INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Esmeraldas, existe gran variedad de bares, discotecas, cafés, enfocados a todos los sectores sociales de la población, actualmente en nuestra ciudad existen centros de diversión nocturnos legalmente constituidos entre bares y discotecas según el Catastro del Ministerio de Turismo de Esmeraldas, los cuales dan un servicio no acorde a las creencias cristianas, encontrando así bebidas alcohólicas y alimentos que no cumplen con las normas de sanidad y calidad alertando así a la salud de las personas.

La sociedad está abriendo paso a la integración de diferentes tipos de culturas, religión, preferencias sexuales, entre otros. Por lo cual existe un numeroso grupo de personas que está aumentando en nuestro país son los cristianos evangélicos por lo que consideramos importante abrir una posibilidad de distracción nocturna sana con un ambiente alejado del alcohol.

En el capítulo I se explica los resultados del proyecto comenzando con la organización estratégica detallando la misión, visión, objetivos y el modelo de negocio con su respectivo organigrama de funciones. Posteriormente se elabora un análisis foda para la aplicación de las diferentes estrategias incluyendo además un estudio jurídico, legal y fiscal donde se detallará los aspectos legales, equipo directivo y sus diferentes permisos y patentes para la consecución del mismo.

En el capítulo II se realizó un estudio del mercado de la oferta y demanda del proyecto para así poder determinar al mismo tiempo la factibilidad para la creación de una cafetería Cristiana.

En el capítulo III se explica la descripción, diseño del producto y servicio además de su proceso productivo y se detallaran los diferentes requerimientos de la misma.

En el capítulo IV se presentan los diferentes gráficos, balances y demás cálculos necesarios para demostrar la rentabilidad del proyecto de tesis, para el cálculo de los indicadores

financieros y para el establecimiento de nuevos flujos se utilizó la tasa interna de retorno y todos los indicadores indispensables para la consecución del proyecto.

En el capítulo V se revisó estudios relacionados a la implementación de un centro de diversión cristiana y se ha encontrado un proyecto similar que ha servido de apoyo para llevar a cabo la investigación y con él se realizó una discusión para comparar los resultados obtenidos en cada proyecto

Acotando, el problema principal es que las personas cristianas no encuentran un lugar que se ajuste a sus doctrinas y creencias por ello unos adoptan quedarse en sus hogares resignados a una situación poco dinámica y otros acuden a bares y restaurantes donde tal vez la música, el humo del cigarrillo, el mal vocabulario, bailes exóticos o la venta de bebidas alcohólicas provocan en ellos un estado de incomodidad e insatisfacción.

Esta investigación se desarrolló bajo el método Inductivo, siendo así un proceso analítico que va de lo general a lo particular, y se la utilizó para la recolección de datos y para calcular la demanda del proyecto. (Sánchez., 2012)

El método Deductivo se empleó para deducir la participación de mercado de las empresas similares al proyecto de estudio. (Torres., 2006.)

Y se utilizó las técnicas de Observación ya que ésta permitió analizar el comportamiento de los ciudadanos en el cantón de Esmeraldas y la Encuesta (VER ANEXO 1) permite recopilar información masiva cuya opinión nos interesa para poder definir las estrategias de comercialización de la empresa. (Nogales., 2004.)

Además se realizó un estudio de mercado en el cual para realizar las encuestas se determinó el universo de estudio como personas comprendidas entre las edades de 15 a 64 años de edad dentro de la ciudad Esmeraldas y de clase media hacia arriba y que sean católicos o evangélicos. Y la población económicamente activa PEA de 15 a 64 años de edad de la ciudad de Esmeraldas es de 40720 personas de ambos sexos.

Con lo anteriormente expuesto y los resultados obtenidos, se ve la necesidad de implementar un centro de diversión cristiana en la ciudad y provincia de Esmeraldas para satisfacer al mercado cristiano que actualmente no está siendo atendido con este servicio.

El objetivo general de la investigación es: Realizar un estudio de factibilidad para la creación una Cafetería Cristiana y sana PUNTO CRISTIANO en la ciudad de Esmeraldas, para satisfacer a la comunidad cristiana.

