.....	46
4.4. ESTUDIO DE MERCADO.....	47
4.4.1.Mercado Proveedor	47

4.4.2. Mercado Competidor	48
4.4.3. Posición frente a la Competencia	51
4.4.4. Estrategia Comercial.....	56
4.4.4.1. Canales de Distribución y Comercialización	57
4.4.4.2. Variables Externas.....	57
4.4.4.3. Análisis FODA.....	60
4.4.4.4. Estrategis de venta, promoción y publicidad.....	61
4.4.5. Proyección de Ventas	63
4.5. INGENIERÍA DE PROYECTOS.....	67
4.5.1. Características de la Librería-Café	67
4.5.2. Proceso de Comercialización	69
4.5.3. Descripción del Proceso	71
4.5.4. Flujo de Proceso	73
4.5.5. Estratégias de Comercialización.....	77
4.5.6. Tamaño del Mercado	77
4.5.7. Disponibilidad de Inventarios	77
4.5.8. Disponibilidad de Capital	78
4.5.9. Localización y Tamaño	78
4.5.10. Distribución de la Librería-Café.....	80
4.6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	83
4.6.1. Nombre del Negocio.	83
4.6.2. Logo.....	83
4.6.3. Propuesta de Venta	83
4.6.4. Características y Tipo de Organización	83
4.6.5. Misión, Visión y Objetivos	84
4.6.6. Requerimiento de Capital Humano.....	85
4.6.7. Organigrama Estructural y Funcional.....	85
4.6.8. Trámites y Permisos de Funcionamiento.....	88
4.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	91
4.7.1. Indicadores Económicos.....	91
4.7.2. Inversión Fija	91
4.7.3. Depreciación.....	95
4.7.4. Inventarios	97
4.7.5. Capital de Trabajo.....	101

4.7.6. Gasto de Sueldo	102
4.7.7. Gasto de Servicios Básicos	104
4.7.8. Gasto de Arriendo.....	104
4.7.9. Gasto de Publicidad.....	105
4.7.10. Inversión Total	105
4.7.11. Financiamiento.....	106
4.7.12. Presupuesto de Costos y Gastos.....	109
4.7.13. Pronóstico de Compra y Venta	111
4.7.14. Punto de Equilibrio.....	112
4.7.15. Estado de Resultado.....	114
4.7.16. Balance de Situación Inicial	116
4.7.17. Indicadores Financieros del Proyecto	117
4.7.18. Análisis de Sensibilidad	119
4.7.19. Razones Financieras del Proyecto	127

CAPÍTULO V

IMPACTOS

5.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	129
5.1.1. Impacto Cultural.....	129
5.1.2. Impacto Económico	130
5.1.3. Impacto Social	130
5.1.4. Impacto General	131

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES	132
6.2. RECOMENDACIONES.....	134
GLOSARIO	135
BIBLIOGRAFÍA.....	137

ANEXOS

Anexo N°1.....	2
Anexo N°2.....	2
Anexo N°3.....	4
Anexo N°4.....	6

INTRODUCCIÓN

La lectura ha sufrido cambios importantes, desde la tendencia historicista y acumulativa tradicional a la crítica teórica actual, cuyo objetivo es despertar en los niños y adolescentes el gusto por la lectura y desarrollar en ellos aptitudes necesarias para reflexionar, enriquecer el léxico, interpretar textos, asociar ideas, incorporar nociones, explorar otras realidades y apreciar los valores de belleza y creatividad.

Este proyecto en su afán de contribuir a mejorar el hábito de lectura en las personas de la ciudad de Esmeraldas, con la propuesta de la creación de una librería-café que incentive el amor a la lectura, planteo su investigación en seis capítulos que han sido de suma importancia para el desarrollo de este proyecto, los cuales se detallan a continuación de manera resumida.

CAPÍTULO I: se refiere al marco contextual de la Investigación sobre la Creación de una Librería-Café, la problemática encontrada para la realización de este proyecto y los objetivos que se diseñaron para la investigación.

CAPÍTULO II: Hace referencia al marco teórico el cual contiene nociones sobre la actualidad del hábito de lectura en los Esmeraldeños, la importancia de leer un libros, las causas del desinterés en la lectura, lo que es una Librería-café y los servicios que presta, así mismo este marco teórico da a conocer lo necesario para realizar un estudio de mercado, una ingeniería de proyecto y un estudio legal para el correcto funcionamiento del negocio.

CAPÍTULO III: Está compuesto por los métodos y técnicas que se emplearon para la realización de la investigación, los cuales ayudaron a obtener resultados precisos y veraces.

CAPÍTULO IV: Está estructurado por el análisis e interpretación de los resultados en relación con los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO V: Consta de los impactos culturales, sociales y económicos que provocaría la creación de la Librería-Café en los Esmeraldeños.

CAPÍTULO VI: Este último capítulo comprende las conclusiones y recomendaciones realizadas en base a los resultados obtenidos en el transcurso de la investigación.

CAPITULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

En la ciudad de Esmeraldas existe un gran desinterés por la lectura, que puede ser ocasionado por la falta de recursos y por el auge de la tecnología que hace que los adolescentes se vuelquen cada vez más a los juegos de video y a la televisión. Pero el poco interés por la lectura no es un problema relacionado únicamente con los adolescentes, sino que más bien está vinculado con la falta de motivación y de espacios de lectura.

La escasa inversión en librerías a producido que en la ciudad de Esmeraldas no se pueda acceder a una gran cantidad de libros, que no existan espacios de comunicación en los que tenga entrada el comentario de textos, que las personas no acudan a fuentes bibliográficas adecuadas, que no se difunda la importancia de la lectura, los beneficios que brinda y sobre todo a ocasionado que no se ayude a formar lectores y por ende que los usuarios confíen en que la lectura es un medio de crecimiento intelectual, personal y social.

Por todas estas razones es necesario crear una librería-café que ayude a fomentar el amor a la lectura en todos los ciudadanos y que además sirva de entretenimiento para todas las personas que desean pasar un momento apacible y agradable leyendo un buen libro.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La idea de la creación de una librería –café surgió, porque Esmeraldas, no cuenta con una librería que brinde variedad de textos y servicios que fomenten el hábito de la lectura. Esta idea servirá de motivación para que los ciudadanos tomen conciencia de la importancia que tiene la lectura en la vida de las personas y que comprendan que la lectura trae consigo muchos beneficios ya que incrementa la cultura y por lo tanto el nivel de conocimiento de quien la practica asiduamente, lo cual permite a la persona desarrollarse mejor en cualquier ámbito, ya sea académico, profesional o social.

La lectura es el camino hacia el conocimiento y la libertad. Ella nos permite viajar por los caminos del tiempo y del espacio, y conocer la vida, el ambiente, las costumbres, el pensamiento y las creaciones de los grandes hombres que han hecho y hacen la historia. La lectura implica la participación activa de la mente y contribuye al desarrollo de la imaginación, la creatividad, enriquece el vocabulario como la expresión oral y escrita. Desde el punto de vista psicológico ayuda a comprender mejor el mundo como a nosotros mismos, facilita las relaciones interpersonales, su desarrollo afectivo, moral y espiritual y en consecuencia, la capacidad para construir un mundo más justo y más humano.

Por ello, este trabajo estuvo dirigido a crear un lugar donde las personas puedan comprar o alquilar los libros, leer en un ambiente agradable, que tomen un café mientras escuchan música relajante, que acudan a interesantes charlas de libros, que los niños puedan asistir a la lectura de cuentos y talleres de dibujo o pinturas, un lugar que incentive a que las personas se interesen cada día más por los libros.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERAL:

Realizar un estudio de factibilidad para crear una librería-café que brinde una gran variedad de libros que incentiven a la ciudadanía esmeraldeña al hábito de la lectura.

1.3.1.1. ESPECÍFICOS:

- Realizar un estudio de mercado que permita medir la demanda de consumo que tendrá la librería-café, a través de diferentes técnicas e instrumentos de investigación que proporcionarán resultados precisos y veraces.
- Establecer estrategias de mercadeo mediante la elaboración de un plan de marketing que permita que las personas se interesen por los libros para su comercialización.
- Efectuar una ingeniería de proyectos para determinar la inversión, los costos y gastos de operación, el marco legal, y aquellos recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. LA LECTURA EN ESMERALDAS

“El problema de la lectura es posiblemente uno de los más grandes escollos en el desarrollo cultural del país. Este es un problema de tipo estructural que corresponde a la presencia aún dominante de un sistema y un modelo educativo tradicional basado en el memorismo, en la poca o ninguna reflexión y crítica viva de la realidad y poca vinculación con la práctica. Existe una íntima relación entre los bajos niveles de lectura y la comprensión del sistema social en que se vive. En la sociedad actual, la mayoría de estudiantes se desenvuelven en condiciones económicas precarias, lo que da como resultado que no dispongan en sus hogares de los bienes materiales adecuados de información y su único acceso a la cultura dominante se produce a través de los medios masivos de comunicación, especialmente la radio y la televisión. El estado por su parte, no ha hecho los suficientes esfuerzos por dotar a la población estudiantil de medios de lectura y de información suficientes y de buena calidad. El consumo de bienes culturales como son los textos y los libros, es de los más bajo en el continente y en el mundo”¹

En Esmeraldas la falta de materiales de información impresos, se le agrega la resistencia que presentan los potenciales lectores al ejercicio de la lectura, por considerarla de poca importancia para los fines prácticos que exige la vida y por cuanto carecen de motivaciones en el hogar y en la escuela. Al interior de los planteles educativos se produce otro tipo de fenómeno: los alumnos no están acostumbrados a la práctica de la lectura, porque en su entorno familiar se privilegia la televisión. Adicionalmente, en los hogares de bajos recursos no existen bibliotecas familiares que inciten a leer. La única fuente de lectura es el

¹ www.edufuturo.com › Educadores › Artículos –

texto obligado en la escuela por los docentes respectivos, que funcionan a modo de verdaderas enciclopedias informativas, son utilizadas para todas las áreas del conocimiento. En este sentido se puede afirmar que lo que lee no se comprende. La utilización de las frases, de las palabras, de los párrafos no se realiza desde una perspectiva de comprensión integral.

2.1.1. IMPORTANCIA DE LA LECTURA

“La lectura es una actividad eminentemente intelectual cuya importancia no ha sido en absoluto minimizada por el auge y desarrollo de los medios audiovisuales. Gracias a la lectura conectamos con el pensamiento y el sentir de antiguas culturas y con las mentes más preclaras y lúcidas del presente. La lectura nos instruye y enriquece, capacitándonos para llevar una vida verdaderamente activa y consciente; algo que sólo ha de conseguirse mediante un conocimiento lo más perfecto, racional y objetivo posible de la realidad que nos rodea y de nosotros mismos”²

“La lectura no solo proporciona información (instrucción) sino que forma (educa) creando hábitos de reflexión, análisis, esfuerzo, concentración... y recrea, hace gozar, entretiene y distrae. Una persona con hábito de lectura posee autonomía cognitiva, es decir, está preparada para aprender por sí mismo durante toda la vida. En esta época de cambios vertiginosos en la cual los conocimientos envejecen con rapidez, es fundamental tener un hábito lector que nos garantice tener conocimientos frescos, actualizados pues ello nos vuelve laboral y académicamente más eficientes y competentes en el campo laboral o académico. Tener una fluida comprensión lectora, poseer hábito lector, hoy en día, es algo más que tener un pasatiempo digno de elogio...es garantizar el futuro de las generaciones que en este momento están formándose en las aulas”³

² Mayo, W.J. CÓMO LEER, ESTUDIAR Y MEMORIZAR RÁPIDAMENTE. Norma-1991

³ <http://www.psicopedagogia.com/importancia-de-la-lectura>

- “La lectura ayuda al desarrollo y perfeccionamiento del lenguaje. Mejora la expresión oral y escrita y hace el lenguaje más fluido. Aumenta el vocabulario y mejora la redacción y ortografía.
- La lectura nos permite aprender cualquier materia desde física cuántica hasta matemática financiera. No hay especialidad profesional en la que no se requiera de una práctica lectora que actualice constantemente los conocimientos para hacernos más competentes día a día.
- La lectura mejora las relaciones humanas, enriqueciendo los contactos personales pues facilita el desarrollo de las habilidades sociales al mejorar la comunicación y la comprensión de otras mentalidades al explorar el universo presentado por los diferentes autores.
- La lectura da facilidad para exponer el propio pensamiento y posibilita la capacidad de pensar. En el acto de leer, se establecen conceptos, juicios y razonamientos ya que, aunque no seamos conscientes de ello, estamos dialogando constantemente con el autor y con nuestra propia cosmovisión.
- La lectura es una herramienta extraordinaria de trabajo intelectual ya que promueve el desarrollo de las habilidades cognitivas fundamentales: comparar, definir, argumentar, observar, caracterizar, etc.,
- La lectura aumenta nuestro bagaje cultural; proporciona información, conocimientos de diferentes aspectos de la cultura humana.
- La lectura amplía los horizontes del individuo permitiéndole ponerse en contacto con lugares, gentes, experiencias y costumbres lejanas a él en el tiempo o en el espacio.
- La lectura estimula y satisface la curiosidad intelectual y científica.
- La lectura desarrolla la creatividad pues al ampliar nuestro horizonte lexicológico y cultural nos brinda el desarrollo de los principales indicadores de creatividad como son: la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y la sensibilidad.
- La lectura nos vuelve más tolerantes, menos prejuiciosos, más libres, más resistentes al cambio, más universales y más orgullosos de lo nuestro.

- La lectura es una afición que dura toda la vida que puede practicarse en cualquier tiempo, lugar, circunstancia. Nos libra de los males de nuestro tiempo: la soledad, la depresión y el consumismo compulsivo”⁴

La lectura trae muchos beneficios a la vida de todas las personas que la practican asiduamente ya que desarrolla la creatividad, aumenta la capacidad de memoria, de concentración y ayuda a obtener un léxico mucho más amplio así como también a mejorar la ortografía. En el aspecto social la lectura proporciona mayor confianza para que las personas se desenvuelvan ante los demás por el amplio vocabulario que adquieren al leer un libro. Toda persona que lee se encuentra bien informada y actualizada de lo que sucede en su entorno.

2.1.2. CAUSAS DEL DESINTERÉS EN LA LECTURA

“Son distintos los factores que hacen que la lectura sea tan solo un medio para mantenerse informados y no un placer.

- **Falta de accesibilidad.** Generalmente los libros son caros, el salario mínimo solamente alcanza para lo básico.
- **Falta de modelos.** Si nuestros padres no leen difícilmente tomaremos el hábito de lectura por nuestra cuenta, repetiremos modelos.
- **Maestros.** Nuestros Maestros no leen y muchos están mal informados.
- **Tiempo.** La vida en estos tiempos está corriendo a mil por hora y difícilmente encontramos el tiempo para leer.
- **Cultivar en la niñez.** Las cosas que jamás se olvidan se aprenden en la niñez, los niños deben relacionarse con la lectura desde que nacen, incluso se pueden encontrar libros musicales o que contienen canciones, y otros más que contienen efectos ópticos y hasta diferentes texturas, todos ellos con la finalidad de captar la atención del niño.
- **Falta de bibliotecas** en la mayoría de las escuelas públicas, dificultando el acceso a los libros;

⁴ <http://www.psicopedagogia.com/importancia-de-la-lectura>

- El uso demasiado del Internet”⁵

Existen muchas razones por la que las personas en la actualidad no leen, pero lo cierto es que la lectura es un hábito fundamental en la vida de cada individuo, influye tanto en el aspecto intelectual, social y personal. Por ello es importante empezar a cambiar la mentalidad e incorporar a la vida diaria la lectura de un libro, para esto se debe comenzar inculcando en los hogares y escuelas a los niños a que se familiaricen con los libros, así mismo demostrar con ejemplo la importancia que tiene la lectura dejando atrás el desinterés por ella

2.1.3. MEDIOS DE INCENTIVOS PARA LA LECTURA

- “Los padres debe compartir la lectura con sus hijos, leer con ellos, esa parte afectiva no la van a olvidar y ayuda a que los menores tenga amor por los libros.
- A medida que el niño empieza a leer, los cuentos tengan poco texto, preferible que sean de dos párrafos y no extensos, los cuentos consta para qué edades van dirigidos y qué otros temas se sugieren.
- Las bibliotecas deben abrir sus puertas para que más personas accedan a los libros, se motiven para que compartan una lectura con quienes están en su entorno”.
- Sensibilizarlos como modelos de lectura . El niño / adolescente debe palpar el objetivo de lo que se le asigna para leer, se le dice: “es para tu conocimiento, para cultivar la inteligencia, tu personalidad, para que te sientas más seguro... para que desarrolles el sentido común”.

⁵ http://www.apoyolingua.com/compreension/importancia_lectura

- La lectura debe realizarse en forma natural y agradable, sin prisa ni angustia, sin evaluación, sin corrección, sin descalificación... no puede significar una obligación y menos un castigo.
- Deben utilizarse lecturas interesantes, atractivas, (cuentos, fábulas, poesías.....)
- El tiempo de lectura lo establece el niño/ adolescente."Es preferible que quede con hambre y no saturado".
- Debe leerse en forma dinámica, con apoyo de un grabador para modelar el modo y el ritmo y así favorecer la comprensión como la discriminación adecuada de las palabras del texto. Cuanto más de prisa se lee, más fácilmente se agrupan las palabras para su comprensión. . El peor enemigo de la lectura es el temor y la lentitud, para ello debe considerarse esta actividad como algo divertido.
- Se recomienda que se lea, lea y lea a diario al niño, incluso dos veces por día, y que nos observen leer.
- Se requiere del ingenio y creatividad de los adultos para promocionar esta actividad. Convirtiendo la lectura en un verdadero ritual.
- Una buena fórmula es hacer memoria y recordar los viejos momentos, devolverse a la infancia y a instantes gratificantes de fantasía, sueños y lecturas.
- Proporcionar un ambiente cálido y adecuado. (Ropa, lugar, música, accesorios, etc.)
- Dar tanta importancia y jerarquía, a la lectura, que los niños y adultos tomen conciencia de lo que esto implica, calificándolo como prioridad"⁶

⁶ Doris Gicherman, Psicopedagoga, upidg@hotmail.com

Para incentivar a la lectura tanto a un niño, un adolescente o a un adulto existen diversas formas, es cuestión de encontrar la manera más adecuada y propicia para que las personas se interesen por la lectura y que empiecen a entender los beneficios que esta le proporcionará. Entre otras maneras de incentivar a la lectura se pueden mencionar algunas como: Realizar talleres de lectura en las instituciones educativas, leerles cuentos a los niños, ferias de libros, todas estas actividades atraen el interés de las personas e incentivan el amor por la lectura.

2.2. LIBRERÍA - CAFÉ

“Una **librería** es un establecimiento comercial cuyo principal producto a la venta son libros. Muchas librerías venden artículos de algún modo relacionados con los libros como separadores, postales, mapas, periódicos y prestan servicios adicionales como el de cafetería. También pueden ofrecer otros objetos que varían enormemente de una tienda a otra, sobre todo entre las pequeñas. Es frecuente encontrar una librería dentro de una gran tienda departamental. Muchas universidades frecuentemente tienen una librería, además de una biblioteca, dentro de sus instalaciones para que los alumnos puedan adquirir las obras requeridas por sus cursos, sobre todo libros de texto”⁷

En otras ciudades y países del mundo existen muchas librerías que se encargan de vender una gran cantidad de libros, sin embargo la ciudad de Esmeraldas todavía no cuenta con una librería que se encargue exclusivamente de la venta de libros, sólo existen unas cuantas papelerías que tienen una mínima cantidad de textos y se especializan más bien en la venta de artículos escolares, lo cual ha ocasionado que muchas personas que requieren de un libro lo adquieran en otras ciudades o que se deje atrás el hábito de la lectura, incluso esta falta de librerías a llevado a que las escuelas y colegios sean los nuevos puntos de venta de los libros.

⁷ <http://es.wikipedia.org>

2.2.1. TIPOS DE LIBRERÍAS

“Muchas librerías no solo se ocupan de la venta de libros nuevos existen algunas que vende libros de segunda mano, usados o “de viejo”, frecuentemente a precios mucho más reducidos que los nuevos. En estas librerías también se encuentran ejemplares agotados, aquellos cuyas casas editoras dejaron de imprimir hace tiempo y ya no se consiguen. Los coleccionistas de libros y los investigadores académicos frecuentan estas librerías en busca de primeras ediciones y otros libros antiguos y raros.

Las librerías pueden variar de tamaño desde las independientes que tienen a la venta unos cientos de ejemplares, hasta las que son cadenas de librerías, que frecuentemente tienen a la venta hasta 200,000 volúmenes diferentes. Las librerías virtuales pueden tener muchos más libros a la venta al no necesitar tener su catálogo completo presente de manera física”⁸

Existen diferentes tipos de librerías algunas varían por su tamaño, el estilo de las instalaciones y la clase de libros que esta venda, ya que algunas de las librerías se encargan de la venta de libros nuevos y otras se ocupan de la venta de libros usados o ejemplares agotados. También se pueden distinguir las librerías virtuales que tienen mucho más ejemplares de libros que las librerías tradicionales al no tener físicamente todos sus textos en sus instalaciones.

2.2.2. LIBRERÍAS EN EL ECUADOR

“En el Ecuador existen una gran cantidad de librerías que pone al alcance de alumnos, profesores y público en general una amplia oferta de títulos especializados en educación, cultura, iglesia y temas de formación general. Con libros de las más destacadas editoriales se ofrece material bibliográfico

⁸ <http://es.wikipedia.org>

para cumplir con las exigencias de los clientes y una gran variedad de servicios adicionales”⁹

En la actualidad el Ecuador cuenta con una gran cantidad de librerías que se ven más concentradas en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, en otras ciudades del país no se han creado aún librerías que fomente el amor a la lectura en todos los ciudadanos. Las librerías que existen en el Ecuador poseen una gran cantidad de textos y tienen las instalaciones adecuadas para que los amantes de los libros puedan leer plácidamente en ellas.

2.2.3. TIPOS DE TEXTOS QUE SE EXPENDEN EN UNA LIBRERÍA

“La mayoría de las librerías venden los siguientes libros:

- Científicos
- Literatura y Lingüísticos
- De viaje
- Biografías
- Libro de texto
- Libros de gran formato (Coffee Table Book)
- De referencia o consulta
- Monografías
- Recreativos
- Instructivos
- Poéticos

Los libros que mayoritariamente se leen son los textos escolares, seguidos por los textos de historia, novela, superación personal, biografías y enciclopedias, en los últimos puestos se ubican los textos de política, sociales y poesía.

De los libros más leídos "El Código Da Vinci" es el texto predilecto, el segundo puesto lo ocupa la "Biblia" y "Juventud en éxtasis", atrás quedan como libros

⁹ <http://www.isparm.edu.ar/Servicios>

favoritos "Don Quijote de la Mancha", "Cien años de soledad", "Cañitas", "El Principito", "Harry Potter" y "Volar sobre el pantano". Los libros de superación personal junto a la Biblia son los títulos más vendidos.

Además, entre los favoritos se encuentran los best sellers, considerados como libros de dudosa calidad y únicamente el "Quijote de la Mancha" y "Cien años de Soledad" se encuentran entre las preferencias de los jóvenes lectores, "lo importante no es sólo cuanto se lee, sino que se lee", comentan especialistas.

El Principito, El Código Da Vinci y Un grito desesperado son los libros preferidos entre la población de 18 y 30 años; mientras que Harry Potter es el libro favorito de los jóvenes de 12 a 17 años"¹⁰

Las librerías venden una gran cantidad de ejemplares, en sus instalaciones tienen divididos por sectores las clases de libros que ofrecen a sus clientes, entre los libros que poseen para la venta están los de superación personal, best seller, novelas, historia, libros infantiles y de autores muy reconocidos.

2.2.4. SERVICIOS QUE PRESTA UNA LIBRERÍA- CAFÉ

"Entre los servicios que puede prestar una librería están:

- Tomar un café con relajante música
- Leer apaciblemente un buen libro mientras toma su café
- Asistir a interesantes conferencias y charlas de entrada libre
- Inscribirse a cursos y talleres
- Lectura de cuentos infantiles
- Taller de dibujo y puntura"¹¹

Las librerías pueden ofrecer una gran cantidad de servicios a sus clientes para que estos se sientan a gusto en sus instalaciones, por ejemplo puede leer un libro en una sala de lectura acondicionada apropiadamente para que el lector pueda sentirse cómodo, al mismo instante en que lee un libro puede escuchar

¹⁰ <http://www.bibliodigital.udec.c>

¹¹ <http://www.kosmo.com>

música que le proporcionará un estado de relajación absoluta, otra opción sería participar de la lectura de libros o escuchar charlas muy interesantes. A los niños también se los atraería con recreaciones o lectura de cuentos infantiles y con los talleres de dibujo.