Y sus objetivos específicos son:

- Determinar el mercado potencial para la creación del centro de diversión cristiana, así mismo identificar los proveedores idóneos para la compra de las diferentes materia primas a utilizar.
- Realizar un estudio administrativo, organizativo y legal, políticas internas y reglamentos para el mejor desarrollo del proyecto.
- Elaborar un estudio financiero para identificar los recursos económicos tales como la inversión necesaria, formas de financiamiento, ventas, ingresos y egresos para determinar si el proyecto es rentable.

CAPÍTULO I

1. ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA

1.1. MISIÓN

Brindar un sitio atractivo y de muy buen ambiente, ofreciendo a nuestros visitantes una atmósfera alegre y de distracción acompañada de productos de calidad, música cristiana selecta y excelente servicio además un lugar donde los clientes deseen regresar, donde buscamos generar seguidores incondicionales del buen gusto, con lo cual contribuimos a nuestro crecimiento y mejora día a día.

1.2. VISIÓN

Llegar a ser reconocidos en la ciudad de Esmeraldas dentro de 5 años como un centro de diversión sana y una cafetería original sólida y profesional preferida en nuestra especialidad, con calidad humana y principios cristianos y éticos. Desarrollar en cada uno de nuestros colaboradores su capacidad creativa a favor del cliente.

1.3. OBJETIVOS

- Innovar y crecer constantemente, adaptándonos a los tiempos y gustos de nuestros clientes.
- Ejecutar estrategias de marketing para la mejor organización de la empresa.
- Fomentar el desarrollo profesional de todos los integrantes de la organización mediante capacitaciones y además reuniones donde se les dará a conocer la palabra de DIOS.
- Satisfacer las diferentes necesidades de los clientes ofreciendo un producto de calidad preparado higiénicamente, siendo así reconocidos en la ciudad de Esmeraldas.

1.4. ACTIVIDAD (MODELO DE NEGOCIO)

TABLA Nº1

<table>
<tr><th>Aliados Estrategicos</th><th>Actividades Claves</th><th>Propuesta de Valor</th><th>Relacion Cliente</th><th>Segmento Cliente</th></tr>
<tr><td rowspan="2">▪ Con proveedores de materia prima para reducir costos
▪ Alianza con proveedores de música cristiana como los grupos de SEVEN VID.
▪ Alianza con Centros cristianos para eventos.</td><td>Servicio de diversión sana cristiana.

Atención cordial al cliente.

Otorgar productos preparados higiénicamente y con calidad.</td><td rowspan="2">Ocio en familia con sana diversión.

Premiar la fidelidad de consumo y visita mediante premios sorpresa.

Cupones de descuentos del 10% al 15% en medios escritos como LA HORA.

Cupón de gratuidad en concursos en el área de entretenimiento para él y un acompañante. Además de gorras, camisetas con el logo de la cafetería y un mensaje biblico.</td><td>Recurso humano totalmente capacitado para brindar una buena y cordial atención.

Atención rápida y confiable.

Relación personal: se mantiene en el tiempo.</td><td rowspan="2">Personas comprendidas entre 15 y 64 años de edad económicamente activa.

Familias cristianas evangélicas y aquellas que les guste la sana diversión.

Grupo de Jóvenes de las diferentes congregaciones cristianas.</td></tr>
<tr><td>Recursos

Alquiler del local comercial

Equipamiento y remodelación del mismo.

Recurso Humano

Financieros

Maquinarias y equipos para la producción</td><td>Distribucion

Establecimiento del Centro de Diversión cristiana ubicado en el centro de la ciudad de Esmeraldas.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Estructura de costo</td><td colspan="2">Generacion de ingresos</td></tr>
<tr><td colspan="3">▪ La mano de obra
▪ Maquinaria
▪ Compra de Materia prima e insumos.
▪ Alquiler local comercial
▪ Publicidad</td><td colspan="2">Venta directa del producto de comida y bebida no alcohólica además del servicio de diversión sana.

Alquiler del local para eventos, cumpleaños, aniversarios.</td></tr>
</table>

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** Investigación de campo

1.5. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA

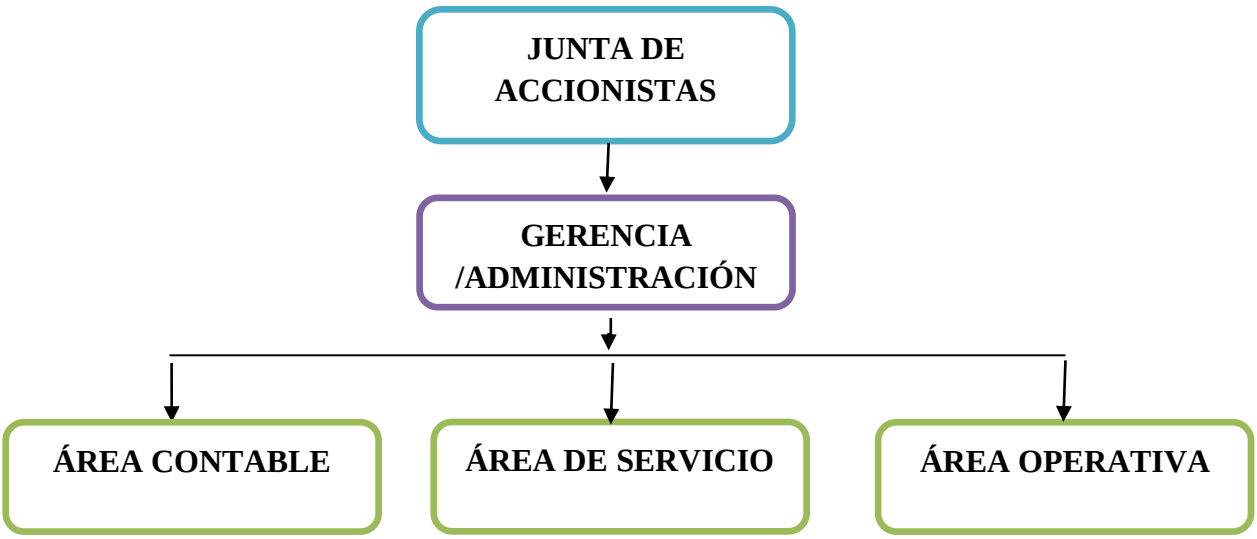
Mediante la investigación de mercado y de campo, el 66% menciona que no existe un lugar con similares características de un centro de diversión sana, por lo que el mercado está saturado de bares y discotecas donde venden bebidas alcohólicas y comida sin seguridad sanitaria además de su ambiente acompañado de música no reflexiva.

Además el 34% menciona que solo conocen el K-FE pero en realidad no saben que este sitio ya no existe. (VER ANEXO 5)

Siendo así, se vio la necesidad de la creación de un centro de diversión cristiana donde personas cristianas y a las que le guste la sana diversión y que no les guste el ambiente de los bares y discotecas, tengan un lugar tranquilo donde puedan escuchar música reflexiva de crecimiento espiritual, degustar comida sana y sobre todo en comunión con familiares y amigos. Y el 97 % de las personas encuestadas aceptaron y les gustaría ir al local. (VER ANEXO 7)