2.2.5. ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS LIBRERÍAS

“En una librería el vendedor debe saber cómo atender, qué ofrecer y cuándo intervenir y no debe caer en el error de vender el libro sólo por su precio. Hay que despertar el interés a través de una presentación atractiva en la vitrina o en la misma librería. La finalidad es llamar la atención a la persona por cosas en las que ni pensó.

Muchas decisiones se toman al instante en la misma librería. Son espontáneas y causadas por una buena presentación y un buen marketing en general. Es importante, ya que es el cliente quien decide dónde va a comprar sus libros. La librería debe tener atmósfera para que el cliente se sienta cómodo y pueda andar tranquilamente por la librería para conocerla. Alguien que se siente cómodo regresará cuando tenga que Comprar libros la próxima vez.

Para eso la librería debe cumplir con la demanda. Se deben tener los libros que piden los clientes o se debe prometer conseguir el libro en el menor tiempo posible. La labor de venta empieza cuando se vende algo más. Ya sea por la recomendación adicional del librero o en el momento en que el cliente apenas tiene una información vaga del libro y necesita la ayuda del librero”¹²

Un cliente siempre comprará sus libros en el lugar en el que se sienta mejor atendido, por esto en una librería se debe procurar que las personas que asisten a la librería estén lo más cómodas posibles para esto se le tiene que ofrecer servicios que faciliten sus compras, como por ejemplo: envíos a domicilio, pedidos por teléfono, pago con tarjeta de crédito, etc. Otra manera de

¹² http://www.bibliodigital.udec.cl/index.php?option=com_content&task=view&id

atraer a los clientes es ser siempre amables, saludarlos amistosamente, con una sonrisa y ser lo más atento posible.

2.3. PROYECTOS DE PROMOCIÓN DE LA LECTURA

“Los planes, programas y otros proyectos comprendidos dentro de lo que habitualmente se llama “promoción de la lectura”, desarrollados en distintos niveles -desde los planes nacionales y provinciales, los proyectos de un distrito escolar, hasta las iniciativas de una escuela o un grupo de docentes en particular- se presentan como líneas de acción que buscan sensibilizar a la comunidad educativa en general y que, en muchos casos, se ocupan de proponer estrategias específicas, modos de trabajar con la lectura que potencian todas sus posibilidades. Taller de lectura y escritura, lecturas en voz alta a cargo de los docentes, de los bibliotecarios o de los propios niños, “hora del cuento” y otros tipos de actividades en la biblioteca, sesiones de narración a cargo de especialistas, visitas y diálogos con escritores, mesas y ferias de libros en la escuela o fuera de ella, son algunas de las experiencias típicas y siempre estimulantes que ponen la cuestión en el tapete y que comprometen a todos”¹³

No cabe duda que en el Ecuador se están efectuando muchos programas que contribuyen al aprendizaje, entre estos se tiene los proyectos de promoción de la lectura que se realizan en las escuelas o fuera de ellas. Este tipo de programas ayudan a la generación de nuevas experiencias, no solo en el desarrollo curricular sino también al abrir nuevos horizontes culturales e incentivan a los estudiantes a adquirir mayores conocimientos mediante la lectura.

2.3.1. CONCURSOS DE LECTURA EN EL ECUADOR

“Los concursos del libro leído tienen como fin motivar a los alumnos a leer. Esta actividad desarrolla distintas destrezas en el manejo de la exposición oral como

¹³ www.eldiario.com.ec/...ecuador/

fluidez expositiva, modulación de la voz, riqueza de vocabulario y adecuado lenguaje corporal.

En lo que se refiere al análisis literario de una obra se considera en estos concursos la secuencia lógica en el orden y sostenimiento de las ideas, la capacidad de síntesis para exponer la historia contada y la seguridad en el uso de categorías de la teoría literaria. Sin embargo, la práctica de este tipo de concursos no es tan frecuente como antes. A criterio de Alexandra Rodríguez, vicerrectora de la Unidad Educativa Experimental Universitaria, el libro leído es una práctica pedagógica completa, pues además de desarrollar en los participantes el amor a la lectura también fomenta su sentido crítico, creatividad y dominio escénico.

Existen varias modalidades para este concurso. Una de ellas es que los participantes disponen de un tiempo prudencial, que puede ser de noventa minutos, para redactar una síntesis del libro que hayan leído, para lo cual pueden consultar el contenido de la obra con excepción del prólogo, comentario, apuntes u otros elementos de la misma.

Desde la perspectiva de Sergio Toala, rector del colegio Nacional Olmedo, el libro leído debe considerarse como una práctica educativa constante, porque permite rescatar el verdadero sentido y valor de la lectura. En eventos como el Festival de la Flor de Septiembre este concurso permanece vigente. Otra modalidad para esta competencia es que en un tiempo máximo de diez minutos, y mínimo de cinco, cada participante debe disertar sobre el contenido de un libro que haya leído.

El contenido de la obra leída deberá relacionarse con la experiencia personal o ajena, con algún aspecto político, social, histórico o cultural relevante. De esta manera, el texto literario deberá ser parte de un contexto que le dé un sentido más amplio a lo leído¹⁴

Existen diversas formas de fomentar en las personas el amor a la lectura, una de ellas es el concurso de libro leído que motiva a los estudiantes de escuelas

¹⁴ www.eldiario.com.ec/...ecuador/38082-concursos-de-libro-leido

y colegios a desarrollar el hábito de la lectura, entre las habilidades que el jurado califica se pueden distinguir la creatividad, la comprensión, y el criterio personal de la obra. La finalidad del concurso de libro leído no es entregar un premio, sino más bien su fin está encaminado a que los estudiantes empiecen a valor los beneficios que trae la lectura.

2.4. ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican, por ejemplo la estrategia publicitaria, la cual tiene en muchos casos una fuerte repercusión, tanto en la inversión inicial, cuando la estrategia de promoción se ejecuta antes de la puesta en marcha del proyecto, como en los costos de operación, cuando se define como un plan concreto de acción Preparación y evaluación de Proyectos”¹⁵

“En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener

¹⁵ Sapag, Chain Nassir. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. McGrawill, México 2008

como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.4.1. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

El consumidor

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

El producto

- Estudios sobre los usos del producto.
- Test sobre su aceptación
- Test comparativos con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

El mercado

- Estudios sobre la distribución
- Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
- Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios sobre puntos de venta, etc.
- La publicidad
- Pre-test de anuncios y campañas
- Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.¹⁶

¹⁶ www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml

El Estudio de mercado permitirá a este proyecto identificar el nivel de aceptación que tendrá la librería-café, además conocer claramente las características de los consumidores para poder estudiar cuáles son sus gustos y preferencias en cuanto a los libros. Así mismo ayudará analizar la competencia para conocer sus mayores ventajas competitivas y en base a esto poder establecer estrategias para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

2.5. INGENIERÍA DE PROYECTOS

“Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

Tecnología

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc., en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, bordadoras, etc.

Procesos Productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

Infraestructura

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

Determinación de Necesidades de Insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto)¹⁷

La Ingeniería de Proyectos es una herramienta muy importante en la realización de un proyecto de inversión ya que ayuda a comprender los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio. En la creación de una Librería-café la ingeniería de proyectos será elemental ya que mediante ella se podrá identificar todos los recursos y actividades necesarias para el correcto funcionamiento del establecimiento.

¹⁷ www.mailxmail.com › ... › *Proyectos de inversión*

PLAN DE MARKETING

Un plan de marketing es, un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los costos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto.

Contrario de un plan de ingeniería, el Plan de Marketing no está sujeto a ninguna reglamentación. Su redacción concienzuda obliga a un detallado análisis de los factores de todo tipo que inciden sobre el proyecto. Esto implica que algunos análisis que hayan sido aprobados a partir de un análisis somero e intuitivo, no se llevarán a cabo por no estar clara su rentabilidad. Sin embargo, los proyectos aprobados mediante un estudio completo aprovecharán mejor las circunstancias favorables, al haber sido previstas con antelación y haberse apuntado a sus posibles soluciones.

2.6.1. FINALIDAD DEL PLAN DE MARKETING

En los siguientes ítems se puede encontrar respuesta al interrogante acerca de cuál debe ser la finalidad de un Plan de marketing:

- Descripción del entorno de la empresa: Permite conocer el mercado, competidores, legislación vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda prevista, etc., así como los recursos disponibles para la empresa.
- Control de la Gestión: Prevé los posibles cambios y planifica los desvíos necesarios para superarlos, permitiendo encontrar nuevas vías que lleven a los objetivos deseados. Permite así, ver con claridad la diferencia entre lo planificado y lo que realmente está sucediendo.

2.6. PLAN DE MARKETING

“Un plan de marketing es, un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, entre otras cosas, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto.

Al contrario de un plan de ingeniería, el Plan de Marketing no está sujeto a ninguna reglamentación. Su redacción concienzuda obliga a un detallado análisis de los factores de todo tipo que inciden sobre el proyecto. Esto implica que algunos análisis que hayan sido aprobados a partir de un análisis somero e intuitivo, no se llevarán a cabo por no estar clara su rentabilidad. Sin embargo, los proyectos aprobados mediante un estudio completo aprovecharán mejor las circunstancias favorables, al haber sido previstas con antelación y haber apuntado a sus posibles soluciones.

2.6.1. FINALIDAD DEL PLAN DE MARKETING

En los siguientes ítems se puede encontrar respuesta al interrogante acerca de cuál debe ser la finalidad de un Plan de marketing:

- Descripción del entorno de la empresa: Permite conocer el mercado, competidores, legislación vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda prevista, etc., así como los recursos disponibles para la empresa.
- Control de la Gestión: Prevé los posibles cambios y planifica los desvíos necesarios para superarlos, permitiendo encontrar nuevas vías que lleven a los objetivos deseados. Permite así, ver con claridad la diferencia entre lo planificado y lo que realmente está sucediendo.

- Alcance de los objetivos: La programación del proyecto es sumamente importante y, por ello, todos los implicados han de comprender cuáles son sus responsabilidades y como encajan sus actividades en el conjunto de la estrategia.
- Captación de recursos: De hecho, es para lo que se usa el Plan de Marketing en la mayoría de las ocasiones.
- Optimizar el empleo de recursos limitados: Las investigaciones efectuadas para realizar el Plan de Marketing y el análisis de las alternativas estratégicas estimulan a reflexionar sobre las circunstancias que influyen en el proceso a desarrollar y sobre los eventos que pueden aparecer, modificando ideas y los objetivos previos.
- Organización y temporalidad: En cualquier proyecto es fundamental el factor tiempo, casi siempre existe una fecha de terminación que debe ser respetada. Es, por ello, importante programar las actividades de manera que puedan aprovecharse todas las circunstancias previsibles para llevar a cabo el plan dentro de los plazos fijados.
- Analizar los problemas y las oportunidades futuras: El análisis detallado de lo que se quiere hacer mostrará problemas en los que no se había pensado al principio. Esto permite buscar soluciones previas a la aparición de los problemas. Asimismo, permite descubrir oportunidades favorables que se hayan escapado en un análisis previo¹⁸

El Plan de Marketing enfocará al proyecto a tener objetivos y estrategias claras sobre lo que desea conseguir la librería-café, además ayudará a detallar las ventajas diferencial que se posee sobre otros productos semejantes de la competencia y como se espera mantenerla; la inversión necesaria, tanto al comienzo como a través del tiempo y los resultados esperados, en fin el plan de marketing permitirá analizar objetivamente las circunstancias que pueden afectar el proyecto.

¹⁸ www.monografias.com/.../plan-marketing/plan-marketing.shtml

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODO UTILIZADO EN LA INVESTIGACIÓN

En este trabajo se aplicó el método Inductivo, el cual permitió que la investigación estuviera encaminada a conseguir información o datos que ayudaron a determinar las necesidades de los Esmeraldeños en cuanto a los libros. Además mediante la investigación de los gustos de los esmeraldeños se realizaron generalizaciones y conclusiones argumentativas sobre los elementos analizados.

3.1.1. FORMA DE INVESTIGACIÓN

En este proyecto se utilizó una investigación aplicada, que buscó adquirir información a través de diferentes técnicas y por medio de la revisión de todo el compendio de documentos y hechos pasados que enriquecieron la investigación, para luego aplicar estos conocimientos y poder obtener resultados veraces.

3.2. CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA

Este trabajo se ha desarrollado conforme a los parámetros que establece la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, así como también a los parámetros regulares de investigación proporcionados por el asesor de proyecto que ha tenido como fin común, La Creación de una Librería-Café en la Ciudad de Esmeraldas.

3.2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En este proyecto se utilizó una investigación de campo, que permitió estudiar la necesidad y el problema de que no exista una librería-café en la ciudad de Esmeraldas, para lo cual se recopiló una serie de datos para conocer la

aceptación que tendrá la librería-café, quienes serán sus posibles clientes, conocer sus gustos y preferencias en cuanto a los libros para así ofrecerles los textos que ellos deseen a un precio adecuado. La investigación de campo llevo a tomar decisiones correctas mediante la opinión de las personas involucradas además de medir la aceptación de quienes van hacer uso del servicio.

3.3. ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

El Marco Teórico se lo desarrolló en cinco aspectos muy importantes, el primero contiene la situación actual de la lectura en la ciudad de Esmeraldas, la importancia de leer, las causas del desinterés en la lectura y medios de incentivos para que las personas comprendan los beneficios de la lectura. En la segunda etapa del marco teórico se especifica lo que es una Librería-café y todos los servicios que esta presta a la ciudadanía.

El tercer aspecto involucra la realización de un estudios de mercado que sirvió para medir la demanda de consumo que tendrá la librería-café, el cuarto y el quinto aspecto consiste en la Ingeniería de Proyecto y el Plan de marketing respectivamente.

3.4. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN EMPÍRICA

3.4.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

La información primaria, se ha obtenido a través de las técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista.

Encuestas; Se las realizó a 383 personas de edades que comprendían los 25 a 60 años, del norte, centro y sur de la ciudad de Esmeraldas.

Entrevistas; Se las realizó a la Sra. Rosa Cabeza Ortiz, Propietaria de la papelería ABC, a la Sra. Karen Sakuray Administradora de la papelería Studium, a la Sra. Mariana Coello Trabajadora del Círculo de lectores y al Sr.

Jaime Rivera Vendedor ambulante de libros de la Librería Cultural de Ediciones de la ciudad de Quito.

3.4.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información recopilada para esta investigación se la obtuvo de libros, documentos, folletos, leyes y páginas web.

3.5. DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Para el estudio se utilizaron fuentes primarias y secundarias, para el desarrollo de las primarias fue necesario acudir a empresas tanto públicas como privadas, a universidades y a las papelerías más conocidas por la ciudadanía esmeraldeña. Para la obtención de la información secundaria se visitó bibliotecas y sitios que ofrecen el servicio de internet.

La población encuestada en el estudio estuvo compuesta por 383 persona, tanto hombres como mujeres del norte, centro y sur de la ciudad de Esmeraldas, en un rango de edades de 25 a 60 años (ver anexo N° 2) y un nivel educativo superior y condición económica media.

3.6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

$$N = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

Z: Nivel de confiabilidad

$$95\% \quad 0.95/2 = 0.4750 \quad Z = 1.96$$

P: Probabilidad de ocurrencia 0.50

Q: Probabilidad de no ocurrencia: 1 - 0.5 = 0.50

N: Población

e: Error de muestreo 0.05 (5%)

$$N = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (125,034)}{(1.96)^2 (0.50) (0.50) + (125,034) (0.05)^2}$$

$$n = \frac{120,082.65}{313.5454}$$

n= 383 encuestas

3.6.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

Una vez conocida las proyecciones de la población de Esmeraldas según el área urbana para el año 2010 la cuál es 125.034 personas (ver anexo N°1) se llevó a cabo la aplicación de la formula de muestreo para establecer a cuantas personas se les efectuarían las encuestas que llevaron a determinar los gustos y preferencias de los ciudadanos esmeraldeños en cuanto a los libros.

Aplicada la formula de muestreo se pudo determinar que se realizarían 383 encuestas en la ciudad de Esmeraldas.

3.7. CONSTRUCCIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

Se presentan a continuación los resultados de la investigación sobre la Creación de una Librería-Café en la ciudad de Esmeraldas. Este contendrá tres capítulos, el primero abarca las características del mercado del proyecto, el estudio de mercado, las estrategias planteadas por la Librería para hacer frente a la oferta, la Ingeniería de proyectos, el estudio organizacional y Legal y el Estudio Económico Financiero. El siguiente capítulo contiene los impactos que tiene la Librería-Café, y el último capítulo son las conclusiones y recomendaciones elaboradas en base a los objetivos y la propuesta del proyecto.

3.8. NORMAS ETICAS

Esta investigación estará basada en normas éticas, se realizará toda la investigación con apego a la verdad, tratando siempre de ser lo más claro y precisos posible, teniendo muy presente que en la honestidad se sustenta la credibilidad de este trabajo, no se realizarán falsificaciones de la información para obtener beneficios personales y mucho menos realizar plagio de los datos, se reservará la confidencialidad de las fuentes y los datos serán manejados técnicamente.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DEL PROYECTO

4.1.1 EFECTOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO PARA EL PROYECTO

En el Ecuador no se puede acceder fácilmente a fuentes de conocimiento como las bibliotecas que potencia en gran medida el desarrollo de las actividades culturales y aquellas personas que pueden acceder a ellas prefieren ocupar su tiempo libre en otras actividades, con base en la encuesta realizada por SEMPLADES en el 2007 sobre el uso del tiempo libre registra que la mayor parte de los ecuatorianos se dedican a ver televisión casi 10 horas por semana, seguido por escuchar radio y actividades físicas deportivas y recreativas, la menor cantidad de tiempo se dedica a la lectura de libros y revistas.

Por ello de acuerdo al objetivo 7: Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común del Plan Nacional de Desarrollo impulsará y dará mayor importancia al progreso de la cultura, las artes y la comunicación, mediante la generación de espacios públicos donde los Ecuatorianos puedan divertirse de una manera sana, alegre y segura, lo que permitirá que las personas utilicen el tiempo libre que disponen en actividades culturales, artísticas, físicas y recreativas para todos los grupos de edades, mejorando la salud física y espiritual de los habitantes del país. Además buscará el desarrollo integral de la población promoviendo acciones recreativas e intelectuales.

El Estado ejecutará campañas comunicacionales que fomenten la importancia del buen manejo del tiempo libre y a valorar su uso creativo, esto permitirá que los ciudadanos tomen conciencia de la importancia que tiene el realizar actividades que les ayude a desarrollarse de mejor manera en cualquier aspecto de su vida. También se realizarán otros proyectos como el de impulsar la producción, difusión, distribución y disfrutes de bienes y servicios culturales

diversos que promuevan la no discriminación, así mismo se dará mucho énfasis e importancia a los eventos culturales de calidad y accesibles a la población.

Lo que el Estado está tratando de lograr con éste objetivo es cambiar los hábitos anticulturales que actualmente se manejan en el país, incentivando a la personas a realizar actividades intelectuales, recreativas y de esparcimiento que proporcione un mejor nivel de vida a todos los Ecuatorianos.

Este proyecto del Plan Nacional de Desarrollo afecta positivamente a la creación de la Librería-Café al motivar a los ciudadanos a administrar correctamente el tiempo libre que disponen en acciones culturales como la lectura que proporciona a quien la practica un crecimiento personal e intelectual como ninguna otra actividad.

4.2 FUNCIÓN DE LA DEMANDA

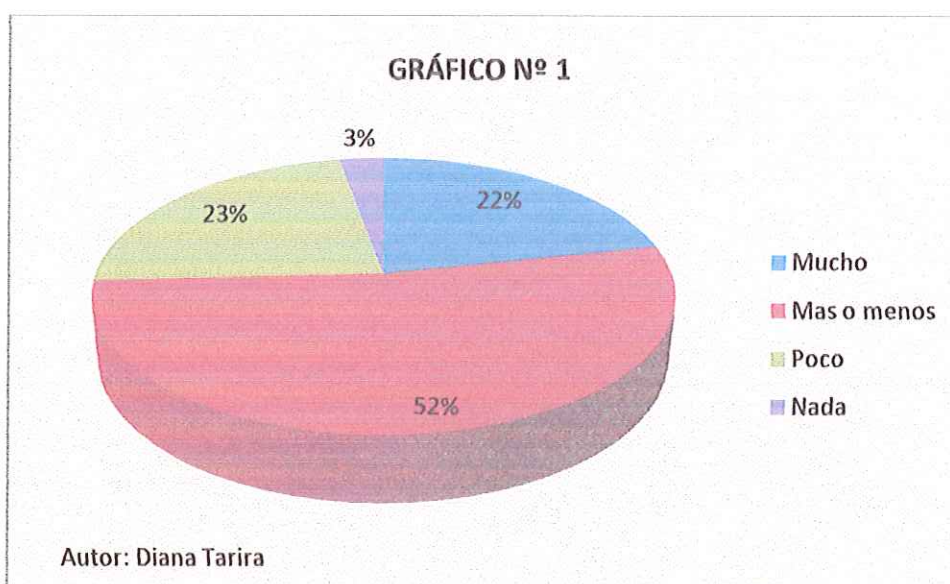
4.2.1 LA NATURALEZA DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

La necesidad de crear una librería-café nace por que en la ciudad de Esmeraldas así como en el Ecuador se está perdiendo cada día más el hábito de la lectura, esto se está convirtiendo posiblemente en uno de los mayores problemas del desarrollo cultural de la ciudad. La creación de un lugar donde las personas puedan acceder con una gran facilidad a la compra o alquiler de los textos ayudará a generar en la ciudadanía esmeraldeña un mayor interés por los libros, además de animar a las personas a la lectura a través de diferentes servicios y actividades que preste la librería. En las encuestas realizadas a los Esmeraldeños para conocer cuánto les gusta leer mostraron los siguientes resultados (ver gráfico 1).

¿A usted le gusta leer?

	TOTAL	Porcentaje
Mucho	83	21,67%
Mas o menos	201	52,48%
Poco	88	22,98%
Nada	11	2,87%
TOTAL	383	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira



ANÁLISIS

Una vez realizadas las encuestas a 383 personas que comprenden entre los 25 y 60 años la Ciudad de Esmeraldas se puede determinar que al 21,67% de los ciudadanos esmeraldeños leen mucho, a un 52,48% les gusta leer más o menos, mientras que el 22,98% de las personas leen poco y solo un 2,87% opinaron que no les gusta leer nada.

4.2.2 PREFERENCIAS Y GUSTOS DE LA DEMANDA.

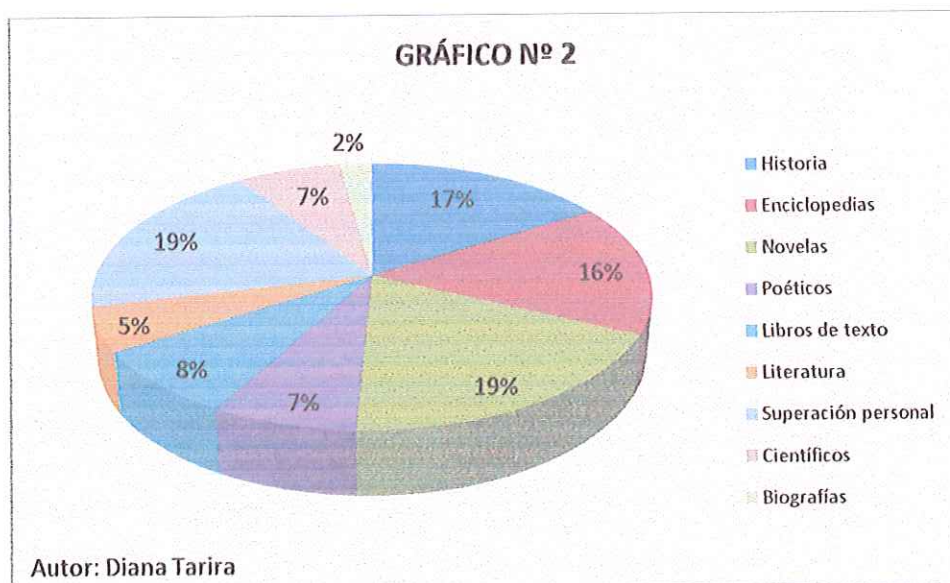
Realizado un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencias de los esmeraldeños en cuanto a los libros, de una muestra de 383 personas a las

cuales se les aplicó una encuesta como instrumento de investigación se obtuvo el siguiente resultado (ver gráfico 2): los libros de Superación Personal sobresalen con un 19,35%, las novelas con un 18,55%, los libros de historia con un 16,40% y las enciclopedias con el 15,86%, mientras que en menor cantidad son leídos los libros de textos teniendo un 8,06%, los poéticos con el 7,26%, los científicos con un 6,99%, literatura con el 5,38% y finalmente las biografías con el 2,15%.

¿Qué clase de libros a usted le gusta leer?