1.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

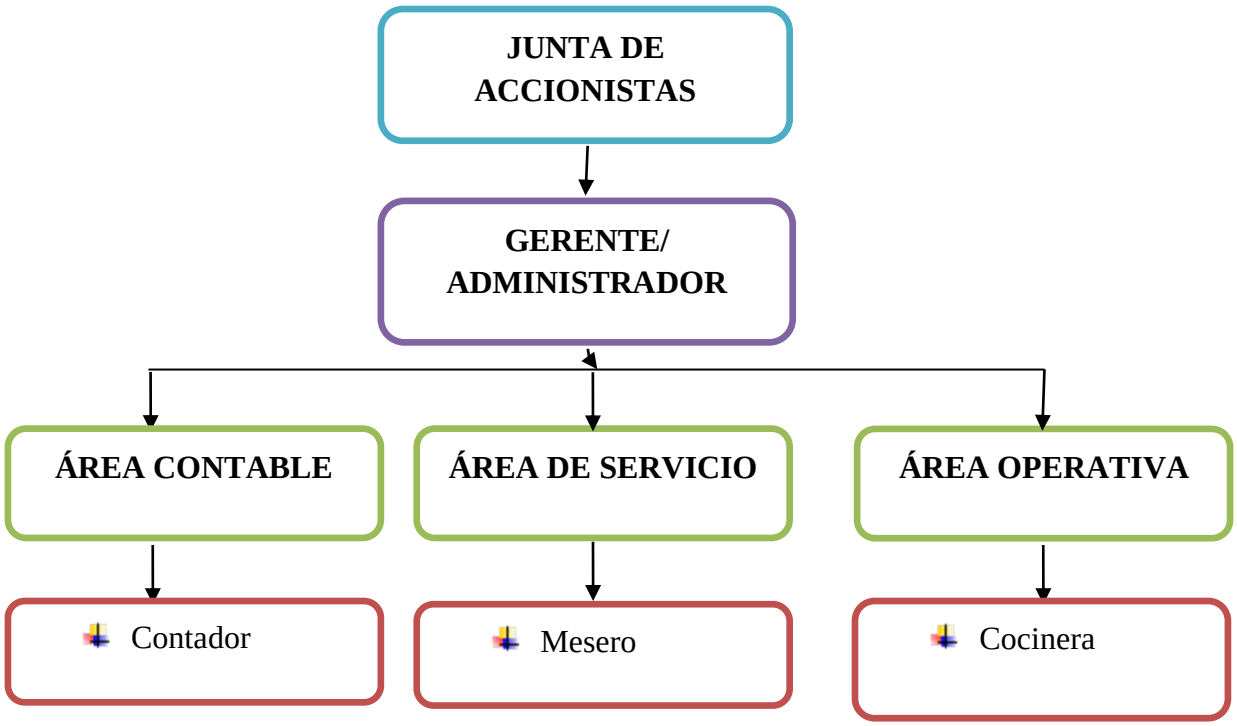
GRÁFICO N°1



Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013

1.7. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRÁFICO N°2



Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013

Se realizó los organigramas junto a su **PERFIL OCUPACIONAL** (VER ANEXO 2) Basados en la siguiente bibliografía. (Mintra., 2013)

1.8. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR Y EQUIPO DIRECTIVO

La empresa está constituida por tres socios y cuenta con un gerente que es el encargado de administrar todas las actividades de la empresa. El gerente será uno de los socios.

TABLA N°2

GERENTE

NOMBRE	CARGO	TELÉFONO	E-MAIL	RESPONSABILIDAD
Nadia Cifuentes	Gerente Administradora (3 años)	0990792794	n_23cacifca@hotmail.com	Planificar, controlar y dirigir.

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013

1.8.1. EQUIPO, FORMACIÓN Y EXPERIENCIA

Un equipo de trabajo son grupos de individuos que mediante la labor independiente que cumplen los objetivos designados, comunicándose en forma eficaz y tomando decisiones que afectan dicha obra (Topchik, 2008). El centro de diversión cristiana cuenta con el siguiente equipo directivo:

Gerente Administradora

El responsable principal de la empresa, reportará a los accionistas, ganará un salario de $341,67 mensuales más los beneficios de ley. El Perfil con el que debe contar es: graduado universitario en carreras empresariales con experiencia en actividades similares y ganas de superación. Y la persona responsable es Nadia Cifuentes Carrera.

Y también realizará las siguientes actividades:

- Realizar la lista de la materia prima e insumo faltante.
- Realizar las compras de la misma.
- Encargado de buscar convenios con grupos musicales cristianos para el show por la noche.