	TOTAL	PORCENTAJE
Historia	61	16,40%
Enciclopedias	59	15,86%
Novelas	69	18,55%
Poéticos	27	7,26%
Libros de texto	30	8,06%
Literatura	20	5,38%
Superación personal	72	19,35%
Científicos	26	6,99%
Biografías	8	2,15%
TOTAL	372	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira



4.2.3 DEMANDA ELÁSTICA DEL PRODUCTO

Los libros y los servicios que prestaría la librería-café tienen una demanda elástica al no ser de primera necesidad para los consumidores ya que estos pueden prescindir de ellos en un momento determinado, es decir si el precio de los libros o los servicios que preste la librería sube considerablemente muchas personas renunciarán a los textos y buscarán otro tipo de alternativas y por lo contrario si su precio disminuye la demanda aumentará.

4.2.4 DURABILIDAD DEL SERVICIO

El libro es un bien que se conserva al pasar de los años, si se lo mantiene en un buen estado su durabilidad es muy alta, las historias, los conocimientos, se conservan intactos y pueden pasar de una generación a otra sin cambiar su contenido y aportando positivamente al desarrollo de las personas que hacen uso de él constantemente.

Por ello es importante no solo que se escojan bien los libros que se van a leer y que se abran con mucha expectativa tratando de captar e interpretar cada palabra, sino que una vez que se hayan analizado y reflexionado acerca de ellos se guarden con el debido cariño para que en un futuro puedan ser utilizados por otras personas que quieran llenarse de las mismas experiencias y conocimientos a través de los libros.

4.3 OFERTA DEL PRODUCTO

4.3.1 INCENTIVO NACIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS LIBROS.

En el Ecuador con el actual Gobierno se está impartiendo una visión dirigida al simbolismo de la lectura por lo cual, el éxito de esta iniciativa depende fundamentalmente del apoyo que se les brinde a los autores, editores, libreros, distribuidores y bibliotecarios. Razón por la cual el Ministerio de Cultura, ha sumado esfuerzos con varias instituciones públicas con la Facultad

Latinoamericana de Ciencias Sociales- Ecuador, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación y la Escuela Politécnica del Ejército, cuyo objetivo es el de brindar a la sociedad eventos que ocasionen que los libros lleguen a la sociedad de forma diferente, dirigiéndose principalmente a la ciudadanía a través de actividades de animación a la lectura en las que se busca generar en las personas un profundo interés en el mundo de los libros.

4.3.2 REQUERIMIENTO TECNOLÓGICO

Para el correcto funcionamiento de la Librería-Café se deberá implementar tecnología que permita llevar una eficaz base de datos de todos los libros que están en existencias, además la tecnología permitirá realizar enlaces a través de Internet en la búsqueda de textos que soliciten los clientes y que no se encuentren en el inventario, esto proporcionara seguridad y confianza de que las operaciones y actividades realizadas en la empresa se están llevando a cabo sin ninguna dificultad. Se utilizarán máquinas que se encuentran actualmente en el mercado y las cuales no será necesario renovarlas constantemente sino se lo considera indispensable.

4.3.3 BIENES SUSTITUTOS EXISTENTES EN EL MERCADO

En la actualidad con los avances tecnológicos y la digitalización masiva que surge en la vida cotidiana no se queda atrás la industria de los libros. El libro electrónico cada vez es más popular y está ganando más adeptos sobre todo entre los jóvenes los cuales al parecer les resulta mucho más interesante leer en formato virtual, al ser más novedoso y divertido. El libro virtual está comenzando una nueva revolución de la tecnología de la información, la cual afecta a las editoriales que compiten ante el internet.

Aunque el libro electrónico está siendo utilizado cada vez más, el libro de papel aún no puede ser desplazado por completo, ya que brinda mayor comodidad al momento de leer, se lo puede trasladar fácilmente, además de permitir resaltar las partes más importantes de la lectura, y aunque que la lectura en los libros

electrónicos también es fluida y placentera esto no hace que difiera negativamente comparándolo con los libros en papel ya que lo importante no es el formato sino el contenido, por lo que los libros virtuales pueden ser un buen motivo para leer más y un apoyo al fomento de la lectura.

4.4 ESTUDIO DE MERCADO

4.4.1 MERCADO PROVEEDOR

Los proveedores de la Librería-café son los más reconocidos en el mercado por la calidad de sus productos y servicios, además los grupos editoriales que abastecen el inventario de textos son tanto nacionales como extranjeras, los cuales le brindan a la librería una gran variedad de libros para los diferentes gustos y necesidades culturales de los esmeraldeños, ejemplares atractivos por su contenido, por la originalidad y belleza de su diseño e ilustración. Los Proveedores que suministra a la Librería-café de diferentes productos y servicios son los siguientes:

NOMBRE	DIRECCIÓN	PRODUCTO/SERVICIO
Grupo Santillana	Guayaquil: Av. Miguel H. Alcívar y José Alavedra	Libros técnicos, ciencias sociales, historia, literatura
Editorial Norma	Quito, Av. Isaac Albeniz E3-154 y Mozart Sector El Inca.	Libros de Literatura, arte, cultura, novelas
Libresa	Quito, Murgeón Oe3-10 y Ulloa.	Libros de literatura ecuatoriana, infantil, juvenil y adulta
PROLIPA CIA. LTDA	Av. La Prensa N58-154 y Cristóbal Vaca de Castro	Literatura Juvenil e Infantil

EDINUM	Av. Occidental 110-65 y Manuel Valdivieso.	Obras Literarias, novelas, poesías
Corpus Editorial	Suipacha 581 S2000LRK Rosario. Argentina.	Libros
MC GRAW HILL INTERAMERICANA	Avenida 6 de diciembre No. 37 - 351 y El telégrafo	Enciclopedias científica, Historia, economía
POLIGRAFICAS	Duran: Km. 3 ½ vía Duran	Novelas, obras literarias
Arte en Muebles	Av. Olmedo 14-16 entre 10 de Agosto y Rocafuerte	Muebles de Oficina
Almacenes la Ganga	Av. Olmedo 9-04 y Salinas	Equipos de Oficina
CNT	Av. Libertad 608 y Muriel	Servicio de Telecom. e Internet
Empresa de agua potable y alcantarillado	Salinas y Sucre	Servicio de agua potables
Empresa eléctrica Esmeraldas S.A.	Espejo y Río Cayapas	Servicio de energía eléctrica
Mueblería D' Elizabeth	Av. Olmedo 9-04 y Salinas	Muebles de Oficina
Gran Aki	C.C. Multi Plaza	Suministros de limpieza
Súper Paco	C.C. Multi Plaza	Suministros de Oficina
Juguetón	C.C. Multi Plaza	Mesas y sillas para niños
Todo Hogar	C.C. Multi Plaza	Computadoras

4.4.2 MERCADO COMPETIDOR

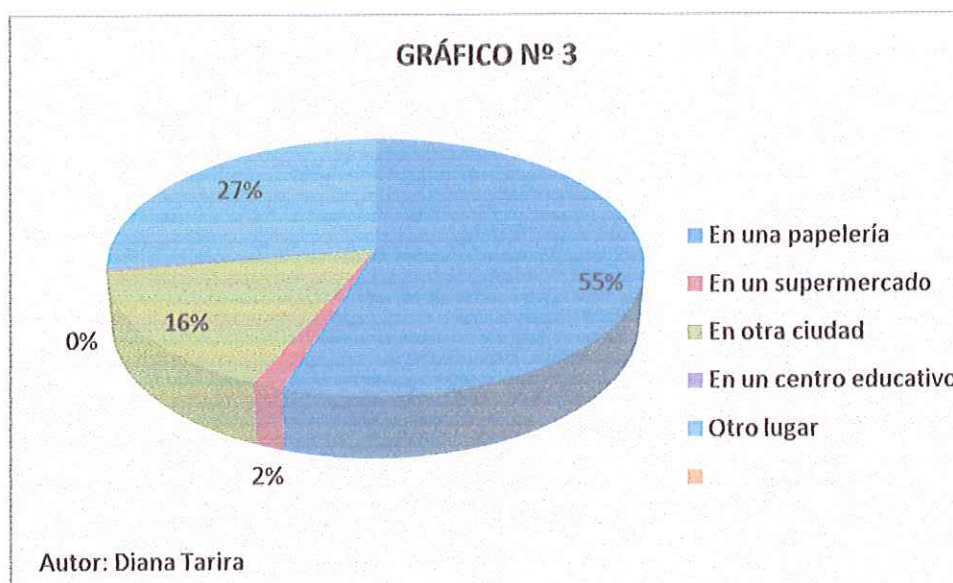
En la ciudad de Esmeraldas existen varios lugares de que se dedican a la venta de libros aunque no lo realizan como su principal actividad, y unos cuantos establecimientos que se ocupan exclusivamente a la venta de textos.

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo determinar los lugares donde los Esmeraldeños en la actualidad adquieren los libros, como se muestra a continuación:

Si usted compra los libros que lee, indique por favor el lugar en donde los adquiere.

	TOTAL	Porcentaje
En una papelería	139	54,94%
En un supermercado	4	1,58%
En otra ciudad	40	15,81%
En un centro educativo	1	0,40%
Otro lugar	69	27,27%
TOTAL	253	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira



ANÁLISIS

De las 253 personas que generalmente compran los libros que leen un 54,94% de ellas lo hacen en una papelería entre las más visitadas está la ABC y la papelería Nuevo Mundo. Un 27,27% de los encuestados adquieren los libros en el círculo de lectores o por medio de vendedores ambulantes, el 15,81% compra los libros en otra ciudad entre las principales están Quito y Guayaquil, solo un 1,58% de los esmeraldeños adquieren los libros en un supermercado y un 0,40% en un centro educativo.

A continuación se presentan los lugares que ofertan libros en mayores cantidades y brindan algunas ventajas para los esmeraldeños:

OFERTA

NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	DIRECCIÓN
Círculo de Lectores	Venta por catálogo de toda clase de libros, promociones personalizadas, ventas a crédito, pedido de libros difíciles de conseguir. Sucursales en diferentes ciudades del país. Realizan promociones y descuentos a socios.	Olmedo y Manuela Cañizares
Papelería ABC	Venta de libros de textos, obras literarias, novelas.	Olmedo entre Rocafuerte y Juan Montalvo, Frente al Registro Civil
Librería y Papelería	Venta de libros de textos, obras	Sucre y 10 de Agosto

Studium	literarias, novelas. Disponen de una pequeña sección donde muestran los libros que tienen a la venta.	
Vendedores Ambulantes	Venden toda clase de libros, pero mayoritariamente aquellos de precios mucho más económicos.	

4.4.3 POSICIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA

La Librería-café ofrece una gran variedad de libros y servicios que otras papelerías en la ciudad de esmeraldas no entregan a los clientes, por lo tanto la librería no tiene una competencia directa solo existen varios lugares de venta de textos que están ya posicionado en el mercado y que ofrecen algunos servicios adicionales como la venta por catálogo y ventas a créditos , pero sin embargo no cuentan con el servicio de cafetería, la sala de lectura, el alquiler de libros y los talleres y eventos de animación a la lectura que brinda la librería y que le proporcionan mayores herramientas para hacer frente a las exigencias del mercado.

Las siguientes entrevistas fueron realizadas a propietarios y administradores de lugares que venden libros y al que los esmeraldeños asisten con mayor frecuencia, estas entrevistas se las realizaron con la finalidad de conocer los diferentes criterios, ventajas y desventajas de los sitios que ofertan libros. A continuación se presentan las diferentes entrevistas realizadas:

ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LUGARES DONDE SE EXPENDEN LIBROS

Nombre del establecimiento: Círculo de Lectores

Nombre de la Administradora: Mariana Coello

Dirección: Olmedo y Manuela Cañizares

1.- ¿Qué clase de libros vende en su negocio?

- Superación Personal
- Cultural
- Poesía
- Obras literarias
- Para adultos y niños
- Toda clase de libros

2.- ¿Cuántos libros en promedio vende al mes?

- Dentro de la ciudad aproximadamente se venden 1200 ejemplares.

3.- ¿Quiénes son sus mayores compradores?

- Instituciones
- Locales comerciales

4.- ¿Cuál es su horario de atención?

- 07H30 a 12H30
- 14H30 a 18H30

5.- ¿De cuantos trabajadores dispone su empresa?

- Dispone de 15 Distribuidores.

ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LUGARES DONDE SE EXPENDEN LIBROS

Nombre de la Papelería: ABC

Nombre del Propietario: Rosa Cabeza Ortiz

Dirección: Olmedo entre Rocafuerte y Juan Montalvo, Frente al Registro Civil

1.- ¿Qué clase de libros vende en su negocio?

- Obras Literarias
- Académicos
- Diccionarios

2.- ¿Cuántos libros en promedio vende al mes?

- Aproximadamente, 150 libros al mes

3.- ¿Quiénes son sus mayores compradores?

- Escuelas
- Colegios
- Universidades

4.- ¿Cuál es su horario de atención?

- 08H00 a 21H00

5.- ¿De cuantos trabajadores dispone su empresa?

- Generalmente de 7, pero en temporada dispone de 20 empleados.

ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LUGARES DONDE SE EXPENDEN LIBROS

Nombre de la Papelería: Studium

Nombre de la Administradora: Karen Sakuray

Dirección: Sucre y 10 de Agosto

1.- ¿Qué clase de libros vende en su negocio?

- Novelas
- Poesía
- Obras literarias
- Superación Personal

2.- ¿Cuántos libros en promedio vende al mes?

- 50 libros se venden al mes

3.- ¿Quiénes son sus mayores compradores?

- Estudiantes de colegios y universidades

4.- ¿Cuál es su horario de atención?

- 08H30 a 13H00
- 15H00 a 19H00

5.- ¿De cuantos trabajadores dispone su empresa?

- 5 trabajadores sea temporada o no.

ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LUGARES DONDE SE EXPENDEN LIBROS

Nombre de la Papelería: Vendedor Ambulante

Nombre del Administrador: Jaime Rivera

Dirección: No tiene un lugar fijo establecido

1.- ¿Qué clase de libros vende en su negocio?

- Novelas
- Esotéricos
- Obras literarias
- Superación Personal
- Libros de plantas medicinales
- Ebanistería – Cerrajería
- Diccionarios

2.- ¿Cuántos libros en promedio vende al mes?

- 150 libros se venden al mes

3.- ¿Quiénes son sus mayores compradores?

- Público en general
- Estudiantes universitarios

4.- ¿Cuál es su horario de atención?

- 07H00 a 18H00

5.- ¿De cuantos trabajadores dispone su empresa?

- Dispone de 2 empleados.

4.4.4 ESTRATEGIA COMERCIAL

Para conocer el mercado al que se dirige la Librería-café y las estrategias comerciales de mayor utilidad se tomaron en consideración los siguientes factores:

Edad: De 25 a 60 años fue la edad considerada para la realización de las encuestas para conocer los gustos y preferencias en cuanto a los libros de los esmeraldeños, además para poder saber si a las personas les agradaría asistir a la librería-café y hacer uso de los servicios que proporcione. Lo que ayudara a la empresa a identificar sus posibles clientes.

Sexo: Tanto a los hombres como a las mujeres les gusta leer en igual proporción por lo que no fue un factor considerado para conocer la demanda que tendrá la librería-café.

Condición económica: La condición económica es un factor importante ya que las personas que adquieren los libros son aquellos que una vez cubiertas sus necesidades básicas disponen de una cierta cantidad de dinero para esparcimiento, relajación y ampliar mediante la lectura su nivel de conocimiento.

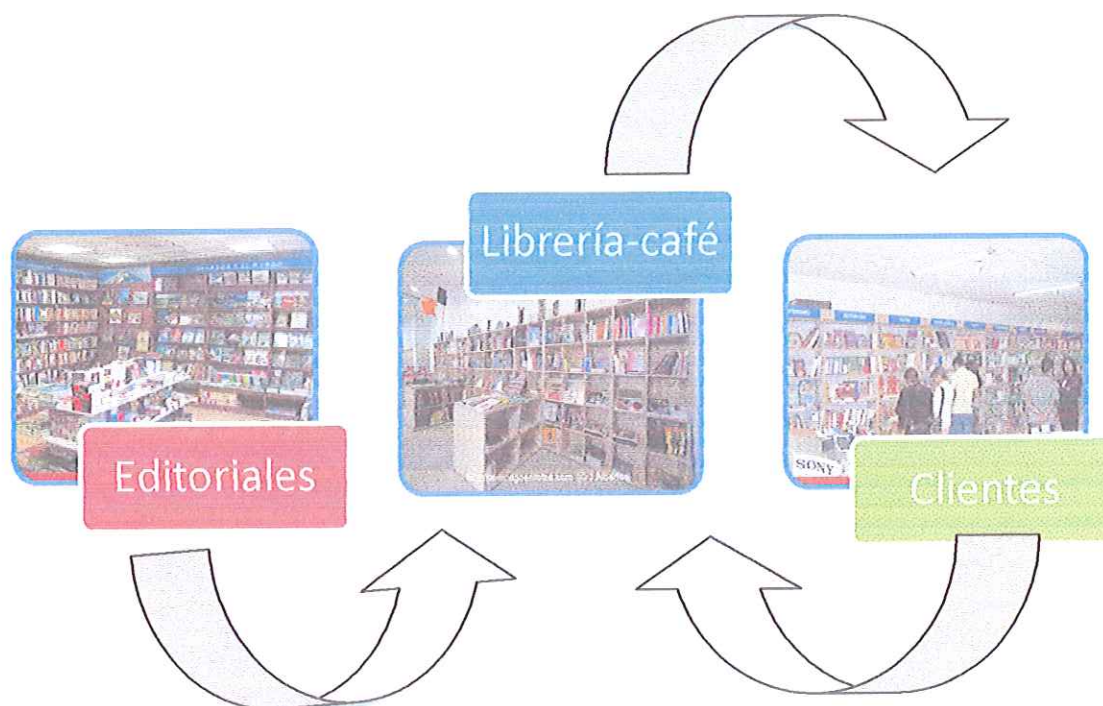
Nivel Educativo: Las personas que mayoritariamente leen son aquellas que tienen un nivel educativo superior que les gusta adquirir cada vez más conocimientos para su desarrollo personal, social e intelectual.

Preferencias en los libros: Conocer los gustos de los ciudadanos esmeraldeños en cuanto a los libros es de suma importancia ya que ayuda a ofrecer a los clientes los libros que ellos precisan. Entre las preferencias de las personas encuestadas sobresalen los libros de Superación personal, las novelas, los libros de historia y las enciclopedias, mientras que en menor cantidad son leídos los libros de textos, los poéticos, los científicos, literatura y finalmente las biografías.

4.4.4.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Los libros que ofrece la librería-café en sus instalaciones serán adquiridos por medio de la compra a editoriales y distribuidores de libros tanto nacionales como extranjeros, tratando siempre de tener las actualizaciones más importantes y los libros más reconocidos por las personas. Los clientes podrán adquirir estos libros o alquilarlos y hacer uso de ellos acudiendo a la librería-café, también se utilizará el servicio por venta de catálogo y entregas personalizadas.

Los pedidos a los proveedores se los realizará cada 3 meses y dependiendo la necesidad de libros o los pedidos exclusivos de textos que realicen los clientes se lo podrán realizar mensualmente.



4.4.4.2 VARIABLES EXTERNAS

Políticas

Una de las políticas de Estado realmente importante en cuanto a la edición y comercialización de los libros es el de prestar especial atención al estímulo del hábito de la lectura mediante campañas y programas en todo los niveles de educación del país y a la democratización del acceso al libro entre la población

y, particularmente, en el sistema educativo nacional como uno de los pilares en la comunicación de la información de conocimientos.

Si a esta política no se la estuviera cumpliendo por medio del Ministerio de Educación y Cultura provocaría que los Ecuatorianos cada vez más pierdan el interés por los libros y por la realización de actividades netamente culturales que les ayude a enriquecerse más como personas, así mismo se dejarían de establecer mecanismos para realizar concursos y certámenes que fomenten la creación literaria y la investigación científica, que hace que cada día existan nuevos autores de libros ecuatorianos y que estos textos estén protegidos por parte del Ministerio de Educación y Cultura y la Cámara Ecuatoriana del Libro.

Económicas

Si mediante una política económica el Gobierno redujera los fondos destinados a las partidas del Ministerio de Educación y Cultura, se vería afectado tanto el presupuesto del Consejo Nacional de Cultura, y la asignación destinada al funcionamiento de la Comisión Nacional del Libro el cual es un organismo destinado para el diseño de planes y programas que conducen a la formulación de políticas nacionales en relación al libro, al estímulo a la producción científica, cultural y literaria de autores nacionales, a la formación y desarrollo de bibliotecas y centros de documentación.

Fiscales

Si mediante decreto de la Asamblea Nacional se derogara el Art. 15 de la Ley del Libro que dice: *"Las empresas editoriales que tengan por finalidad exclusiva la edición de libros, gozarán de la exoneración del Impuesto a la Renta durante diez años contados a partir de la fecha en que se inicie la producción e impresión de libros, siempre que éstas se realicen en el Ecuador. Asimismo gozarán de esta exoneración las empresas editoriales que realicen su actividad dentro del área de la coedición"*. Y el Art. 17. *"La importación de la materia prima e insumos que no se produzcan en el Ecuador, realizada por editores y destinada exclusivamente a la producción de libros, estará exenta de toda clase de impuestos, incluidos los aduaneros, y de contribuciones especiales o*

adicionales, timbres fiscales y derechos aduaneros; y gozará de todos los beneficios generales o especiales que determinaren: la Ley de Fomento Artesanal, de Fomento de la Pequeña Industria y de Fomento Industrial...".

Si los Art. 16 y 17 de la Ley de Fomento al Libro fueran derogados serían poco los estímulos para la edición y distribución de los libros en el Ecuador, ya que no se incentivaría a los editores mediante la exoneración del Impuesto a la Renta y así mismo la importación de materia prima destinada a la producción de libros no estaría exenta del pago de aranceles lo cual constituiría un gran gasto para las editoriales que tendrían que bajar la producción de los textos.

Laborales

Si existiera una política laboral que dictara que las empresas no pueden iniciar sus actividades sin menos de cinco trabajadores, esto afectaría a la Librería-Café ya que este negocio iniciará con un total de 4 empleados y la contratación de una persona más incrementaría el gasto de sueldo y los beneficios sociales que tendría que pagar la Librería.

Política Exterior

En la actualidad en el Ecuador la importación de libros de cualquier país y el sistema o mecanismo que utilicen están exenta de todo impuesto o contribución especial, gravamen, depósito previo, censura y calificación y sólo requerirá la presentación de los documentos correspondientes y la certificación de afiliación al respectivo núcleo provincial de la Cámara Ecuatoriana del Libro, si por algún decreto o tratados internacionales se suspendiera esta política que favorece en gran medida a los distribuidores de libros, a las librerías, bibliotecas y ciudadanos se verían afectados al tener que pagar impuestos y disminuir las importaciones de los textos que contribuyen al desarrollo intelectual y personal de los Ecuatorianos.

4.4.4.3 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La librería permitirá a los clientes leer en sus instalaciones • Variedad de libros que no se encuentran en una papelería • La librería brindará actividades para niños • Única en alquilar los libros • Es un lugar cultural • Servicios Complementarios (cafetería, entrega a domicilio, crédito, pedidos telefónicos) • Leyes que respaldan al libro y a su producción 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe en Esmeraldas una librería-café • Apoyo por parte del ministerio de Cultura en la realización de eventos culturales • Tecnología que permite tener una gran base de datos de los libros (sistema de inventarios) • Realización de eventos que atraerá la atención de los clientes • Campañas de promoción de la lectura por parte del Estado
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Poco hábito de lectura en los Esmeraldeños • Los precios altos de ciertos libros • Poco personal capacitado en el área de los libros 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución en las publicaciones de libros por parte de las editoriales • Cada vez se hace más común los libros virtuales • Algunos establecimientos de libros venden en sus instalaciones los libros de lectura

4.4.4.4 ESTRATEGIAS DE VENTAS, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Se aplicarán diferentes estrategias para captar la atención de los clientes y poder maximizar las ventas.