Contador

Será responsable de llevar las cuentas contables y tendrá la responsabilidad del manejo tributario de la compañía y de llevar el control de inventarios. Su sueldo será de $341,67 mensuales más los beneficios de ley.

Mesero

Es el responsable de recibir y entregar pedidos del menú, además de explicarle los diferentes servicios que otorga el lugar. Y ganará el salario dictado por el Ministerio de relaciones laborales y según las horas trabajadas y es de $208,00 más aportaciones al IESS cumplidos el año de trabajo.

Cocinera

Es la responsable de preparar los alimentos por pedido. Y ganará el salario dictado por el Ministerio de relaciones laborales y según las horas trabajadas y es de 240,50 más aportaciones al IESS cumplidos el año de trabajo. (Laborales, 2013)

1.9. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

- Se realizarán convenios con proveedores de materias primas para su posterior preparación. Uno de nuestros proveedores es: Carnes y Embutidos Emily. Además del Supermercado El Gran AKI.
- En cuanto los show de música en vivo se harán contratos con grupos musicales cristianos, de la ciudad y provincia de Esmeraldas. Como lo son SEVEN VID.
- Convenios con centros cristianos para eventos de los miembros de los mismos.

1.10. ANÁLISIS FODA

El objetivo del análisis FODA es identificar hasta qué punto la estrategia actual de una organización y sus puntos débiles más específicos son relevantes para ésta, además de ser capaces para afrontar cambios que tienen lugar en el medio ambiente de la empresa. (Valencia, 2005)

La determinación de los factores hay que considerar la interrelación entre ellos. Todo éste análisis permite a través de él, crear estratégica de mejoramiento (Stefan, 2008).

A continuación se detallará los puntos fuertes y débiles además de sus oportunidades y amenazas de la empresa:

TABLA N°3

Metodología de valoración de los factores internos

Calificación	Valor	Peso	Valor
Debilidad fuerte	1	Alto	5-4
Debilidad media	2	Medio	3
Fortaleza media	3	Bajo	2-1
Fortaleza fuerte	4		

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

TABLA N°4

Metodología de valoración de los factores externos

Calificación	Valor	Peso	Valor
Amenaza fuerte	1	Alto	5-4
Amenaza débil	2	Medio	3
Oportunidad media	3	Bajo	2-1
Oportunidad fuerte	4		

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

1.10.1. PUNTOS FUERTES “FORTALEZAS”

TABLA N°5

Matriz de Evaluación Interna: Fortalezas

Matriz de Evaluación Interna. Fortalezas					
Factor	Calificación	Peso	Factor de Ponderación	Valor	Valor Acum.
Nivel Gerencial fortalecido	4	5	0,12	0,48	
Recursos financieros necesarios	3	4	0,1	0,3	
Recurso humano capacitado	3	4	0,1	0,3	
Buena imagen en los consumidores	4	5	0,12	0,48	2,64
Estrategias definidas	3	4	0,1	0,3	
Producto y servicio de calidad acorde a creencias	4	5	0,12	0,48	
Alianzas estrategicas con proveedores para materia prima y servicios	3	4	0,1	0,3	
		31			

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013. **Fuente:** 4 PLUS

Con la matriz se pudo dar cuenta que las tres grandes fortalezas se tiene a: Nivel gerencial fortalecido; buena imagen en el mercado, y el producto y servicio de calidad acorde a creencias, teniendo un valor de 0,48. Y son las más altas porque son las actividades principales de la empresa.

1.10.2. PUNTOS DÉBILES "DEBILIDADES"

TABLA N°6

Matriz de Evaluación Interna: Debilidades

Matriz de Evaluación Interna. Debilidades					
Factor	Calificación	Peso	Factor de Ponderación	Valor	Valor Acum.
Infraestructura inadecuada	2	3	0,07	0,14	0,41
Baja participación en el mercado	1	3	0,07	0,07	
Cartera de productos limitada	2	4	0,1	0,2	
		10			

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

En esta matriz se pudo observar que la debilidad mayor fue la cartera de productos limitada debido que la empresa no está por ahora en querer cambiar o modificar sus productos o servicio hasta ver el cambio de necesidades de los consumidores. Obteniendo un valor de 0,20.

1.10.3. OPORTUNIDADES

TABLA N°7

Matriz de Evaluación Externa. Oportunidades

Matriz de Evaluación Externa. Oportunidades					
Factor	Calificación	Peso	Factor de Ponderación	Valor	Valor Acum.
Demanda insatisfecha	4	5	0,19	0,76	2,74
Convenio con proveedores idóneos	3	3	0,11	0,33	
Falta de empresa con similares servicios	4	4	0,15	0,6	
Buen poder adquisitivo por parte de los consumidores	4	4	0,15	0,6	
Crecimiento rápido del mercado	3	4	0,15	0,45	
		20			

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

La matriz muestra que la oportunidad mayor fue la demanda insatisfecha con una valoración de 0,76 siendo así que ésta ayuda a la consecución del proyecto por lo que en la ciudad de Esmeraldas no hay un lugar con similares características y pues la satisfacción de la demanda en el mercado esmeraldeño.

1.10.4. AMENAZAS

TABLA N°8

Matriz de Evaluación Externa. Amenazas

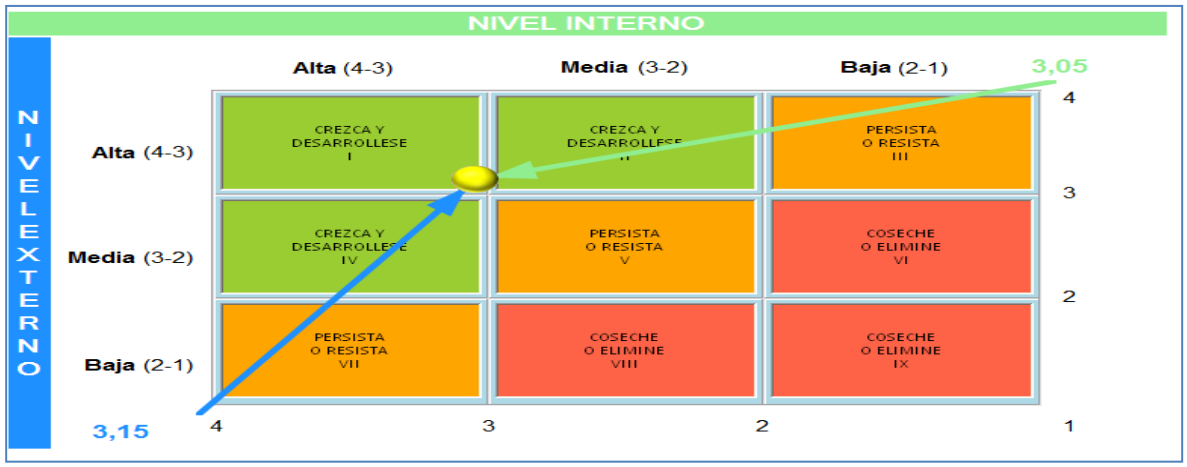
Factor	Calificación	Peso	Factor de Ponderación	Valor	Valor Acum.
Encarecimiento de materia prima	1	3	0,11	0,11	
Entrada de nuevos competidores con precios mas bajos	2	3	0,11	0,22	0,41
Inseguridad	2	1	0,04	0,08	
		7			

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

Mediante la matriz se pudo dar cuenta que la amenaza mayor es la entrada de competidores con precios más bajos en la ciudad de Esmeraldas, colocándose con un valor de 0,22. Punto en el cual se debe poner mayor atención ya que en la ciudad se están creado nuevos emprendimientos.

1.10.5. ANÁLISIS DE LA UBICACIÓN FODA

GRÁFICO Nª3



La matriz da a conocer que se obtuvo un resultado medio de 3,05 en el nivel interno, es decir que hay más fortalezas que debilidades el cual indica que esta en un buen punto la organización. En cuanto a las debilidades no preocupa mucho pero si hay que tratar de convertirlas en fortalezas mediante estrategias.