Publicidad:

- Televisión
- Radio
- Diarios
- Internet

Descuentos:

A los clientes frecuentes se les otorgará una tarjeta de membrecía con la que podrán hacer uso de varios beneficios como:

- Descuentos de hasta un 10% por pagos en efectivo
- Descuentos de hasta un 5% por pagos con tarjetas de crédito
- Invitación a lanzamientos de libros
- Promociones para clientes frecuentes
- Información de las actividades que se realizarán en la librería

Descuentos al público en general en fechas importantes relacionadas con la lectura. Como:

- Día Mundial del Libro y del Derecho de Autor
- Día Internacional del Libro Infantil y Juvenil
- Día Mundial de la Propiedad Intelectual

Eventos:

- Presentación de Escritores y firmas de libros (se invitará a instituciones educativas y al público en general que desee asistir)

- Realización de concursos que animen a los estudiantes a la lectura
- Lanzamiento de libros (se invitará a instituciones educativas y al público en general que desee asistir)
- Encuentros de Poesías
- Charlas de libros

Servicios:

- Alquiler de libros
- Venta por catálogo y entregas personalizadas
- Crédito a instituciones

Ofertas:

- Por la compra de 2 libros lleva el tercero a mitad de precio (libros seleccionados)
- Disminuciones en los precios por la compra de libros de las colecciones en ofertas. (cada mes cambian las colecciones en ofertas)

Eventos para niños:

- Realización de talleres de dibujo y pinturas (se realizarán invitaciones a instituciones educativas)
- Lectura o dramatización de cuentos (se realizarán invitaciones a instituciones educativas)
- Concursos de cuentos infantiles (se realizarán invitaciones a instituciones educativas)

4.4.5 PROYECCIÓN DE VENTAS

La Proyección de ventas de libros que tendrá la Librería-café se la realizó en base a las encuestas efectuadas a los ciudadanos esmeraldeños. Al 84,68% de las personas que les gustaría que existiera una librería (ver gráfico N°4) se multiplico por el 68,01% que son las personas que compran libros (ver gráfico N°5), esto dio por resultado el 57,59% que es el mercado posible.

Para conocer el porcentaje de personas que asistirán a la librería a comprar los textos se realizó en siguiente procedimiento: al 57,59% que es el mercado posible se le calculó el 41,67% que son aquellos que leen por preferencia o gusto (ver gráfico N°6), esto dio por resultado el 23,99% que son las personas que asistirán a la Librería a comprar los ejemplares.

Para realizar la proyección en número de personas se tomó en consideración el rango de edades de 25 a 60 años que son en total 36.204 persona (ver anexo N°2) a esta cifra se le computó el 23,99%, para dar un total de 8.685 y a este número se le calculo el 66,92% que es el porcentaje de las personas que viven más o menos bien en la ciudad de Esmeraldas, esto dio un total de 5.812 esmeraldeños que comprarán libros.

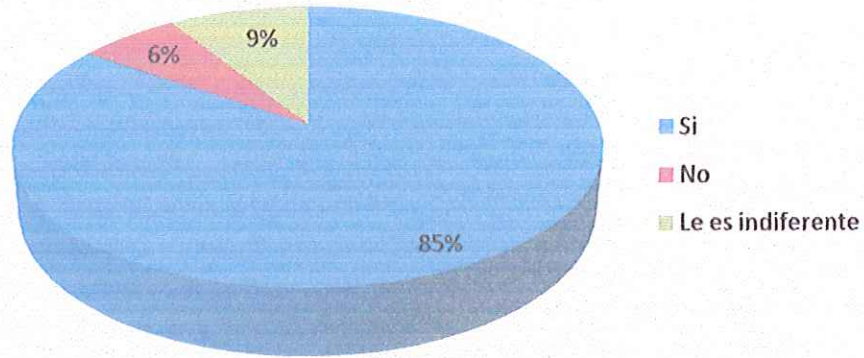
A las 5.812 personas que comprarán libros se les calculó el precio de los ejemplares de acuerdo a las preferencias en los textos que tienen los esmeraldeños (ver gráfico N°7), dando un total de \$ 70.397,27 que se venderán en un año.

A usted le gustaría que existiera en Esmeraldas una librería que le ofreciera una gran variedad de textos y que además le permita leer tranquilamente en sus instalaciones.

	TOTAL	PORCENTAJE
Si	315	84,68%
No	24	6,45%
Le es indiferente	33	8,87%
TOTAL	372	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira

GRÁFICO Nº 4



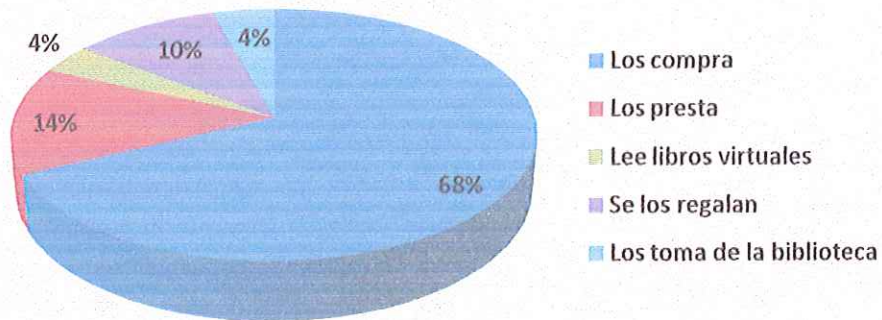
Autor: Diana Tarira

Los libros que usted lee, generalmente:

	TOTAL	PORCENTAJE
Los compra	253	68,01%
Los presta	51	13,71%
Lee libros virtuales	14	3,76%
Se los regalan	38	10,22%
Los toma de la biblioteca	16	4,30%
TOTAL	372	100%

Elaborado por: Diana Tarira

GRÁFICO Nº 5

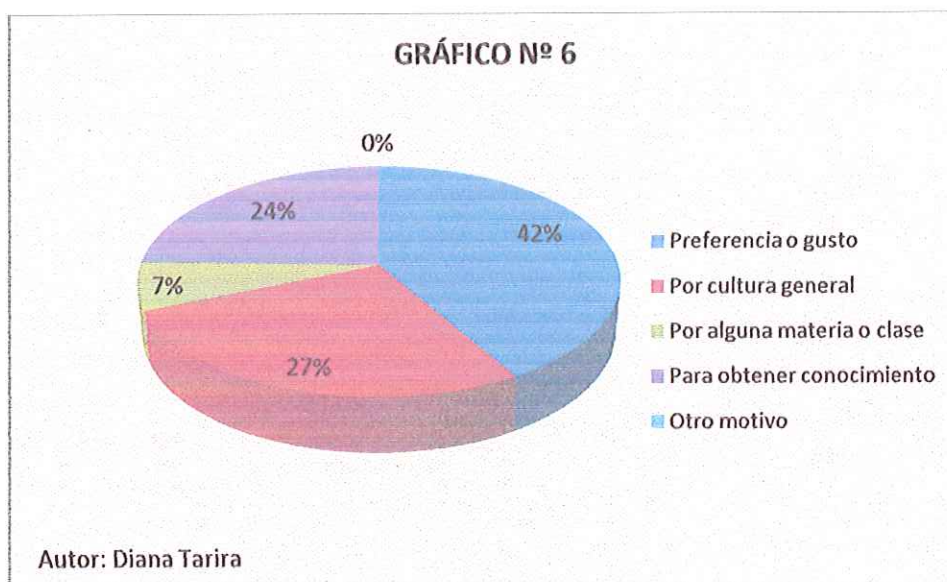


Autor: Diana Tarira

Usted lee por:

	TOTAL	PORCENTAJE
Preferencia o gusto	155	41,67%
Por cultura general	101	27,15%
Por alguna materia o clase	25	6,72%
Para obtener conocimiento	91	24,46%
Otro motivo	0	0,00%
TOTAL	372	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira

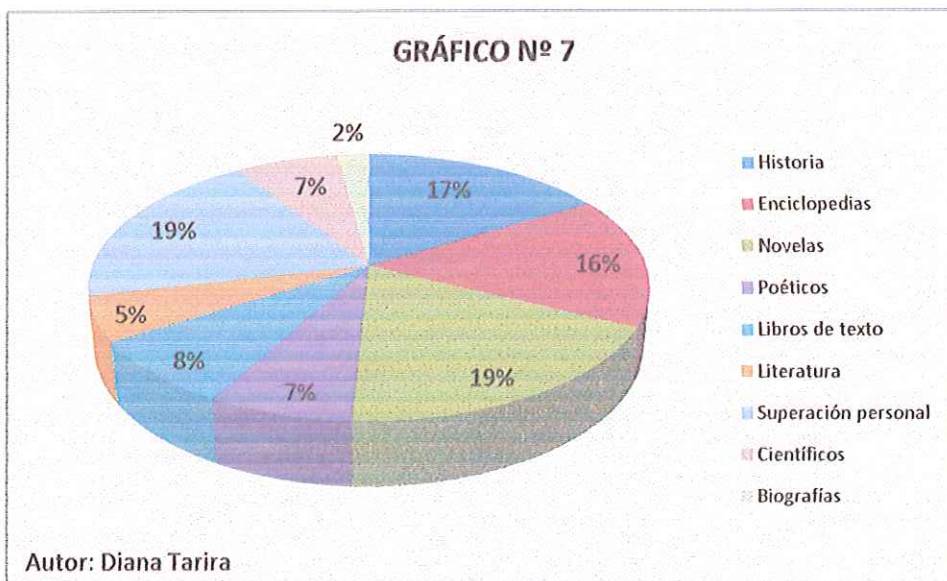


Mercado Posible	57,59%	
Usted lee por:	41,67%	
Compran	23,99%	
Edad de 25 a 60 años	36204	8685
Personas que viven más o menos bien	66,92%	5812

¿Qué clase de libros a usted le gusta leer?

	TOTAL	PORCENTAJE
Historia	61	16,40%
Enciclopedias	59	15,86%
Novelas	69	18,55%
Poéticos	27	7,26%
Libros de texto	30	8,06%
Literatura	20	5,38%
Superación personal	72	19,35%
Científicos	26	6,99%
Biografías	8	2,15%
TOTAL	372	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira



Libros	Porcentaje	Nº Pers.	Precio	Total
Historia	16,40%	953	\$ 10,00	\$ 9.531,68
Enciclopedias	15,86%	922	\$ 24,00	\$ 22.122,80
Novelas	18,55%	1078	\$ 8,00	\$ 8.625,01
Poéticos	7,26%	422	\$ 6,00	\$ 2.531,71
Libros de texto	8,06%	468	\$ 12,00	\$ 5.621,37
Literatura	5,38%	313	\$ 5,00	\$ 1.563,43
Superación personal	19,35%	1125	\$ 12,00	\$ 13.495,46
Científicos	6,99%	406	\$ 13,00	\$ 5.281,36
Biografías	2,15%	125	\$ 13,00	\$ 1.624,45
TOTAL	100,00%	5812		\$ 70.397,27

Elaborado por: Diana Tarira

4.5 INGENIERÍA DE PROYECTOS

4.5.1 CARACTERÍSTICAS DE LA LIBRERÍA-CAFÉ

La librería-café es una empresa que se dedica a la venta y alquiler de libros, dispone de una amplia y selecta variedad de textos, libros nuevos, tradicionales bien editados, curiosos por la temática y la presentación. Se caracteriza por los servicios adicionales que ofrecen, ya que en ella los clientes no sólo podrán comprar o alquilar los textos sino que también podrán leer tranquilamente en sus instalaciones mientras escuchan música relajante, además de poder interactuar con otras personas que les interesen de igual manera los libros.

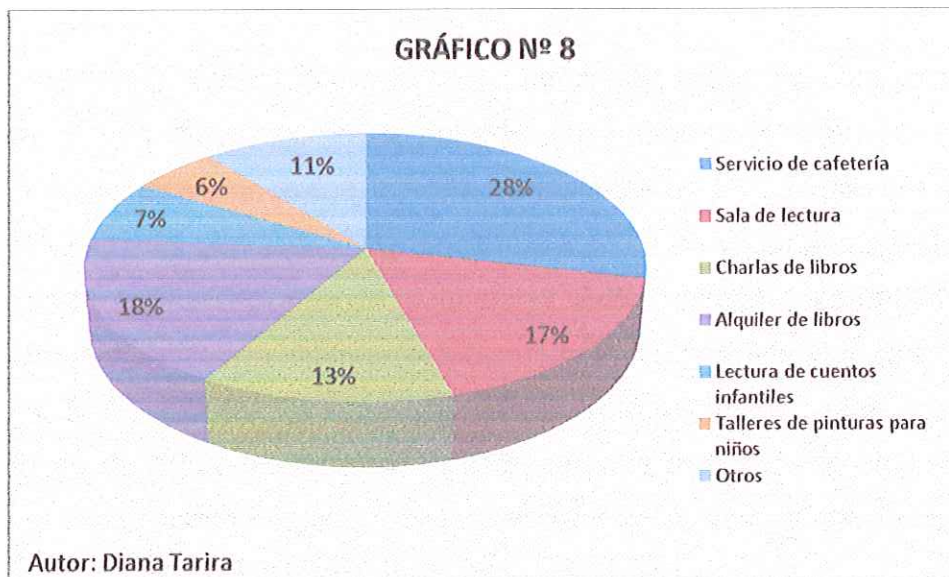
Otro de los servicios que caracteriza a la librería y que la diferencia de las papelerías habituales es el servicio de cafetería, servicio de internet, así como también los diversos talleres, programas y actividades que estarán abiertos tanto para niños como para adultos que deseen fortalecer sus hábitos de lectura a través de los diferentes eventos culturales.

Estos servicios que prestará la librería se los tomó en consideración en base a las actividades y eventos que a los esmeraldeños les gustaría que implementara la Librería-Café (Ver Gráfico N° 8). A continuación se muestran los resultados obtenidos:

¿Qué otro tipo de servicios le gustaría a usted que le proporcione la librería?

	TOTAL	Porcentaje
Servicio de cafetería	101	28,61%
Sala de lectura	60	17,00%
Charlas de libros	45	12,75%
Alquiler de libros	63	17,85%
Lectura de cuentos infantiles	26	7,37%
Talleres de pinturas para niños	20	5,67%
Otros	38	10,76%
TOTAL	353	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira



ANÁLISIS

El 28,61% de las personas encuestadas coincidieron en que la cafetería es uno de los servicios que debe prestar la librería, el 17,00% de que debe existir una sala de lectura para que los usuarios puedan leer tranquilamente en las

Verne, Emilio Salgari, Alejandro Dumas y otros, cuya imaginación fue capaz de ampliar el horizonte de la aventura humana y crear muchos mundos posibles para la constante curiosidad de hombres y mujeres de todas las latitudes.

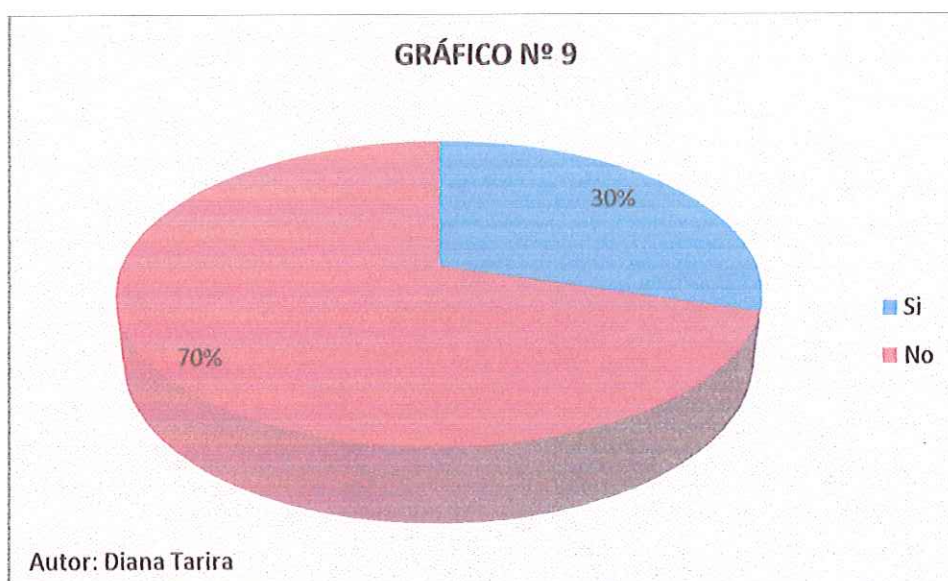
La sección de Antares que consta de literatura universal, hispanoamericana y ecuatoriana. La sección de Autores Ecuatorianos que reúne autores contemporáneos que incursionan en la novela, cuento y poesía. Presenta al lector una selección en la que la ficción, la crítica social, los grandes problemas existenciales, el amor, la reflexión filosófica sobre lo cotidiano y otros temas de vital interés humanístico se concretan en páginas escritas con sentimiento y profundidad. La librería-café también cuenta con secciones de Historia, Literatura, poesía, filosofía, economía, superación personal entre otras.

La Librería también contará con libros de los autores más reconocidos, entre los escritores más citados por los Esmeraldeños se encuentran los siguientes:

¿Tiene usted algún autor de libros o novelas favorito?

	TOTAL	Porcentaje
Si	111	29,84%
No	261	70,16%
TOTAL	372	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira



AUTORES	TOTAL	PORCENTAJE
Paulo Coelho	17	15,32%
Carlos Cuauhtemoc Sánchez	41	36,94%
Zig Ziglar	2	1,80%
Emily Bronte	2	1,80%
Gabriel García Márquez	12	10,81%
Pablo Neruda	9	8,11%
Robert Kiyosaki	2	1,80%
Nelson Estupiñan Bass	3	2,70%
Julio Verne	3	2,70%
Luis A. Martinez	2	1,80%
Miguel de Cervantes Saavedra	2	1,80%

Elaborado por: Diana Tarira

ANÁLISIS

El 70,16% de los esmeraldeños encuestados opinan no tener ningún autor de libros o novela favorito, mientras que tan solo el 29,84% indican si tener un autor preferido entre los más mencionados está Carlos Cuauhtémoc Sánchez con un 36,94%, Paulo Coelho con el 15,32%, Gabriel García Márquez con el 10,81%, Pablo Neruda con el 8,11% entre otros autores con un porcentaje mucho más bajo.

4.5.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Una vez captada la atención de los clientes y que estos asistan a la librería-café se debe tener especial cuidado en el servicio y la atención, en primer lugar los clientes serán recibidos por el vendedor el cual entablará un dialogo de venta con la finalidad de tener una comunicación que ayude a detectar las necesidades del cliente.

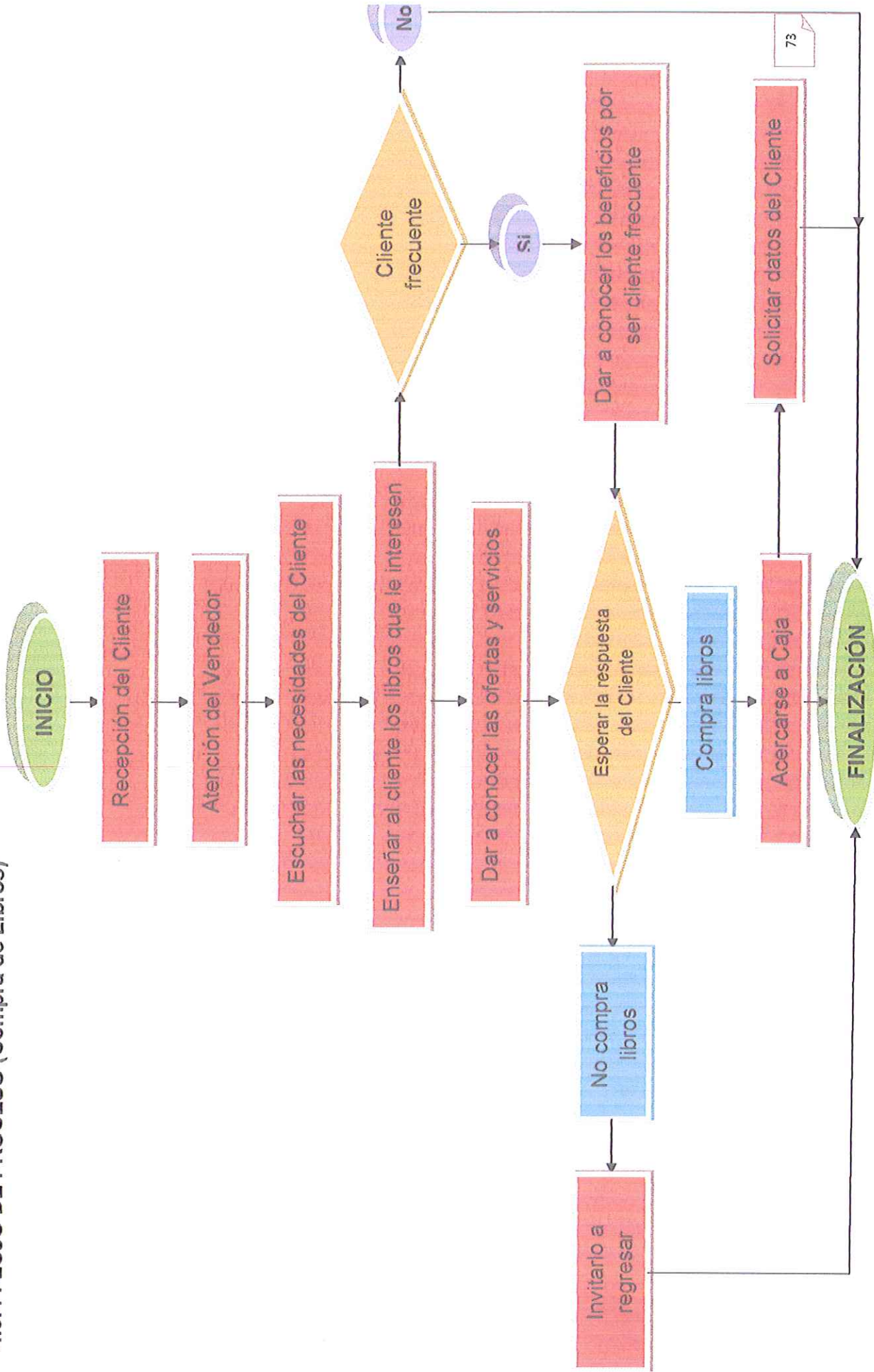
Cuando el vendedor ha detectado los requerimientos del cliente debe proceder a enseñarle el libro o los libros que tocan el tema que parece interesarle, además debe explicar los contenidos de los textos y permitir que el interesado

pueda estudiarlos. Si el cliente desea inscribirse en algún taller o programa de lectura se le deben mostrar las actividades disponibles.

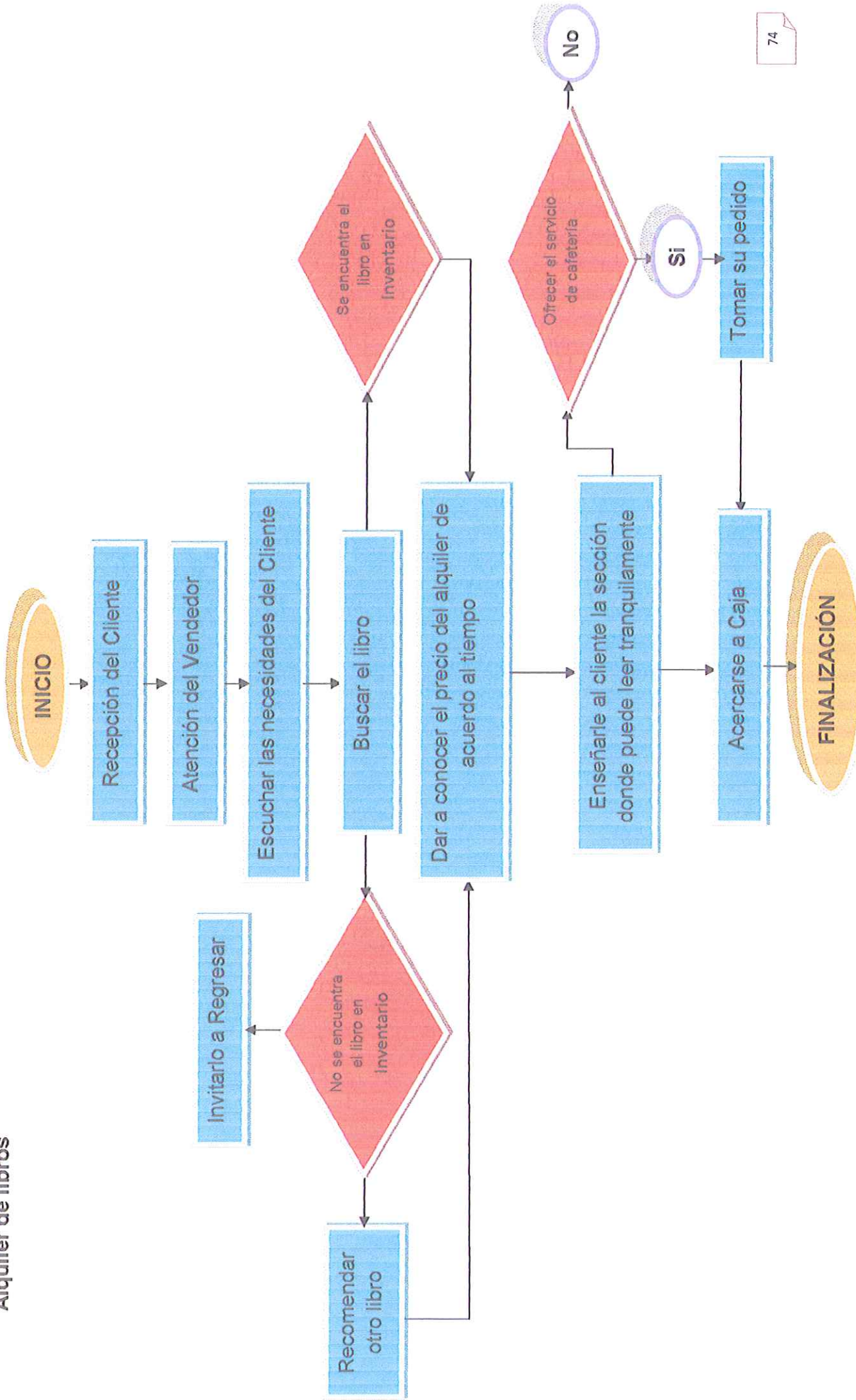
Cuando el cliente decide no hacer uso de los servicios que ofrece la librería-café se le debe invitar a regresar comentándole los diferentes servicios y futuros eventos que se llevarán a cabo, sin embargo si el cliente decide comprar los libros o inscribirse en los talleres, este se debe acercar a caja ya sea para efectuar el pago o la inscripción en los eventos, si el libro va a ser alquilado el vendedor primero debe mostrarle la sección donde puede leer tranquilamente además de ofrecerle los servicios de cafetería y luego de terminada su lectura aproximarse a caja.

Una vez que el cliente ha pagado el libro o el alquiler se debe buscar una estrategia para registrar el nombre, dirección y teléfono del cliente ya sea mediante fichas que el cliente completa de manera voluntaria para recibir información. Al final sólo hay que despedirse cordialmente del cliente.

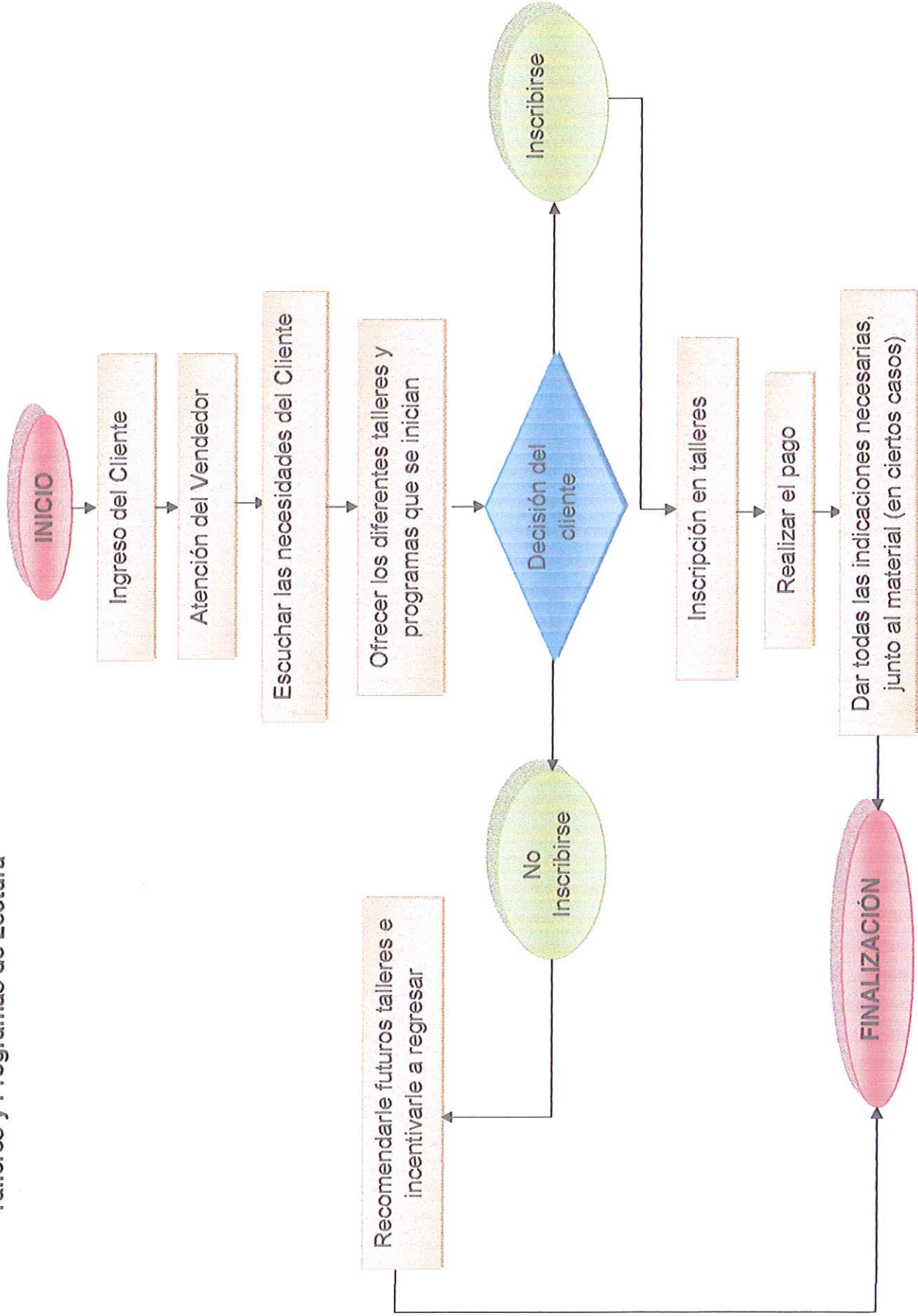
4.5.4 FLUJO DE PROCESO (Compra de Libros)



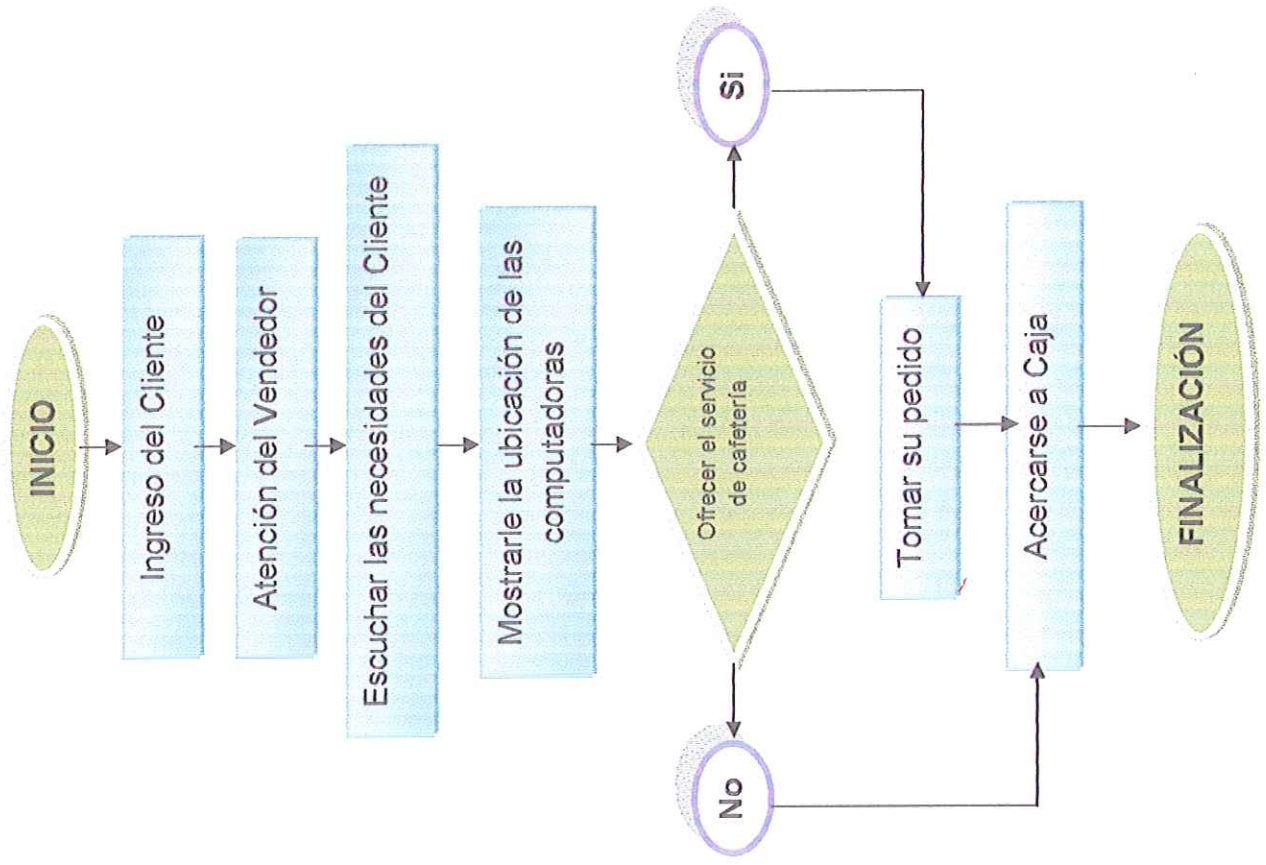
Alquiler de libros



Talleres y Programas de Lectura



Servicio de Internet



4.5.5 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para que los clientes asistan a la librería-café y se interesen por los libros se ofrecerán varias facilidades y atractivos, como:

- Pago con tarjeta de crédito.
- Descuentos
- Alquiler de libros
- Venta por catálogo
- Crédito a instituciones
- Ofertas
- Eventos culturales para adultos y niños

Además la librería contará con:

- Una excelente señalización.
- Una buena distribución de la librería.
- La concentración de la información en un módulo.
- Tener un listado de los servicios en el módulo.
- Publicación de los eventos y ofertas a realizarse

4.5.6 TAMAÑO DEL MERCADO

La inversión de la Librería-Café será de acuerdo al inventario de libros que es de 2500 ejemplares, por otra parte para su funcionamiento se cuenta con un local cuyas adecuaciones no implican un gasto mayor, además los equipos de oficina, muebles y gastos administrativos no elevarán de una gran manera el monto de la inversión.

4.5.7 DISPONIBILIDAD DE INVENTARIO

En la actualidad en el Ecuador el número de editoriales desde 1987 ha crecido de manera regular hasta consolidar un total 183, la mayor parte de las

editoriales se concentran en Quito, con un total de 146; en Guayaquil son 17; Cuenca, ocho; Ambato, tres; Loja y Riobamba, dos. En Ibarra, Latacunga, Machala, Manta y Otavalo hay una en cada ciudad. Las publicaciones de libros, impresión de ejemplares y reediciones aumentan cada día más, los textos que más se producen en el país son obras de literatura infantil y novelas. Además La cámara Ecuatoriana del libro está trabajando en planes para impulsar todo lo que sean publicaciones que potencien diversidad cultural y realizando varias campañas que fomente la lectura, especialmente en los jóvenes, puesto que ellos son el sector que menos tiene hábito de leer.

En cuanto a la disponibilidad de libros importados, de la materia prima e insumos para la elaboración de los textos Ecuador los adquiere de España, Colombia, Estados Unidos, Perú y México además estas importaciones se encuentran respaldadas por la Ley del Libro, por lo tanto la Librería –café contará con libros tanto nacionales como extranjeros de ya que el mundo editorial es amplio y cada día se hace más grande con nuevos textos y publicaciones.

4.5.8 DISPONIBILIDAD DE CAPITAL

La inversión necesaria para el funcionamiento de la librería-café no es demasiado elevada por lo que se puede acceder a un crédito comercial para la creación de esta nueva empresa, en la actualidad los bancos y cooperativas de ahorro y crédito están ofreciendo préstamos para incursionar en negocios previo un plan o proyecto con montos que van desde los \$20.000 a los \$125.000.

4.5.9 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

La librería-café se encuentra ubicada en las calles 10 de Agosto y Sucre frente al Parque Central en las antiguas oficinas de Trans-Esmeraldas, cuenta con una infraestructura amplia y con todos los servicios básicos correspondientes,

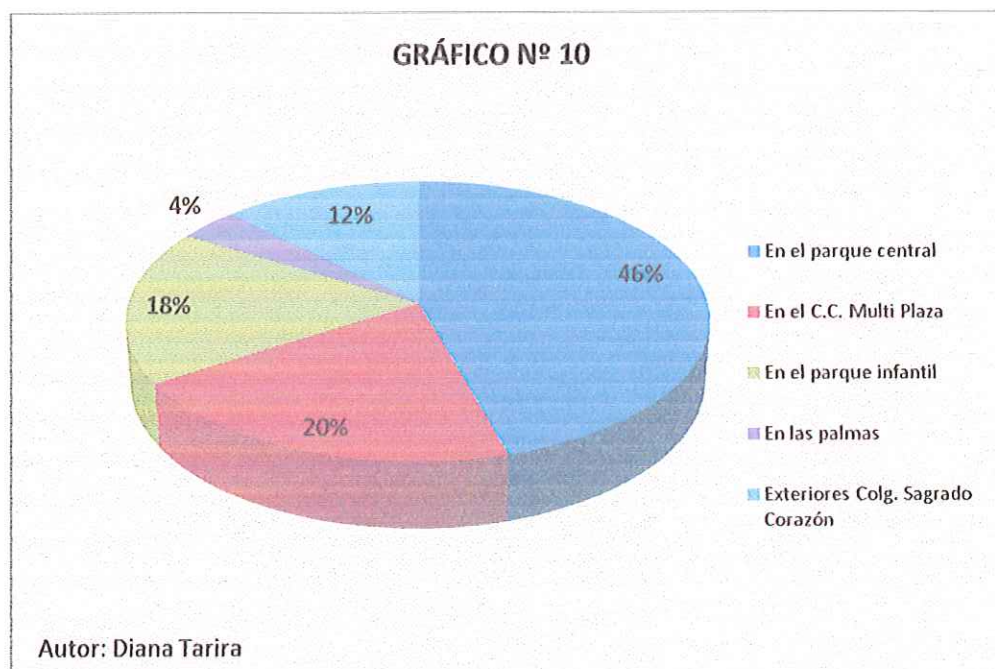
además de estar localizada en una vía de fácil acceso. El tamaño de la Librería-café es de 13m de frente y 20m de fondo. (Ver gráfico N° 11).

La elección de la ubicación de la Librería-Café se la realizó en base a las encuestas efectuadas (ver gráfico N° 10).

¿En qué lugar le gustaría que este ubicada la librería?

	TOTAL	PORCENTAJE
En el parque central	161	45,61%
En el C.C. Multi Plaza	72	20,40%
En el parque infantil	63	17,85%
En las palmas	13	3,68%
Exteriores Colg. Sagrado Corazón	44	12,46%
TOTAL	353	100,00%

Elaborado por: Diana Tarira



ANÁLISIS

Entre las preferencias de los lugares para que se encuentre ubicada la librería-café está el Parque Central, el 45,61% de las personas encuestadas opinaron que este era el sitio más adecuado para que se encuentre instalado este negocio, otro de los lugares más mencionados está el Centro Comercial Multi Plaza con un 20,40%, el parque infantil con el 17,85%, exteriores del colegio sagrado corazón con el 12,46% y finalmente las palmas con un 3,68%.

4.5.10 DISTRIBUCIÓN DE LA LIBRERÍA-CAFÉ

La librería-café contará con una oficina general, un almacén donde se podrán guardar los libros que no estén en exhibición, el área de la cocina, tres baños uno para los empleados que se encontrará al lado de la oficina general y dos para los usuarios, además tendrá la recepción donde se atenderán a los clientes, la sala de lectura y las diferentes secciones en donde estarán ubicados los libros. (Ver gráfico N°12)

GRÁFICO N°11

LOCALIZACIÓN DE LA LIBRERÍA-CAFÉ

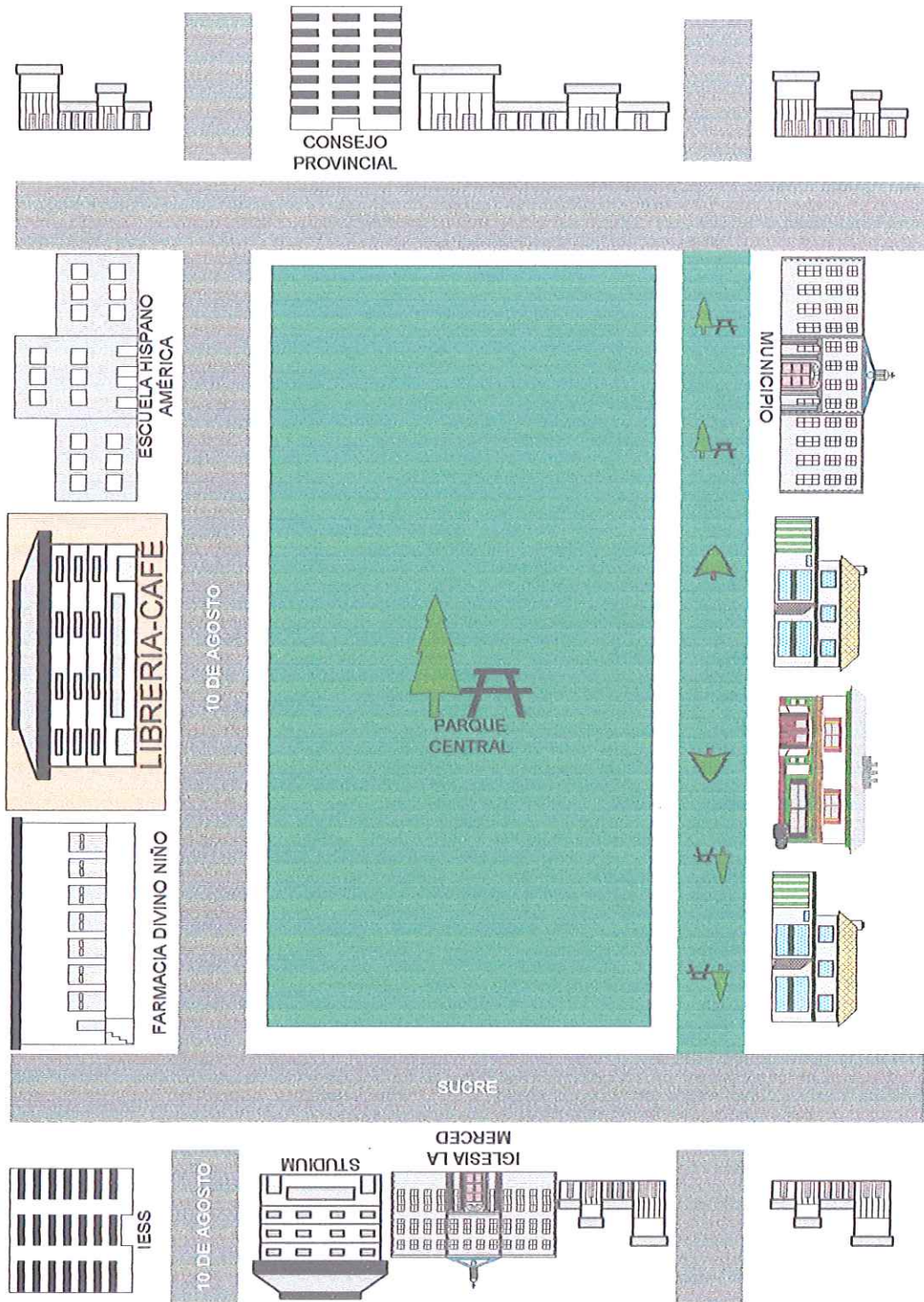
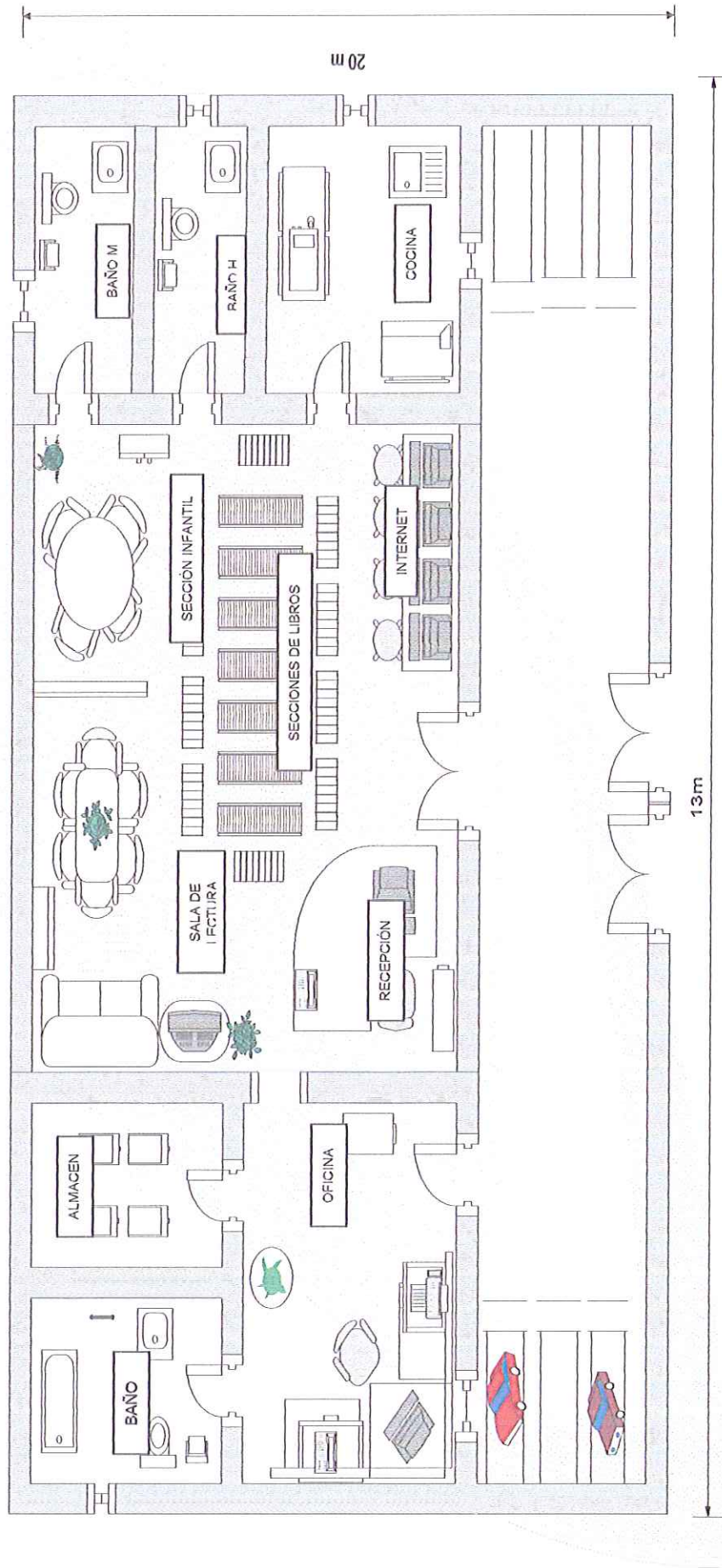


GRÁFICO N°12
DISTRIBUCIÓN DE LA LIBRERÍA-CAFÉ

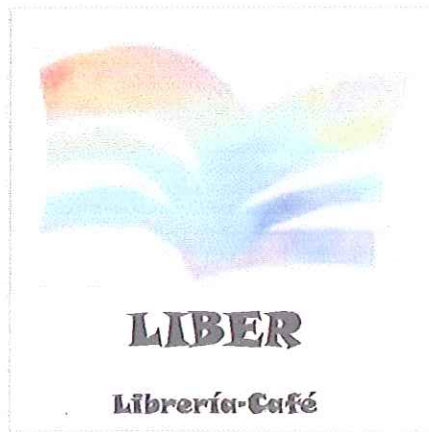


4.6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.6.1 NOMBRE DEL NEGOCIO

La librería-Café tendrá el nombre de **“LIBER”** que es un término en latín que significa corteza de árbol y de donde proviene la palabra Libro.

4.6.2 LOGO



4.6.3 PROPUESTA DE VENTA (slogan)

La propuesta de venta de la Librería-Café se la realizó en base a lo que se quiere mostrar al público, lo cual es la calidad y la variedad de los textos por eso el slogan que utilizará la librería será: **“La mejor alternativa en libros”**

4.6.4 CARACTERÍSTICAS Y TIPO DE ORGANIZACIÓN

La Librería-Café será constituida como Persona Natural que es aquella que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir una empresa como Persona Natural, la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa.

Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posee (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

4.6.5 MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS

Misión

- Contribuir con los esmeraldeños al fortalecimiento de hábitos lectura y ayudar a constituir una sociedad más instruida, informada y con intereses más amplios en todos sus niveles a través de la comercialización de libros y servicios culturales.

Visión

- Constituirnos a mediano plazo como la más importante librería en la ciudad de Esmeraldas, con una oferta completa de libros, prestación de servicio de internet, eventos y actividades culturales acorde con las demandas de educación, formación, información de todos los sectores de la sociedad esmeraldeña.

Objetivo

- Ser una Librería que brinde una gran variedad de libros de alta calidad y que además proporcione el mejor servicio a los clientes.

Objetivos Específicos

- Contar con un inventario de libros muy variado y de alta calidad por su contenido y materiales de elaboración.
- Promocionar los productos y servicios que ofrece la librería de modo que garantice su crecimiento.

- Dar una atención cordial, amistosa y de calidad a los clientes.
- Llevar la información de manera clara y transparente.
- Ayudar a fomentar el hábito de lectura en los esmeraldeños a través de los diferentes eventos y actividades culturales.

4.6.6 REQUERIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO.

Para el funcionamiento y atención de la Librería-Café se requerirán 4 personas ampliamente preparadas y capacitadas, en primer lugar se necesitará de un Administradora, seguido de una recepcionista, un vendedor y un guardia de seguridad.

4.6.7 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Cargo: ADMINISTRADORA

Educación formal: Título en Administración, Economía o Ingeniería en Contabilidad (deseable Post Grado en áreas afines).

Tipo de experiencia: Direcciones Administrativas, Tiempo: 2 Años.

Capacitación: Desarrollo organizacional; Recursos Humanos; Elaboración de Proyectos; Planificación Estratégica; Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa; Contratación Pública; Código del trabajo.

Supervisa a: Recepcionista, Vendedor y Guardia de Seguridad

Naturaleza del puesto: Responsable de planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las actividades relacionadas con estructura orgánica y funcional de la empresa, administración y bienestar de los recursos humanos, servicios, entre otros.

Descripción de Funciones y Actividades.

- Elaborar, ejecutar y evaluar, todas las políticas generales y específicas.
- Coordinar y autorizar el proceso de adquisiciones de bienes y servicios verificando que se ajusten al plan de presupuesto.
- Elaboración de informes.
- Gestionar y promocionar los productos y servicios que ofrece la Librería.
- Verificar que se cumplan los objetivos de la empresa.
- Organizar, dirigir, coordinar y controlar el sistema de contabilidad con sus respectivos registros.
- Registro de ingresos y desembolsos efectuados por la empresa.
- Verificar que todos los documentos se encuentren ordenados y debidamente archivados.
- Cumplir con las disposiciones legales y tributarias.
- Atención a los proveedores.
- Realizar pedidos de abastecimiento.

Cargo: RECEPCIONISTA-VENDEDORA

Educación formal: Título de Administración, Contabilidad o estudiante universitaria de estas áreas.

Tipo de experiencia: Secretaria o auxiliar de contabilidad. Tiempo: 1 Años.

Capacitación: Recursos Humanos

Además ser dinámica, gustarle la lectura, amable y responsable.

Depende de: Administradora

Supervisa a: Vendedor y Guardia de Seguridad

Naturaleza del puesto: Labores auxiliares en las acciones administrativas, secretariales y de venta.

Descripción de Funciones y Actividades.

- Responsable de caja
- Reposición de caja chica
- Elaboración de reporte de ventas con sus respectivos comprobantes.
- Elaboración de cheques autorizados por la administración.
- Elaboración de proformas a los clientes.
- Ingreso de mercadería.
- Atención al cliente en las ventas.

Cargo: VENDEDOR

Educación formal: Estudios Universitarios en áreas afines a la lectura

Tipo de experiencia: En áreas de ventas. Tiempo: 1 año

Capacitación: Recursos Humanos

Además ser sociable, agradable, tener un gusto por los libros.

Depende de: Administradora

Reporta a: Recepcionista-vendedora

Naturaleza del puesto: Labores venta.

Descripción de Funciones y Actividades.

- Codificación de productos para la venta y el ordenamiento respectivo de los mismos.
- Limpieza y abastecimiento de los libreros.
- Limpieza y orden de la librería.
- Atención del cliente en ventas.
- Reportar productos terminados.
- Controlar el ingreso y salida de la mercadería dentro de la librería.
- Encargado de tomar y realizar los pedidos de la cafetería.

Cargo: GUARDIA DE SEGURIDAD

Depende de: Administradora

Reporta a: Recepcionista-vendedora

Naturaleza del puesto: Labores de Seguridad de la empresa.

Descripción de Funciones y Actividades.

- Vigilar dentro y fuera de la librería que no exista ningún problema.
- Limpieza de la parte exterior de la librería.
- Control del estacionamiento

4.6.8 TRÁMITES Y PERMISOS PARA FUNCIONAMIENTO

Para que la librería-café funcione adecuadamente y dentro de los parámetros legales se necesitará de las siguientes autorizaciones:

- **Obtención del RUC:** El RUC es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan

actividades económicas, que generan obligaciones tributarias. El RUC es indispensable para todo trámite legal ya que en él se registra un cúmulo de información relativa al contribuyente, los requisitos indispensables para la obtención del RUC son:

1. Formulario de RUC -01-A
2. Copia de Cédula de Identidad
3. Certificado de Votación
4. Planilla de agua o teléfono
5. Título (en caso de ser afiliado a algún gremio)

- **Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de bomberos de Esmeraldas:** Las empresas deben instalar sistemas de prevención de incendios para garantizar la vida de su personal, así como también la asistencia por las empresas de seguros nacionales para resguardo de los bienes. Esta inspección que realiza el cuerpo de bomberos del área correspondiente consta de sistemas contra incendio, señalización de escape y permiso de habitabilidad y su base está en las normas Covenin, la solicitud del permiso se hace directamente en el cuerpo de bomberos, en el departamento de prevención y seguridad. El permiso es el primer requisito que los representantes legales del comercio (de cualquier tipo) deben tener para legalizar la operatividad de sus establecimientos.

En las oficinas de la entidad, el primer paso es informar a los usuarios sobre el servicio y la importancia de cumplir con este requisito, que deberá ser renovado después de 365 días, (tiene un año de vigencia desde el día de la emisión). Los requisitos necesarios para la obtención de este permiso son:

1. Copia del RUC (Registro Único de Contribuyente)
2. Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.
3. Copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano. (Dependiendo de la actividad si lo requiere)

4. Autorización por escrito del contribuyente o de la compañía indicando la persona que va a realizar el trámite y copia de las cédulas de identidad de la persona.

- **Permiso de Funcionamiento del Ilustre Municipio de Esmeraldas:**

Este permiso es otorgado por el Municipio en donde se encontrarán ubicadas las instalaciones de la empresa. El Municipio cobra una tasa dependiendo de la actividad y el área que ocupa el negocio. Esta licencia dura por un año y luego hay que renovarla. Los requisitos para la obtención de este permiso son:

4. Copia de Cédula de Identidad
5. Copia de RUC
6. Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos
7. Especie Valorada

- **Afiliación a la cámara de Comercio:** Al iniciar una empresa es indispensable ser miembro de algún organismo que respalde a la empresa legalmente y que además brinde beneficios como: Promover el comercio en su propia ciudad, tratar de conseguir regulaciones municipales representadas para los comercios, recolectar información y estadísticas que pueden ser de uso para los miembros, entre otros beneficios. Los requisitos que se deben presentar para la afiliación a la cámara de comercio son:

1. Copia de la cédula de identidad
2. Copia del RUC
3. Fotos tamaño carnet

- **Afiliarse al núcleo de la Cámara del Libro en la provincia más cercana:**

La Cámara Ecuatoriana del Libro es la encargada de resolver todos los asuntos concernientes a la edición, distribución y comercialización de libros, revistas e impresos en general. Las personas que se hallan en capacidad de ser miembros de los Núcleos Provinciales de la Cámara Ecuatoriana del Libro deberán cumplir con su afiliación a la respectiva Cámara de Comercio, para integrar el correspondiente Núcleo, lo cual proporciona muchos

beneficios para sus integrantes de acuerdo a lo estipulado en la Ley de la Cámara Ecuatoriana de Libro. Los requisitos para afiliarse son:

1. Formulario de Inscripción
2. Copia del RUC
3. Copia de Matrícula de Comercio
4. Copia de Cédula de Identidad
5. Planilla de cualquier servicios básicos

4.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.7.1. INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores	Escenario Normal
Índice de Inflación Anual	3,30%
Tasa de Interés Activa Anual Cooperativa 29 de Octubre	11,23%
Tasa de Interés Pasiva Anual Cooperativa 29 de Octubre	7,50%
Riesgo País	8,95%
Rotación del Inventario	c/3 meses
Incremento en ventas anuales de libros	8,00%
Durabilidad del Proyecto	10 años

Elaborado por: Diana Tarira

4.7.2. INVERSIÓN FIJA

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Muebles y Enseres	\$ 5.894,02
Equipo de Oficina	\$ 3.879,53
Equipos Informáticos	\$ 5.289,93
Utensilios de Cocina	\$ 176,83
TOTAL	\$ 15.240,31

Elaborado por: Diana Tarira

Muebles y Enseres

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Estación Gerencial	\$ 820,00	\$ 820,00
2	Sillas Euforia, color negro	\$ 220,00	\$ 440,00
1	Archivador de 4 gavetas	\$ 189,00	\$ 189,00
1	Archivador de 3 gavetas	\$ 171,00	\$ 171,00
1	Cauters 3 gavetas 105 x180x180	\$ 817,20	\$ 817,20
4	Sillas Grifiti, color azul	\$ 49,50	\$ 198,00
12	Sillas, color azul	\$ 29,70	\$ 356,40
2	Mesas sesión 6/personas	\$ 180,00	\$ 360,00
1	Archivador aéreo	\$ 125,00	\$ 125,00
10	Libreros	\$ 130,00	\$ 1.300,00
1	Sala Lineal en L	\$ 980,00	\$ 980,00
2	Mesas niño roja	\$ 18,96	\$ 37,92
10	Silla niño varios colores	\$ 9,95	\$ 99,50
	TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES		\$ 5.894,02

Elaborado por: Diana Tarira

Equipos de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Fax Teléfono Panasonic	\$ 150,99	\$ 150,99
1	Teléfono inalámbrico Panasonic	\$ 39,99	\$ 39,99
1	Sumadoras	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Split GE 220U	\$ 936,50	\$ 936,50
1	Vitrina exhibidora Indurama	\$ 1.007,01	\$ 1.007,01
1	Mini Componente modelo 364	\$ 475,27	\$ 475,27
1	TV 32" LCD	\$ 729,99	\$ 729,99

1	Plancha Sanduchera	\$ 106,99	\$ 106,99
1	Diggio DVD Player	\$ 59,99	\$ 59,99
1	Licuada Oster	\$ 94,43	\$ 94,43
1	Microonda Indurama 28cr	\$ 197,38	\$ 197,38
1	Cafetera 5tz Negra	\$ 40,99	\$ 40,99
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		\$ 3.879,53

Elaborado por: Diana Tarira

Equipos Informáticos

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
5	PC PAV S5130 4GB HP	\$ 804,99	\$ 4.024,95
1	Laptop DV HP 4GB	\$ 1.214,99	\$ 1.214,99
1	Impresora HP	\$ 49,99	\$ 49,99
	TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS		\$ 5.289,93

Elaborado por: Diana Tarira

Utensilios de Cocina

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Vajilla 20 piezas	\$ 45,99	\$ 91,98
2	Vasos Bebida Madeira x 6	\$ 4,43	\$ 8,86
1	Cubiertos Juego x 20p	\$ 45,99	\$ 45,99
2	Cuchillos	\$ 3,00	\$ 6,00
2	Jarras	\$ 12,00	\$ 24,00
	TOTAL OTROS ACTIVOS		\$ 176,83

Elaborado por: Diana Tarira

Remodelaciones

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
180	Bloques	\$ 0,30	\$ 54,00
13	Pacas Cemento	\$ 6,90	\$ 89,70
2	Arena por metro	\$ 15,00	\$ 30,00
22	Sika por Kilo	\$ 3,50	\$ 77,00
2	Galones de Masilla	\$ 3,40	\$ 6,80
1	Quintal de Hierro barilla de 10	\$ 45,00	\$ 45,00
1	Libra de alambre	\$ 2,00	\$ 2,00
0,5	Metro de sanduche	\$ 15,00	\$ 7,50
20	Cerámica por metro	\$ 7,00	\$ 140,00
3	Juego de Baño EDESA	\$ 120,00	\$ 360,00
12	Pintura por galones	\$ 20,00	\$ 240,00
6	Pintura de aceite por litros	\$ 25,00	\$ 150,00
8	Pintura de fondo	\$ 70,00	\$ 560,00
2	Galón de Tíñer	\$ 5,00	\$ 10,00
5	Espátulas	\$ 2,50	\$ 12,50
35	Pliegos de lija N°150	\$ 0,60	\$ 21,00
5	Puertas de madera	\$ 120,00	\$ 600,00
4	Ventanas de aluminio	\$ 60,00	\$ 240,00
	Mano de Obra		\$ 5.000,00
	TOTAL EDIFICIO		\$ 7.645,50

Elaborado por: Diana Tarira

Gasto de Constitución

Obtención del RUC	\$ 5,00
Permiso de Func. del C. de bomberos de Esmeraldas	\$ 25,00
Permiso de Func. del Ilustre Municipio de Esmeraldas	\$ 70,00
Afiliación a la cámara de Comercio	\$ 98,00
Afiliarse al núcleo de la Cámara del Libro	\$ 30,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 228,00

Elaborado por: Diana Tarira

4.7.3. DEPRECIACIÓN

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
Nombre del activo		EQUIPOS DE COMPUTACION	
Costo		5.289,93	
Vida Útil		3	Años
Valor residual		10%	528,99
Depreciación anual			1.586,98
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			5.289,93
1	1.586,98	1.586,98	3.702,95
2	1.586,98	3.173,96	2.115,97
3	1.586,98	4.760,94	528,99
	4.760,94		

Elaborado por: Diana Tarira

TABLA DE DEPRECIACION ANNUAL			
Nombre del Activo		EQUIPOS DE OFICINA	
Costo		3.879,53	
Vida Útil		10	Años
Valor residual		10%	387,95
Depreciación anual			349,16
V.U.	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EL LIBROS
0			3.879,53
1	349,16	349,16	3.530,37
2	349,16	698,32	3.181,21
3	349,16	1.047,47	2.832,06
4	349,16	1.396,63	2.482,90
5	349,16	1.745,79	2.133,74
6	349,16	2.094,95	1.784,58
7	349,16	2.444,10	1.435,43
8	349,16	2.793,26	1.086,27
9	349,16	3.142,42	737,11
10	349,16	3.491,58	387,95
	3.491,58		

Elaborado por: Diana Tarira

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
Nombre del Activo	Vida útil	Costo del activo	Depreciación Mensual	Depreciación Anual	Valor de rescate
Muebles y enseres	10	5.894,02	44,21	530,46	589,40
Equipos de oficina	10	3.879,53	29,10	349,16	387,95
Equipos Informáticos	3	5.289,93	132,25	1.586,98	528,99
TOTAL		15.063,48	205,55	2.466,60	1.506,35

Elaborado por: Diana Tarira

4.7.4. INVENTARIOS

RESUMEN DE INVENTARIOS		
DESCRIPCIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL
Inventario de Suministro de Oficina	\$ 113,92	\$ 341,76
Inventario de Suministro de Limpieza	\$ 79,52	\$ 238,56
Inventario de Libros	\$ 1.052,50	\$3.157,50
Inventario del Bar	\$ 125,20	\$ 375,60
TOTAL	\$ 1.371,14	\$ 4.113,42

Elaborado por: Diana Tarira

- El Inventario está pronosticado para 3 meses.

A continuación se detallan los inventarios mensuales a excepción del inventario de libros que es anual.

Suministros de Oficina

CANT.	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
6	Bolígrafo punta media varios colores BIC	\$ 0,26	\$ 1,54
3	Marcador Resaltador Pta. Biselada Naranja BIC	\$ 0,80	\$ 2,40
1	Engrapadora Flat media Plástica Azul	\$ 19,69	\$ 19,69
1	Perforadora de escritorio grande	\$ 7,10	\$ 7,10
5	Rollo de papel para sumadora	\$ 0,75	\$ 3,75
2	Cuaderno espiral A4 100 Hjs Cuadros Norma	\$ 1,37	\$ 2,73
4	Folders Plásticos Oficio Ejecutivo	\$ 0,59	\$ 2,38
10	Sobre manila F4	\$ 0,07	\$ 0,72
1	Calculadora CASIO	\$ 18,16	\$ 18,16

3	Portaminas 0.7mm Negro	\$ 3,35	\$ 10,05
2	Juego Geométrico Reglas 30cm Carioca	\$ 1,19	\$ 2,38
2	Saca grapas Tipo Tenaza Negro	\$ 0,60	\$ 1,20
2	Tijeras 13cm	\$ 2,71	\$ 5,42
2000	Papel Bond Blanco para copiado	\$ 0,01	\$ 24,28
3	Borrador Lápiz Pelikan	\$ 0,21	\$ 0,63
3	Corrector Pluma Blanco 10ml	\$ 1,30	\$ 3,90
3	Papel Fax	\$ 2,53	\$ 7,59
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA			\$ 113,92

Elaborado por: Diana Tarira

Suministros de Limpieza

CANT.	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
2	TIPS Desimpex cherry 90g	\$ 0,69	\$ 1,38
1	Clorox Ajax limón, 2000ml	\$ 2,06	\$ 2,06
2	Trapeador de algodón Brujita	\$ 2,05	\$ 4,10
2	Regina Escoba	\$ 1,48	\$ 2,96
3	Ambientador Glade Spa, 291g	\$ 2,55	\$ 7,65
3	Guantes máster	\$ 1,22	\$ 3,66
2	Balde 9 litros negro	\$ 0,93	\$ 1,86
3	Basurero	\$ 2,22	\$ 6,66
5	Toalla de mano vino	\$ 1,71	\$ 8,55
1	TIPS Floral, 1000ml	\$ 1,76	\$ 1,76
2	Rodapié verde 17x26	\$ 6,85	\$ 13,70
2	La Gruesa Fundas de basura x 50	\$ 1,58	\$ 3,16
1	Axión Bicarbonato de sodio	\$ 1,13	\$ 1,13
1	Glade Plug Liq vainilla	\$ 8,45	\$ 8,45
3	Franela roja mediana	\$ 0,92	\$ 2,76
2	Scott PH extra doble	\$ 2,50	\$ 5,00

2	Palmolive Avena y Azúcar x 3 110g	\$ 1,59	\$ 3,18
1	Palas para basura	\$ 1,50	\$ 1,50
	TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		\$ 79,52

Elaborado por: Diana Tarira

Inventario de Libros

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Libros de Historia	50	\$ 7,50	\$ 375,00
Enciclopedias	100	\$ 22,50	\$ 2.250,00
Novelas	500	\$ 5,00	\$ 2.500,00
Libros Poéticos	140	\$ 4,00	\$ 560,00
Libros de Textos	50	\$ 10,00	\$ 500,00
Literatura Juvenil	300	\$ 2,50	\$ 750,00
Literatura Universal	300	\$ 2,50	\$ 750,00
Literatura Ecuatoriana	140	\$ 2,50	\$ 350,00
Libros de Superación Personal	100	\$ 10,00	\$ 1.000,00
Libros Científicos	40	\$ 12,50	\$ 500,00
Biografías	30	\$ 10,00	\$ 300,00
Cuentos Infantiles	500	\$ 1,50	\$ 750,00
Libros Infantiles para colorear	90	\$ 1,00	\$ 90,00
Libros de Filosofía	90	\$ 12,50	\$ 1.125,00
Libros de Economía	60	\$ 12,50	\$ 750,00
Ensayos	10	\$ 8,00	\$ 80,00
TOTAL			\$ 12.630,00

Elaborado por: Diana Tarira

Inventario del Bar

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Jugos Del valle x6	5	\$ 1,88	\$ 9,40
Jugos sunny x 6 237ml	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Coca-cola x4	5	\$ 2,06	\$ 10,30
Supan Molde 500g -20p.	5	\$ 1,14	\$ 5,70
Supan hamburguesas x 8 520g.	4	\$ 1,37	\$ 5,48
Snake lunchi pack surtido 480g	2	\$ 2,87	\$ 5,74
Jamón rebanado 1 kg 1000g	3	\$ 6,74	\$ 20,22
Rey Queso 500gr	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Nescafé 170g	2	\$ 5,96	\$ 11,92
Servilletas Scott suave x 300	2	\$ 1,55	\$ 3,10
Agua Natural Tesalia x6 500cc	4	\$ 1,46	\$ 5,84
Agua Dasani x 6 500cc	4	\$ 1,53	\$ 6,12
Pa fritas mayonesa x 12	1	\$ 2,42	\$ 2,42
Azúcar San Carlos 2kg	1	\$ 1,43	\$ 1,43
Té 25 funditas	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Bonella vital 1 kg	1	\$ 2,83	\$ 2,83
Six pack surtido	5	\$ 1,64	\$ 8,20
TOTAL			\$ 125,20

Elaborado por: Diana Tarira

4.7.5. CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 228,00
SUELDOS Y REMUNERACIONES		\$ 1.537,25
Sueldos y salarios del personal fijo	\$ 1.537,25	
SUBTOTAL		\$1.765,25
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 337,00
Energía Eléctrica	\$ 120,00	
Agua	\$ 25,00	
Telecomunicación	\$ 60,00	
TV Cable	\$ 32,00	
Internet	\$ 100,00	
ARRIENDO		\$ 800,00
SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 135,35
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		\$ 91,23
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		\$ 200,00
SERVICIO BANCARIO		\$ 8,00
SUBTOTAL		\$ 1.571,58
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		\$ 3.336,83

Elaborado por: Diana Tarira

- El Capital de Trabajo ha sido provisionado para 3 meses.

4.7.6. GASTO DE SUELDO

Nómina del Primer año

NOMINA LABORAL												
Nº	FUNCION	REMUN. UNIF.	HORAS EXTRAS	TOTAL	13ero	14to	FOND. DE RESERVA	LIQ. AÑOS DE SERV	VAC.	IESS PATRONAL	TOTAL BENEF. SOCIALES	TOTAL REM.
1	Administradora	320,00		320,00	26,67	20,00			13,33	38,88	98,88	418,98
1	Recepcionista-Vendedor	280,00	74,67	354,67	29,56	20,00			14,78	43,09	107,43	462,09
1	Vendedor	250,00	66,67	316,67	26,39	20,00			13,19	38,48	98,06	414,73
1	Guardia de Seguridad	240,00	64,00	304,00	25,33	20,00			12,67	36,94	94,94	398,94
4	TOTAL	1090,00	205,33	1295,33	107,94	80,00			53,97	157,38	399,30	1694,63
											TOTAL A PAGAR ANUAL	\$ 20335,596

Elaborado por: Diana Tarira

- El Total a Pagar se lo calculó de la siguiente manera:

$$\$1.694,63 (12) = 20.335,56$$

- Cálculo de las Horas extras: $280/240 = 1,17(2) = 2,33 (32horas) = 74,67$ Recepcionista

$$250/240 = 1,04(2) = 2,08 (32horas) = 66,67$$
 Vendedor

$$240/240 = 1,00(2) = 2,00 (32horas) = 64,00$$
 Guardia de Seguridad

Nómina del Segundo Año

NOMINA LABORAL												
Nº	FUNCION	REMUN. UNIF.	HORAS EXTRAS	TOTAL	13ero.	14to.	FOND. DE RESERVA	LIQ. AÑOS DE SERV	VAC.	IESS PATRONAL	TOTAL BENEF. SOCIALES	TOTAL REM.
1	Administradora	320,00		320,00	26,67	20,00	26,67	6,67	13,33	38,88	132,21	452,21
1	Recepcionista- Vendedora	280,00	74,67	354,67	29,56	20,00	29,56	7,39	14,78	43,09	144,37	499,04
1	Vendedor	250,00	66,67	316,67	26,39	20,00	26,39	6,60	13,19	38,48	131,04	447,71
1	Guardia de Seguridad	240,00	64,00	304,00	25,33	20,00	25,33	6,33	12,67	36,94	126,60	430,60
4	TOTAL	1090,00	205,33	1295,33	107,94	80,00	107,94	26,99	53,97	157,38	534,23	1829,56
											TOTAL A PAGAR ANUAL	21954,76

Elaborado por: Diana Tarira

- El Total a Pagar se lo calculó de la siguiente manera:
 $\$1.829,56 (12) = 21.954,72$
- Cálculo de las Horas extras: $280/240 = 1,17(2) = 2,33 (32horas) = 74,67$ Recepcionista
 $250/240 = 1,04(2) = 2,08 (32horas) = 66,67$ Vendedor
 $240/240 = 1,00(2) = 2,00 (32horas) = 64,00$ Guardia de Seguridad

4.7.11. FINANCIAMIENTO

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL						
INVERSION INICIAL	36.166,84	100%	TASA SISTEMA FINANCIERO	TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO	
Aporte	20.000,00	0,55299275	Tasa Pasiva	7,50	0,04147	
Cooperativa 29 de Octubre	16.166,84	0,44700725	Tasa Activa	11,23	0,05020	
TOTAL INVERSION	36.166,84	1,00000000	TASA DE RENTABILIDAD		0,091673	
					9,17%	

Elaborado por: Diana Tarira

Tabla de Amortización del Préstamo

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL				
CRÉDITO BANCARIO				
Método	Cuota Fija			12
Capital	16.166,84	Pago Cada	1	Meses
Tasa de interés anual		11,23%	Periodos	36
Plazo		3	Años	
Pagos anuales		12		
Interés	0,94%	Pago Periódico		531,04
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERES PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				16.166,84
1	531,04	151,29	379,75	15.787,09
2	531,04	147,74	383,30	15.403,79
3	531,04	144,15	386,89	15.016,90
4	531,04	140,53	390,51	14.626,39
5	531,04	136,88	394,17	14.232,22
6	531,04	133,19	397,85	13.834,37
7	531,04	129,47	401,58	13.432,79
8	531,04	125,71	405,34	13.027,45
9	531,04	121,92	409,13	12.618,32
10	531,04	118,09	412,96	12.205,37
11	531,04	114,22	416,82	11.788,54
12	531,04	110,32	420,72	11.367,82
TOTAL	6.372,53	1.573,51	4.799,02	
13	531,04	106,38	424,66	10.943,16
14	531,04	102,41	428,63	10.514,52
15	531,04	98,40	432,65	10.081,88

16	531,04	94,35	436,69	9.645,18
17	531,04	90,26	440,78	9.204,40
18	531,04	86,14	444,91	8.759,50
19	531,04	81,97	449,07	8.310,43
20	531,04	77,77	453,27	7.857,15
21	531,04	73,53	457,51	7.399,64
22	531,04	69,25	461,80	6.937,84
23	531,04	64,93	466,12	6.471,73
24	531,04	60,56	470,48	6.001,25
TOTAL	6.372,53	1.005,96	5.366,57	
25	531,04	56,16	474,88	5.526,36
26	531,04	51,72	479,33	5.047,04
27	531,04	47,23	483,81	4.563,23
28	531,04	42,70	488,34	4.074,89
29	531,04	38,13	492,91	3.581,98
30	531,04	33,52	497,52	3.084,45
31	531,04	28,87	502,18	2.582,27
32	531,04	24,17	506,88	2.075,40
33	531,04	19,42	511,62	1.563,77
34	531,04	14,63	516,41	1.047,36
35	531,04	9,80	521,24	526,12
36	531,04	4,92	526,12	0,00
TOTAL	6.372,53	371,28	6.001,25	

Elaborado por: Diana Tarira

ANÁLISIS

La Inversión Inicial para llevar a cabo el proyecto es de \$ 36.166,84, este valor será obtenido mediante dos fuentes de financiamiento: \$20.000 será por aporte propio y la diferencia \$ 16.166,84 será cubiertos por un préstamo a la Cooperativa 29 de Octubre que ofrece una tasa activa del 11,23% y una tasa pasiva del 7,50%, analizando las fuentes de financiamiento con su respectivas tasa del Sistema Financiero, el proyecto tiene una rentabilidad del 9,17%.

4.7.12. PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS

Presupuesto de Costos

DESCRIPCION	VALOR
Inventario de Libros	\$ 1.052,50
Inventario del Bar	\$ 125,20
TOTAL COSTOS MENSUALES	\$ 1.177,70
TOTAL COSTOS ANUALES	\$14.132,40

Elaborado por: Diana Tarira

Presupuesto de Gastos

DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	\$1.295,33
Luz	\$ 80,00
Agua	\$ 20,00
Teléfono	\$ 30,00
TV Cable	\$ 32,00
Internet	\$ 54,00
Publicidad	\$ 80,00
Arriendo	\$ 800,00

Pago de intereses crédito	\$ 131,13
Útiles de Aseo y Limpieza	\$ 91,23
Útiles de Oficina	\$ 135,35
Depreciación de Activos Fijos	\$ 205,55
Servicios Bancarios	\$ 8,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 107,94
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 80,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	\$ 53,97
Fondo de Reserva	\$ 107,94
Gastos de Constitución	\$ 3,80
TOTAL GASTOS MENSUALES	\$3.316,25
TOTAL GASTOS ANUALES	\$39.795,00

Elaborado por: Diana Tarira

4.7.13. PRONÓSTICO DE COMPRA Y VENTA

VENTAS MENSUALES PROMEDIO		5.866,44		INCREM. COSTOS Y GASTOS		3,30%
AÑOS	VENTAS	COSTOS		INCREMENTO DE LAS VENTAS		UTILIDAD NETA OPERACIONAL
	VALOR	VALOR	VALOR	GASTOS OPERACIONALES	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	
1	70.397,27	14.132,40	56.264,87	39.795,00	16.469,87	
2	76.029,05	14.598,77	61.430,28	41.108,24	20.322,04	
3	82.111,37	15.080,53	67.030,85	42.464,81	24.566,04	
4	88.680,28	15.578,19	73.102,10	43.866,15	29.235,95	
5	95.774,71	16.092,27	79.682,44	45.313,73	34.368,71	
6	103.436,68	16.623,31	86.813,37	46.809,08	40.004,29	
7	111.711,62	17.171,88	94.539,74	48.353,78	46.185,95	
8	120.648,55	17.738,55	102.910,00	49.949,46	52.960,54	
9	130.300,43	18.323,92	111.976,51	51.597,79	60.378,72	
10	140.724,47	18.928,61	121.795,85	53.300,52	68.495,33	
TOTAL	1.019.814,43	164.268,43	855.546,00	462.558,56	392.987,44	

Elaborado por: Diana Tarira

4.7.14. PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	1.295,33		1.295,33	15.544,00		15.544,00
Luz	80,00		80,00	960,00		960,00
Agua	20,00		20,00	240,00		240,00
Teléfono	30,00		30,00	360,00		360,00
TV Cable	32,00		32,00	384,00		384,00
Internet	54,00		54,00	648,00		648,00
Publicidad	80,00		80,00	960,00		960,00
Arriendo	800,00		800,00	9.600,00		9.600,00
Pago de intereses crédito	131,13		131,13	1.573,51		1.573,51
Útiles de Aseo y Limpieza	91,23		91,23	1.094,76		1.094,76
Útiles de Oficina	135,35		135,35	1.624,20		1.624,20
Depreciación de Activos Fijos	205,55		205,55	2.466,60		2.466,60
Servicios Bancarios	8,00		8,00	96,00		96,00
Décimo Tercer Sueldo	107,94		107,94	1.295,33		1.295,33

Décimo Cuarto Sueldo	80,00		80,00	960,00	960,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	53,97		53,97	647,67	647,67
Fondo de Reserva	107,94		107,94	1.295,33	1.295,33
Gastos de Constitución	3,80		3,80	45,60	45,60
INVENTARIO		1.177,70	1.177,70		14.132,40
TOTAL	3.316,25	1.177,70	4.493,95	39.795,00	14.132,40
					53.927,40

Elaborado por: Diana Tarira

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
Ventas	5.866,44	70.397,27
Costos Fijos Totales	3.316,25	39.795,00
Costos Variables Totales	1.177,70	14.132,40
Punto de Equilibrio	4.149,21	49.790,56

Elaborado por: Diana Tarira

- Significa que el valor mensual de \$ 4.149,21 es lo mínimo que debo vender para no perder ni ganar.
- **Punto de Equilibrio = Costos Fijos / 1 - (Costos Variables / Ventas)**

4.7.15. ESTADO DE RESULTADO DEL PROYECTO

INGRESOS	VIDA ÚTIL DEL PROYECTO										TOTAL	
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9		AÑO 10
Ventas	5866,43907	70.397,27	76.029,05	82.111,37	88.680,28	95.774,71	103.436,68	111.711,62	120.648,55	130.300,43	140.724,47	1.019.814,43
Recursos materiales y equipos	23.079,25											
Recurso Humano	4.611,75											
Gastos de Constitución	228,00											
Capital de Trabajo	4.714,74											
Inventario de libros	3.157,50											
TOTAL INGRESOS		70.397,27	76.029,05	82.111,37	88.680,28	95.774,71	103.436,68	111.711,62	120.648,55	130.300,43	140.724,47	1.019.814,43
COSTO DE VENTA												
Costo del Inventario	1.177,70	14.132,40	14.598,77	15.080,53	15.578,19	16.092,27	16.623,31	17.171,86	17.738,55	18.323,92	18.928,61	164.268,43
TOTAL COSTO DE VENTA		14.132,40	14.485,71	14.847,85	15.219,05	15.599,53	15.989,51	16.388,25	16.798,98	17.218,96	17.649,48	158.330,67
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		56.264,87	57.671,49	59.113,28	60.591,11	62.105,89	63.658,53	65.250,00	66.881,25	68.553,28	70.267,11	630.356,81
GASTOS OPERACIONALES												
Gastos de Administración												
Sueldos	1.295,33	15.544,00	15.932,60	16.330,92	16.739,19	17.157,67	17.586,61	18.026,27	18.476,93	18.938,85	17.157,67	171.890,71
Luz	80,00	990,00	994,00	1.008,60	1.033,82	1.059,86	1.086,15	1.113,31	1.141,14	1.169,67	1.059,66	10.616,00
Agua	20,00	240,00	246,00	262,15	288,45	294,92	271,54	278,33	285,28	292,42	264,92	2.654,00
Teléfono	30,00	360,00	369,00	378,23	387,68	397,37	407,31	417,49	427,93	438,63	397,37	3.981,00
TV Cable	32,00	384,00	393,60	403,44	413,53	423,86	434,46	445,32	456,46	467,87	423,86	
Internet	54,00	648,00	664,20	680,81	697,83	715,27	733,15	751,48	770,27	789,53	715,27	
Publicidad	80,00	960,00	984,00	1.008,60	1.033,82	1.059,86	1.086,15	1.113,31	1.141,14	1.169,67	1.059,66	10.616,00

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDE EMERALDAS

Amenio	800,00	9.600,00	9.640,00	10.086,00	10.338,15	10.399,60	10.861,52	11.133,06	11.411,38	11.696,67	10.596,60	
Pago de intereses crédito	131,13											
Útiles de Aseo y Limpieza	91,23	1.094,76	1.122,13	1.150,18	1.178,94	1.208,41	1.238,62	1.269,59	1.301,33	1.333,86	1.208,41	12.106,22
Útiles de Oficina	135,35	1.624,20	1.664,81	1.706,43	1.749,09	1.792,81	1.837,63	1.883,57	1.930,66	1.978,93	1.792,81	17.960,94
Depreciación de Activos Fijos	205,55	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	24.665,99
Servicios Bancarios	8,00	96,00	98,40	100,86	103,38	105,97	108,62	111,33	114,11	116,97	105,97	1.061,60
Décimo Tercer Sueldo	107,94	1.295,33	1.327,72	1.360,91	1.394,93	1.429,81	1.465,55	1.502,19	1.539,74	1.578,24	1.429,81	14.324,23
Décimo Cuarto Sueldo	80,00	960,00	984,00	1.008,60	1.033,82	1.059,66	1.086,15	1.113,31	1.141,14	1.169,67	1.059,66	10.616,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	53,97	647,67	663,86	680,45	697,47	714,90	732,78	751,09	769,87	789,12	714,90	7.162,11
Fondo de Reserva	107,94		1.295,33	1.327,72	1.360,91	1.394,93	1.429,81	1.465,55	1.502,19	1.539,74	1.394,93	12.711,11
Gastos de Constitución		45,60	45,60	45,60	45,60	45,60	45,60					228,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		35.826,16	39.081,84	39.996,08	40.833,18	41.899,70	42.832,64	43.841,79	44.876,17	45.936,41	41.848,10	418.166,08
Gastos Financieros												
Intereses Bancarios		1.573,51	1.005,96	371,28								2.950,75
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		1.573,51	1.005,96	371,28								2.950,75
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		38.499,67	40.087,80	40.367,37	40.833,18	41.899,70	42.832,64	43.841,79	44.876,17	45.936,41	41.848,10	421.116,84
UTILIDAD OPERACIONAL		17.765,20	18.209,33	18.664,56	19.131,18	19.609,46	20.099,69	20.602,19	21.117,24	21.645,17	19.609,46	196.453,47
15% Participación trabajadores	16%	2.664,78	2.731,40	2.799,68	2.869,68	2.941,42	3.014,95	3.090,33	3.167,59	3.246,78	2.941,42	29.468,02
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		15.100,42	15.477,93	15.864,88	16.261,50	16.668,04	17.084,74	17.511,86	17.949,65	18.398,40	16.668,04	166.985,45
25% Impuesto a la Renta	25%	3.775,10	3.869,48	3.966,22	4.065,38	4.167,01	4.271,18	4.377,96	4.487,41	4.599,60	4.167,01	41.746,36
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		11.325,31	11.608,45	11.898,66	12.196,13	12.501,03	12.813,55	13.133,89	13.462,24	13.798,80	12.501,03	125.239,09
Pago de cuota bancaria		4.799,02	5.366,57	6.001,25								16.166,84
Depreciación de Activos fijos		2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	2.466,60	24.665,99
Gastos de Constitución		45,60	45,60	45,60	45,60	45,60						228,00
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS		9.038,49	8.764,07	8.409,61	14.708,32	15.013,23	15.280,15	15.600,49	15.928,84	16.265,39	14.967,63	133.966,23
VALOR DE RESCATE											1506,348	1.506,35
FLUJO NETO		9.038,49	8.764,07	8.409,61	14.708,32	15.013,23	15.280,15	15.600,49	15.928,84	16.265,39	16.473,97	136.472,68

RENTABILIDAD = \$9.038,49 / \$70.397,27= 12,84% 1er Año

- En la construcción del Flujo anual se ha considerado el gasto mensual y este se los multiplica por doce, el cual constituye este flujo.
- Se ha considerado para el flujo, la inversión de inventarios y de recurso humano, con todos los ingresos, costos y gastos operacionales que genera el proyecto.

4.7.16. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
Banco	5.332,68	Préstamo Bancario C/P	4.799,02
Suministro de Oficina	113,92	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	4.799,02
Suministro de Limpieza	79,52	PASIVOS NO CORRIENTES	
		Préstamo Bancario L/P	11.367,82
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	5.526,12	T. PASIVOS NO CORRIENTE	11.367,82
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		TOTAL PASIVOS	16.166,84
Muebles y Enseres	5.894,02		
Equipos de Oficina	3.879,53	PATRIMONIO	4.827,59
Equipos Informáticos	5.289,93		
Otros Activos	176,83		
TOTAL ACT. NO CORRIENTES	15.240,31	TOTAL PATRIMONIO	4.827,59
OTROS ACTIVOS			
Gastos de Constitución	228,00	PASIVO + PATRIMONIO	
TOTAL OTROS ACTIVOS	228,00		
TOTAL ACTIVO	20.994,43		20.994,43

Elaborado por: Diana Tarira

4.7.17. INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

INVERSION INICIAL	36.166,84		TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	
TASA PASIVA REFERENCIAL	7,50%		0,0917	0,1917	
TASA ACTIVA REFERENCIAL	11,25%		0,0917	0,1917	
VIDA UTIL PROYECTO	10 AÑOS		0,1		
VIDA UTIL	FLUJO NETO	TASA DE RENTAB.	FLUJO PRESENTE NETO	TASA DE INCERT.	FLUJO PRES. NETO
0	-36.166,84		-36.166,84		
1	9.038,49	0,9160249	8.279,49	0,8392	7.584,71
2	8.754,07	0,916734	7.345,56	0,7042	6.164,47
3	8.409,61	0,916734	6.463,95	0,5909	4.969,40
4	14.708,32	0,916734	10.356,01	0,4959	7.293,47
5	15.013,23	0,916734	9.683,01	0,4161	6.247,24
6	15.280,15	0,916734	9.027,58	0,3492	5.335,61
7	15.600,49	0,916734	8.442,85	0,2930	4.571,28
8	15.928,84	0,916734	7.896,64	0,2459	3.916,75
9	16.265,39	0,916734	7.386,35	0,2063	3.356,21
10	16.473,97	0,916734	6.852,85	0,1732	2.852,50
	99.305,74				
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO			81.734,29		52.291,65
INVERSION INICIAL			36.166,84		36.166,84
VAN			45.567,45		16.124,81
PRC			3.6420		
TIR			24,64%		
R.C.B.			2,75		
RENTABILIDAD SIMPLE			27,46		

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS FINANCIEROS

Valor Actual Neto (VAN): Traída la Inversión del Flujo de Caja de los 10 años de vida útil del proyecto a la actualidad, se ganará el valor de \$ 45.567,45. Este procedimiento se lo realizó actualizando todos los flujos de caja futuros del proyecto mediante la tasa de rentabilidad, a este valor se le restó la inversión inicial, de tal modo que el valor que se obtuvo es el valor actual neto del proyecto.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC): Una vez realizado los cálculos para determinar el PRC dio por resultado 3,6420 es decir, el Capital Invertido en el Proyecto será recuperado en tres años y siete meses.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Realizada una evaluación del proyecto en base a la TIR se pudo determinar que la inversión es factible de realizar ya que la Tasa Interna de Retorno dio un total del **24,64%**, comparando este porcentaje con el **20,18%** (se obtiene sumando la tasa activa de la Cooperativa 29 de Octubre la cual es 11,23% más el porcentaje de Riesgo País que es 8,95%), realizando la comparación con el total de estos porcentajes se constató que el proyecto es aceptable para su realización pues la TIR estima un rendimiento mayor al mínimo requerido.

Relación Costo Beneficio (RCB): Este indicador económico se obtuvo dividiendo el Flujo Neto para la Inversión Inicial, esto dio por resultado 2,75 es decir por cada dólar que invierto recupero 1,75. El RCB permitió determinar el grado de desarrollo que el proyecto puede generar.

Rentabilidad Simple: Este valor se lo obtuvo dividiendo el Flujo Neto para la Inversión Inicial por la vida útil del Proyecto, esto dio por resultado 27,46 de Rentabilidad Simple.

4.7.18. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para la elaboración de este proyecto se tomó en consideración el desarrollo de un análisis de sensibilidad que permitió medir cuán sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros decisorios. Para este estudio se aplicó la variación tanto si suben o bajan los costos y gastos del proyecto en un 10%. A continuación se presentan los flujos de cajas con sus respectivos indicadores financieros.

• Aumento de los Costos y Gastos en un 10%

INGRESOS	VIDA UTIL DEL PROYECTO											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas	5666,43907	70.397,27	76.029,05	82.111,37	88.680,28	95.774,71	103.436,68	111.711,62	120.648,55	130.300,43	140.724,47	1.019.814,43
Recursos materiales y equipos	23.079,25											
Recurso Humano	4.611,75											
Gastos de Constitución	228,00											
Capital de Trabajo	4.714,74											
Inventario de libros	3.157,50											
TOTAL INGRESOS		70.397,27	76.029,05	82.111,37	88.680,28	95.774,71	103.436,68	111.711,62	120.648,55	130.300,43	140.724,47	1.019.814,43
COSTO DE VENTA												
Costo del Inventario	1.295,47	15.545,64	16.058,65	16.568,58	17.136,00	17.701,49	18.285,64	18.889,07	19.512,41	20.156,52	20.821,48	180.695,28
TOTAL COSTO DE VENTA		15.545,64	15.934,28	16.332,64	16.740,95	17.159,48	17.568,46	18.028,18	18.478,88	18.940,85	19.414,37	174.163,74
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		54.851,63	56.222,92	57.628,49	58.069,20	60.545,93	62.059,58	63.511,07	65.201,35	66.851,38	68.502,17	614.523,74
GASTOS OPERACIONALES												
Gastos de Administración												
Sueldos	1.424,86	17.088,36	17.525,81	17.963,96	18.413,06	18.873,39	19.345,22	19.828,85	20.324,37	20.832,69	18.873,39	188.079,29
Luz	88,00	1.056,00	1.082,40	1.109,46	1.137,20	1.165,66	1.194,77	1.224,64	1.255,25	1.286,63	1.165,63	11.677,60
Agua	22,00	264,00	270,60	277,37	284,30	291,41	298,69	306,16	313,81	321,66	291,41	2.919,40
Teléfono	33,00	396,00	405,90	416,05	426,45	437,11	448,04	459,24	470,72	482,49	457,11	4.379,10
TV Cable	35,20	422,40	432,96	443,78	454,88	466,25	477,91	489,85	502,10	514,65	466,25	
Internet	59,40	712,80	730,62	748,89	767,61	786,80	806,47	826,63	847,30	868,48	786,80	
Publicidad	88,00	1.056,00	1.082,40	1.109,46	1.137,20	1.165,66	1.194,77	1.224,64	1.255,25	1.286,63	1.165,63	11.677,60

INDICADORES FINANCIEROS

INVERSION INICIAL	36.166,84		TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO
	TASA PASIVA REFERENCIAL	7,50%			
TASA ACTIVA REFERENCIAL	11,23%		0,0917	0,1917	
VIDA UTIL PROYECTO	10 AÑOS		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-36.166,84				
1	6.034,81	0,0916734	0,9160249	0,8392	5.064,15
2	5.669,02	0,0916734	0,8391016	0,7042	3.992,03
3	5.241,15	0,0916734	0,7686380	0,5909	3.097,10
4	11.454,37	0,0916734	0,7040916	0,4959	5.679,92
5	11.671,65	0,0916734	0,6449654	0,4161	4.856,75
6	11.844,19	0,0916734	0,5908044	0,3492	4.135,82
7	12.072,47	0,0916734	0,5411915	0,2930	3.537,49
8	12.306,45	0,0916734	0,4957449	0,2459	3.026,04
9	12.546,28	0,0916734	0,4541147	0,2063	2.588,81
10	13.127,84	0,0916734	0,4159804	0,1732	2.273,11
	65.801,39				
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO					38.251,23
INVERSION INICIAL					36.166,84
VAN					2.084,39
PRC					
TIR					
R.C.B.					
RENTABILIDAD SIMPLE					

• Disminución de los Costos y Gastos en un 10%

INGRESOS	VIDA UTIL DEL PROYECTO										TOTAL	
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9		AÑO 10
Ventas	5866,43907	70.397,27	76.029,05	82.111,37	88.680,28	95.774,71	103.436,68	111.711,62	120.648,55	130.300,43	140.724,47	1.019.814,43
Recursos materiales y equipos	23.079,25											
Recurso Humano	4.611,75											
Gastos de Constitución	228,00											
Capital de Trabajo	4.714,74											
Inventario de libros	3.157,50											
TOTAL INGRESOS		70.397,27	76.029,05	82.111,37	88.680,28	95.774,71	103.436,68	111.711,62	120.648,55	130.300,43	140.724,47	1.019.814,43
COSTO DE VENTA												
Costo del Inventario	1.059,93	12.719,16	13.138,89	13.572,48	14.020,37	14.483,04	14.960,98	15.454,69	15.964,70	16.491,53	17.035,75	147.841,59
TOTAL COSTO DE VENTA		12.719,16	13.037,14	13.363,07	13.697,14	14.039,57	14.390,56	14.750,33	15.119,08	15.497,06	15.884,49	142.497,61
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		57.678,11	59.120,06	60.598,06	62.113,01	63.665,84	65.257,49	66.888,92	68.561,15	70.275,17	72.032,05	646.189,87
GASTOS OPERACIONALES												
Gastos de Administración												
Sueldos	1.163,80	13.989,56	14.339,30	14.697,79	15.065,23	15.441,86	15.827,91	16.223,61	16.629,20	17.044,93	15.441,86	154.701,24
Luz	72,00	864,00	865,60	907,74	930,43	953,69	977,54	1.001,98	1.027,02	1.052,70	953,69	9.554,40
Agua	18,00	216,00	221,40	226,94	232,61	238,42	244,38	250,49	256,76	263,18	269,42	2.388,60
Teléfono	27,00	324,00	332,10	340,40	348,91	357,64	366,58	375,74	385,13	394,76	357,64	3.582,90
TV Cable	28,80	345,60	354,24	363,10	372,17	381,48	391,01	400,79	410,81	421,08	381,48	
Internet	48,60	583,20	597,78	612,72	628,04	643,74	659,84	676,33	693,24	710,57	643,74	
Publicidad	72,00	864,00	865,60	907,74	930,43	953,69	977,54	1.001,98	1.027,02	1.052,70	953,69	9.554,40

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA SED. J. EMERALDAS

Anticipo	720,00	8.640,00	8.656,00	9.077,40	9.304,34	9.536,94	9.775,37	10.019,75	10.270,24	10.527,00	9.536,94	-
Pago de intereses crédito	118,02											
Utilidades de Asso y Limpieza	82,11	985,28	1.009,92	1.035,16	1.061,04	1.087,57	1.114,76	1.142,63	1.171,19	1.200,47	1.087,57	10.895,60
Utilidades de Oficina	121,82	1.481,78	1.498,32	1.535,78	1.574,18	1.613,53	1.653,87	1.695,22	1.737,60	1.781,04	1.613,53	16.164,85
Depreciación de Activos Fijos	185,00	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	22.199,40
Servicios Bancarios	7,20	86,40	88,56	90,77	93,04	95,37	97,75	100,20	102,70	105,27	95,37	955,44
Décimo Tercer Sueldo	97,15	1.165,75	1.194,90	1.224,77	1.255,39	1.286,77	1.318,94	1.351,91	1.385,71	1.420,36	1.286,77	12.891,27
Décimo Cuarto Sueldo	72,00	864,00	885,60	907,74	930,43	953,69	977,54	1.001,98	1.027,02	1.052,70	953,69	9.554,40
Provisión Años de Servicio y Vacac.	48,57	582,88	597,45	612,38	627,69	643,39	659,47	675,96	692,86	710,18	643,39	6.445,64
Fondo de Reserva	97,15		1.165,75	1.194,90	1.224,77	1.255,39	1.286,77	1.318,94	1.351,91	1.385,71	1.255,39	11.439,53
Gastos de Constitución		41,04	41,04	41,04	41,04	41,04	41,04					205,20
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		33.232,44	35.173,50	35.996,31	36.839,70	37.704,16	38.549,20	39.457,43	40.388,37	41.342,58	37.653,12	375.347,82
Gastos Financieros												
Intereses Bancarios		1.573,51	1.005,96	371,28								2.950,75
TOTAL GASTOS FINANCIEROS		1.573,51	1.005,96	371,28								2.950,75
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		34.806,95	36.179,46	36.367,60	36.839,70	37.704,16	38.549,20	39.457,43	40.388,37	41.342,58	37.653,12	379.298,58
UTILIDAD OPERACIONAL		22.871,16	23.442,94	24.029,01	24.629,74	25.245,48	25.876,62	26.523,54	27.186,82	27.866,29	25.245,48	252.916,90
15% Participación trabajadores	18%	3.430,67	3.516,44	3.604,35	3.694,46	3.786,82	3.881,49	3.976,53	4.077,99	4.179,94	3.786,82	37.937,53
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		19.440,49	19.926,50	20.424,66	20.935,28	21.458,66	21.995,13	22.546,01	23.108,83	23.686,35	21.458,66	214.979,36
25% Impuesto a la Renta	25%	4.860,12	4.981,63	5.106,17	5.233,82	5.364,67	5.498,78	5.636,25	5.777,16	5.921,59	5.364,67	53.744,84
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		14.580,37	14.944,88	15.318,50	15.701,46	16.094,00	16.496,35	16.909,75	17.331,47	17.764,76	16.094,00	161.234,52
Pago de cuota bancaria		4.799,02	5.366,57	6.001,25								16.166,84
Depreciación de Activos fijos		2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	2.219,94	22.199,40
Gastos de Constitución		41,04	41,04	41,04	41,04	41,04						205,20
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS		12.042,33	11.833,28	11.578,23	11.362,44	11.146,98	10.926,41	10.700,82	10.479,53	10.258,82	10.038,06	100.332,12
VALOR DE RESCATE												1.506,34
FLUJO NETO		12.042,33	11.833,28	11.578,23	11.362,44	11.146,98	10.926,41	10.700,82	10.479,53	10.258,82	10.038,06	100.332,12

INDICADORES FINANCIEROS

INVERSION INICIAL	36.166,84		TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO
	TASA PASIVA REFERENCIAL	TASA ACTIVA REFERENCIAL				
	7,50%	11,23%	0,0917	0,1917		
VIDA UTIL PROYECTO	10 AÑOS			0,1		
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO	FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBRE	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO
0	-36.166,84		-36.166,84			
1	12.042,33	0,0916734	11.031,07	0,8392	10.105,39	
2	11.839,28	0,0916734	9.934,36	0,7042	8.337,02	
3	11.578,23	0,0916734	8.899,47	0,5909	6.841,80	
4	17.962,44	0,0916734	12.647,20	0,4959	8.907,10	
5	18.354,98	0,0916734	11.838,32	0,4161	7.637,79	
6	18.716,29	0,0916734	11.057,66	0,3492	6.535,46	
7	19.128,69	0,0916734	10.352,29	0,2930	5.605,12	
8	19.551,41	0,0916734	9.692,51	0,2459	4.807,51	
9	19.984,70	0,0916734	9.075,35	0,2063	4.123,66	
10	19.820,28	0,0916734	8.244,85	0,1732	3.431,92	
	132.811,79					
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO			102.773,08		66.332,77	
INVERSION INICIAL			36.166,84		36.166,84	
VAN			66.606,24		30.165,93	
PRC			2,7232			
TIR			27,45%			
R.C.B.			3,67			
RENTABILIDAD SIMPLE			36,72			

Resultados del Análisis de Sensibilidad

Una vez realizado el Análisis de sensibilidad con una variación de aumento en los costos y gastos de un 10%, se determinó que al realizarse un aumento en estos rubros la TIR alcanzará un 20,10%, la inversión será recuperada en cinco años y 6 meses, la Relación Costo Beneficio es de 1,82 es decir por cada dólar que invierte la librería recupera 0,82 y de acuerdo a esta variación tendrá una rentabilidad simple del 18,19%.

Mientras que con una disminución del 10% en los costos y gastos del proyecto la TIR obtendrá un 27,45%, el periodo de recuperación de capital será de dos años y 9 meses, la Relación Costo Beneficio es del 3,67 es decir por cada dólar que invierto recupero 2,67 y una rentabilidad simple del 36,72%.

Analizando esto dos escenarios se pudo llegar a determinar que si se produce un aumento en los costos y gasto el proyecto no es rentable ya que la TIR la cual es 20,10% estima un rendimiento menor al mínimo esperado que es 20,18% (se obtiene sumando la tasa activa de la Cooperativa 29 de Octubre la cual es 11,23% más el porcentaje de Riesgo País que es 8,95%) por lo que se debería realizar un análisis y reestructuración del proyecto de manera que se pueda lograr una rentabilidad mayor. Mientras que si se produce una disminución en los costos y gastos el proyecto sería rentable al igual que en el escenario normal, ya que al comparar la TIR que es 27,45% con el 20,18%, se puede concluir que la TIR es mayor por lo que el proyecto sería factible de realizar.

El objetivo de realizar el Análisis de sensibilidad en los Costos y Gastos fue el de agregar información a los resultados pronosticados del proyecto, de manera que se obtengan los máximos antecedentes con los elementos de juicio suficientes para tomar decisiones adecuadas sobre el emprendimiento del proyecto

4.7.19. RAZONES FINANCIERAS DEL PROYECTO

RAZONES FINANCIERAS DEL PROYECTO			
Nº	Índice de Solidez o Solvencia	Formula	Librería
1	Índice de Solvencia o Liquidez Corriente	(Act. Corriente/ Pasivo Corriente)	1,15
2	Índice de Liquidez Seca	(Act. Corriente- Inventario)/Pas. Corriente	0,42
3	Índice de Liquidez Inmediata	(Activos Disponibles/Pasivo Corriente)	4,37
4	Índice de Endeudamiento	(Pasivo Total/Activo Total)	77%

Elaborado por: Diana Tarira

ANÁLISIS

Índice de Solvencia o Liquidez Corriente

Una vez comparado el efectivo disponible con las obligaciones a corto plazo se determinó que el Índice de Solidez que tendrá la Librería-Café será de 1,15 lo que indica qué parte de las deudas y obligaciones a corto plazo pueden ser pagadas con el efectivo disponible.

Índice de Liquidez Seca

Podemos observar mediante este indicador que si la empresa tuviera la necesidad de atender todas sus obligaciones corrientes sin necesidad de liquidar y vender sus inventarios, la Librería no alcanzaría a atender sus obligaciones ya que este indicador da un total del 0,42 por lo que la empresa tendría que liquidar parte de sus inventarios para poder cumplir con sus deudas. Es decir la empresa depende directamente de la venta de sus inventarios para poder atender sus obligaciones corrientes.

Índice de Liquidez Inmediata

Este índice demuestra que la Librería-Café tiene \$4,37 disponible para cubrir sus deudas a corto plazo. Es decir por cada dólar que la empresa adeuda, tiene \$4,37 para cubrirlo de manera inmediata.

Índice de Endeudamiento

Mediante este indicador se comparó las obligaciones que la empresa contraerá con terceros para crecer y operar, con sus bienes. Este indicador dio un total del 77% de los cuales el 22,86% corresponden a deudas a corto plazo y el 54,14% a deudas a largo plazo.

CAPÍTULO V

5.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

5.1.1. IMPACTO CULTURAL

NIVEL DE IMPACTO	
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Elaborado por: Diana Tarira

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento de hábitos de lectura							X	3
Adquisición de nuevos conocimientos							X	3
Realización de actividades culturales						X		2
Σ								8

Elaborado por: Diana Tarira

$$\text{Nivel de Impacto Cultural} = \frac{\square}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{8}{3} = 2.67 \approx 3$$

Nivel de Impacto Cultural = **Alto Positivo**

ANÁLISIS

El impacto cultural que tendrá este proyecto será alto positivo ya que se tratará de cambiar el hábito de lectura en los ciudadanos esmeraldeños, mediante la implementación de la librería-café que ofrecerá varios servicios que incentiven a las personas a leer comprensivamente los libros y que empiecen a entender la importancia que tiene la lectura en sus vidas.

5.1.2. IMPACTO ECONÓMICA

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de empleo					X			1
Ingresos económicos							X	3
Σ								4

Elaborado por: Diana Tarira

$$\text{Nivel de Impacto Cultural} = \frac{\square}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{4}{2} = 2$$

Nivel de Impacto Cultural = **Medio Positivo**

ANÁLISIS

El proyecto tendrá también un impacto Económico medio positivo ya que se generará una fuente más de ingresos para la ciudad de Esmeraldas, además de crear indirectamente plazas de trabajo al necesitar del recurso humano para su correcto funcionamiento de la Librería-café.

5.1.3. IMPACTO SOCIAL

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nueva manera de distracción						X		2
Enriquecimiento intelectual							X	3
Acceso a gran variedad de libros							X	3
Σ								8

Elaborado por: Diana Tarira

$$\text{Nivel de Impacto Cultural} = \frac{\square}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{8}{3} = 2,67 \approx 3$$

Nivel de Impacto Cultural = **Alto Positivo**

ANÁLISIS

El impacto social será alto positivo por los efectos que tendrá el proyecto en los ciudadanos esmeraldeños, ya que se creará un lugar de esparcimiento, de relajación donde las personas puedan ir y leer un libro plácidamente o realizar cualquier otra actividad que brinde la Librería-café.

5.1.4. IMPACTO GENERAL

IMPACTO	TOTAL
Impacto Cultural	3
Impacto Económico	2
Impacto Social	3
	8

Elaborado por: Diana Tarira

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\square}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{8}{3} = 2.67 \approx 3$$

Nivel de Impacto General = **Alto Positivo**

ANÁLISIS

Una vez analizados todos los impactos que causará la creación de la Librería-Café a los ciudadanos esmeraldeños se llegó al resultado que es un proyecto altamente positivo, ya que brindará a las personas una nueva manera de distracción en la que no sólo van a pasar su tiempo libre sino que adquirirá conocimientos al hacer la lectura parte de su vida, además este proyecto generará ingresos económicos que benefician en gran medida a la ciudad.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- En la Ciudad de Esmeraldas se encuentran establecidas varias papelerías que se dedican más bien a la venta de útiles escolares y muy pocos lugares que proporcionan variedad de libros como lo son el círculo de lectores y los vendedores ambulantes, pero aún así estos sitios no brindan los servicios adicionales que ofrecerá la Librería-Café por lo que se puede decir que no existe una librería que satisfaga completamente las necesidades de los esmeraldeños en cuanto a los libros.
- De acuerdo a las encuestas realizadas La Librería-café que se implementará tiene un 84,68% de aceptación, es decir un gran porcentaje de los esmeraldeños les gustaría que se instalara una empresa de este tipo en la ciudad; Puesto que el 68,01% de los esmeraldeños compran libros lo que indica que la Librería tendrá un 57,59% de mercado posible.
- Este proyecto será constituido como persona natural, ya que estará dirigido por una sola persona en la cual recaerá toda la responsabilidad, derechos y obligaciones del negocio. Además de garantizar con todo el patrimonio que posee las deudas que puede contraer la Librería-Café.
- Para llevar a cabo este proyecto es necesario una inversión total de \$36.166,84, de los cuales \$20.000 serán aporte propio y la diferencia que es \$16.166,84 será financiado por la Cooperativa 29 de Octubre que ofrece una tasa de interés del 11,23%.

- El proyecto tiene una tasa interna de retorno del 24,64% comparándola con el 20,18% (se obtiene sumando la tasa activa de la Cooperativa 29 de Octubre la cual es 11,23% más el porcentaje de Riesgo País que es 8,95%), realizando la comparación con el total de estos porcentajes se constató que al ser mayor la TIR muestra que el proyecto es viable de realizar además brindará una rentabilidad del 27,46%.
- El análisis de Sensibilidad realizado dio por resultado que si se produce un aumento en los costos y gastos el proyecto tendría una TIR del 20,10% por lo que la inversión no sería rentable, ya que la TIR estimaría un rendimiento menor al mínimo esperado. Mientras que si los costos y gastos disminuyen en un 10% el proyecto sería rentable al igual que en el escenario normal, debido a que la TIR alcanza el 27,45% y una rentabilidad simple de 36,72%.
- La creación de la Librería-Café en la ciudad de Esmeraldas aportará positivamente al crecimiento cultural, económico y social de los esmeraldeños ya que existirá un lugar de esparcimiento y relajación donde las personas no solo podrán comprar libros sino también acudir a los diferentes actividades y eventos que tienen la finalidad de motivar el fortalecimiento del hábito de la lectura, además este proyecto generará una nueva fuente de ingresos económicos que favorecerá al desarrollo de la ciudad.

6.2. RECOMENDACIONES

- Para cumplir con los objetivos planteados por la librería es necesario cumplir con las estrategias de ventas, llevando a cabo los eventos, promociones y actividades propuestas.
- Se deben realizar alianzas estratégicas con colegios y universidades con la finalidad de que los alumnos asistan a la Librería-Café y de proporcionar a la institución los libros que ellos requieran para los estudiantes.
- Para dar a conocer la Librería-Café es necesario realizar publicidad por distintos medios como la televisión, radio, diarios e internet. Mediante estos medios la Librería se dará a conocer y contará con la asistencia de un gran número de personas interesadas en la compra y lectura de los libros.
- Es imprescindible motivar al cambio de las costumbres de lectura en la ciudad de Esmeraldas, por lo que la Librería también deberá por distintos medios a los Esmeraldeños al hábito de la lectura, aportando mediante los eventos y actividades al enriquecimiento cultural de las personas.
- En el caso de un aumento en los costos y gastos, el proyecto debe analizarse y reestructurarse de manera que alcance una rentabilidad más alta y su realización pueda ser viable.
- Para que la Librería obtenga la rentabilidad esperada debe cumplir con sus metas en términos económicos planteados.

GLOSARIO

- **Best seller.-** Se llama superventas o best seller a aquellos libros, discos, películas o videojuegos que, debido a la gran aceptación que generan entre el público, pasan a formar parte de las listas de los más vendidos. (En inglés, "mejor vendido") Obra normalmente de ficción y de poca calidad literaria pero de gran éxito editorial.
- **Biblioteca digital o biblioteca virtual.-** es una biblioteca en que una proporción significativa de los recursos de información se encuentran disponibles en el formato digital (pdf, doc, etc. o microforma), accesible por medio de las computadoras. Es importante considerar que en el concepto de biblioteca digital está presente el efecto de la integración de la informática y las comunicaciones cuyo exponente esencial es Internet.
- **Biografía.-** La biografía (del griego bios (βίος), que significa 'vida', y graphein, que significa 'escribir') es la historia de una persona en pocas palabras que narra desde su nacimiento, sus logros hasta su muerte.
- **Librería.-** Una librería es un establecimiento comercial cuyo principal producto a la venta son libros.
- **Libro de Referencia o Consulta.-** En términos generales, pueden distinguirse dos clases de textos en la difusión del conocimiento.
- **Libro de Texto.-** Un libro de texto es un manual de instrucciones o un libro estándar en cualquier rama de estudio. Los libros de texto surgieron como instrumentos de enseñanza con la invención de la imprenta por Johann Gutenberg.
- **Libro de Viaje.-** Se conoce como libro de viaje la publicación de las experiencias y observaciones realizadas por un viajero. Estos libros suelen estar ocasionalmente ilustrados con mapas, dibujos, grabados,

fotografías, etcétera, realizadas por el autor o por alguno de sus compañeros de viaje.

- **Los Coffee Table Books.**- Los coffee table books son libros de gran formato, tapa dura y una exquisita edición que desbordan con información y maravillosas fotografías e ilustraciones acerca de un determinado tema.
- **Virtual.**- Realidad virtual es un sistema tecnológico, basado en el empleo de ordenadores y otros dispositivos, cuyo fin es producir una apariencia de realidad que permita al usuario tener la sensación de estar presente en ella.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ **AAKER**, David A. – GESTIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO
- ✓ **ANDINO**, Patricio, INVESTIGACIÓN SOCIAL, Primera edición 1988
- ✓ **BAHLOUL**, Joëlle. LECTURAS PRECARIAS. Estudio sociológico sobre los "poco lectores". *Fondo de Cultura Económica (2002)*
- ✓ **HERNÁNDEZ**, Fernández, Baptista, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, Edit. McGraw-Hill, Cuarta Edición 2006
- ✓ **HERNÁNDEZ**, y Autores, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, Edit. McGraw-Hill
- ✓ **HIDALGO**, Vera Patricia, RESTRUCTURACIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DE LA LIBRERÍA Y PAPELERÍA STUDIUM DEL VICARIATO APOSTÓLICO DE ESMERALDAS.
- ✓ **MAYO**, W.J. CÓMO LEER, ESTUDIAR Y MEMORIZAR RÁPIDAMENTE. Norma-1991
- ✓ **MILLÁN**, José Antonio (Coord.). LA LECTURA EN ESPAÑA. *Federación de Gremios de Editores de España (2002)*
- ✓ **MIQUEL**, Peris Salvador, Molla Alejandro, Bigne Enrique. INTRODUCCIÓN AL MARKETING. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.
- ✓ **OYA**, Milagros. CÓMO HACER DE TU HIJO UN LECTOR. *Espasa Calpe (2004)*
- ✓ **PIGLIA**, Ricardo. EL ÚLTIMO LECTOR. *Editorial Anagrama (2005)*
- ✓ **SAPAG**, Chain Nassir. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. McGrawill-Hill, México 2008.

- ✓ **SIERRA**, Bravo R, TECNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL, Edit. Paraninfa, Madrid 1988
- ✓ **TAMAYO**, y Tamayo Mario, EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, Edit. Limusa
- ✓ **ZEITHAME**-Britner-Gremler. MARKETING DE SERVICIO. McGraw-Hill- Quinta Edición.

INTERNET

- ✓ <http://es.wikipedia.org>
- ✓ <http://www.isparm.edu.ar/Servicios>
- ✓ www.eldiario.com.ec/...ecuador/
- ✓ <http://www.bibliodigital.udec.c>
- ✓ <http://www.kosmo.com>
- ✓ <http://www.isparm.edu.ar/Servicios/paginas/libreria.htm>
- ✓ <http://www.psicopedagogia.com/importancia-de-la-lectura>
- ✓ (proyecto) www.mailxmail.com › ... › *Proyectos de inversión*
- ✓ www.monografias.com/.../plan-marketing/plan-marketing.shtml
- ✓ <http://www.federacioneditores.org>.
- ✓ <http://www.eduteka.org/LecturaCriticaPensamiento2.php>
- ✓ <http://librosquemuerdan.blogspot.com>
- ✓ www.all-artecuador.com/articulos.php?idArticulo... –
- ✓ www.educarecuador.ec/_upload/campapromocionlibroylectura.pdf -
- ✓ www.desarrolloweb.com › ... › *Ayudas técnicas* –
- ✓ www.edufuturo.com › *Educadores* › *Artículos* –

ANEXOS

ANEXO N° 1
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA POR ÁREA, SEGÚN
PROVINCIAS Y CANTONES
PERIODO 2010

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2010		
	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
ESMERALDAS	460.668	205.855	254.813
Esmeraldas	188.694	125.034	63.660
Eloy Alfaro	39.945	6.906	33.039
Muisne	29.992	8.148	21.844
Quinindé	105.638	29.763	75.875
San Lorenzo	33.699	19.191	14.508
Atacames	36.195	12.859	23.336
Rioverde	26.505	3.954	22.551

Fuente: INEC

ANEXO N° 2
POBLACIÓN URBANA SEGÚN GRUPO DE EDAD Y EDADES SIMPLE

Cantón: Esmeraldas

Grupos de edades y edades simple	TOTAL		
	Total	Hombres	Mujeres
25 a 29 años	6,928	3,204	3,724
25 años	1,567	708	859
26 años	1,408	691	717
27 años	1,386	636	750
28 años	1,362	628	734
29 años	1,205	541	664
30 a 34 años	6,376	3,000	3,376
30 años	1,485	713	772
31 años	1,174	540	634
32 años	1,339	633	706
33 años	1,263	607	656
34 años	1,115	507	608

35 a 39 años	5,905	2,790	3,115
35 años	1,229	552	677
36 años	1,182	596	586
37 años	1,146	536	610
38 años	1,293	597	696
39 años	1,055	509	546
40 a 44 años	5,508	2,656	2,852
40 años	1,291	592	699
41 años	1,044	528	516
42 años	1,244	622	622
43 años	1,039	475	564
44 años	890	439	451
45 a 49 años	4,548	2,172	2,376
45 años	1,022	499	523
46 años	956	459	497
47 años	846	422	424
48 años	937	433	504
49 años	787	359	428
50 a 54 años	3,680	1,741	1,939
50 años	884	405	479
51 años	717	344	373
52 años	738	339	399
53 años	672	340	332
54 años	669	313	356
55 a 60 años	3,259	1,580	1,679
55 años	632	324	308
56 años	663	342	321
57 años	481	238	243
58 años	506	232	274
59 años	400	175	225
60 años	577	269	308
TOTAL	36,204	17,143	19,061

Fuente: INEC

ANEXO Nº 3

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS (PUCESE)



La presente encuesta es base fundamental para el desarrollo de un trabajo de investigación sobre la "creación de una librería-café en la ciudad de Esmeraldas". Su opinión es muy importante para la obtención de resultados veraces.

Zona: Norte Centro Sur

Edad:

1.- ¿A usted le gusta leer?

Mucho Poco

Más o menos Nada

2.- ¿Cuántos libros tiene usted en su casa?

Menos de 5 Entre 30 y 50

Entre 5 y 15 Más de 50

Entre 15 y 30

3.- Usted lee por:

Preferencia o gusto Por cultura general

Para obtener conocimientos Otro motivo ¿Cuál?

Por alguna materia o clase

4.- Los libros que usted lee, generalmente:

Los compra Los presta

Se los regalan Los toma de la biblioteca

Lee libros virtuales

5.- Si usted compra los libros que lee, indique por favor el lugar en donde los adquiere

En una papelería ¿Cuál?

En un supermercado ¿Cuál?

En otra ciudad ¿Cuál?

En un centro educativo ¿Cuál?

Otro lugar ¿Cuál?

6.- Señale por favor el precio en que adquirió los libros que ha comprado

\$1 a \$5 \$16 a \$30

\$6 a \$15 \$31 en adelante

7.- ¿Le gusta a usted obsequiar libros o novelas a sus amigos, familiares, novio(a), esposo(a), etc.?

Si No

8.- Si marco si a la pregunta anterior ¿Por cuál de los siguientes motivos?

Cumpleaños Aniversarios
 Para superación personal Otros motivos ¿Cuál?.....

9.- ¿Qué clase de libros a usted le gusta leer?

Historia Enciclopedias
 Novelas Poéticos
 Superación personal Científicos
 Libros de textos Literatura
 Biografías Otro ¿Cuál?.....

10.- ¿Tiene usted algún autor de libros o novelas favorito?

Si ¿Cuál?
 No

11.- ¿Cuándo fue la última vez que usted leyó un libro?

Hace 15 días Hace 6 meses
 Hace un mes Hace un año
 Hace 3 meses Hace mucho tiempo

12.- A usted le gustaría que existiera en Esmeraldas una librería que le ofreciera una gran variedad de textos y que además le permita leer tranquilamente en sus instalaciones.

Si
 No ¿Por qué?
 Le es indiferente

13.- Si respondió si a la pregunta anterior ¿En qué lugar le gustaría que este ubicada la librería?

En el parque central En el C.C. Multi Plaza
 En el parque infantil En las Palmas
 Exteriores Colg. Sagrado Corazón

14.- ¿Qué otro tipo de servicios le gustaría a usted que le proporcione la librería?

Servicio de cafetería
 Sala de lectura
 Charlas de libros
 Alquiler de los libros
 Lectura de cuentos infantiles
 Otros ¿Cuál?.....

ANEXO N° 4

**ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LUGARES DONDE SE
EXPENDEN LIBROS**

Nombre de la Papelería:

Nombre del Propietario:

Dirección:

1.- ¿Qué clase de libros vende en su negocio?

2.- ¿Cuántos libros en promedio vende al mes?

3.- ¿Quiénes son sus mayores compradores?

4.- ¿Cuál es su horario de atención?

5.- ¿De cuantos trabajadores dispone su empresa?