En cuanto a los valores obtenidos en la parte externa se tiene un valor medio de 3,15, lo cual indica que hay buenas oportunidades más que amenazas, ubicando a la empresa como una idea buena para ponerla en ejecución y lograr los objetivos planteados.

1.10.6. ESTRATEGIA DE DESARROLLO EN BASE AL ANÁLISIS FODA.

Esta matriz nos permitió realizar las respectivas estrategias de desarrollo las cuales las veremos a continuación:

TABLA Nº9

		Oportunidades					
		Demanda insatisfecha	Convenio con proveedores idóneos	Falta de empresa con similares servicios	Buen poder adquisitivo por parte de los consumidores	Crecimiento rápido del mercado	Total
Fortalezas	Nivel Gerencial fortalecido	5	5	4	3	4	**21**
	Recursos financieros necesarios	5	4	5	4	4	**22**
	Recurso humano capacitado	4	3	4	3	4	**18**
	Buena imagen en los consumidores	5	5	5	4	4	**23**
	Estrategias definidas	4	4	5	3	3	**19**
	Producto y servicio de calidad acorde a creencias	5	4	5	5	3	**22**
	Alianzas estrategicas con proveedores para materia prima y servicios	4	4	5	4	4	**21**
	Total	**32**	**29**	**33**	**26**	**26**	**146**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

Las estrategias de las fortalezas - oportunidades son:

1. Brindar la buena imagen en los consumidores dando un ambiente sano y divertido con productos de calidad para poder ayudar a la demanda insatisfecha en la ciudad de Esmeraldas. Colocándose como la oportunidad más alta de la empresa.
2. Optar por los recursos financieros necesarios para poder cubrir las necesidades del mercado esmeraldeño la cual es la diversión cristiana y comida preparada higiénicamente.
3. Brindar producto de calidad acorde a creencias, con música reflexiva y cristiana, de todos los ritmos.

TABLA Nº10

	Amenazas			
Fortalezas	Encarecimiento de materia prima	Entrada de nuevos competidores con precios mas bajos	Inseguridad	Total
Nivel Gerencial fortalecido	1	3	1	**5**
Recursos financieros necesarios	3	4	1	**8**
Recurso humano capacitado	1	4	1	**6**
Buena imagen en los consumidores	3	4	1	**8**
Estrategias definidas	2	3	1	**6**
Producto y servicio de calidad acorde a creencias	1	5	1	**7**
Alianzas estrategicas con proveedores para materia prima y servicios	5	4	1	**10**
Total	**16**	**27**	**7**	**50**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

Las estrategias para fortalezas – amenazas según el análisis son:

1. Tener los recursos financieros necesarios y tener una buena imagen en los consumidores para sacar adelante la idea de una manera eficiente y así contar con buenos materiales otorgando productos y servicios de calidad y de esta manera no preocuparse por la entrada de nuevos competidores.
2. Conseguir alianzas estrategias con proveedores de la materia prima para ofrecer un producto o servicio de calidad y precios cómodos.
3. Brindar buena imagen y servicio óptimo con productos preparados higiénicamente a precios accesibles diferenciándonos de la competencia.

TABLA Nº11

Debilidades / Oportunidades	Demanda insatisfecha	Convenio con proveedores idóneos	Falta de empresa con similares servicios	Buen poder adquisitivo por parte de los consumidores	Crecimiento rápido del mercado	Total
Infraestructura inadecuada	5	3	5	5	5	**23**
Baja participación en el mercado	5	4	5	3	5	**22**
Cartera de productos limitada	5	5	5	5	4	**24**
Total	**15**	**12**	**15**	**13**	**14**	**69**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

Según el cuadro de Oportunidades – Debilidades las estrategias son:

1. Aumentar la satisfacción de la demanda haciendo una variación en la cartera de productos otorgando más productos y servicios de calidad.

TABLA Nº12

Amenazas					
Debilidades		Encarecimiento de materia prima	Entrada de nuevos competidores con precios mas bajos	Inseguridad	Total
	Infraestructura inadecuada	3	5	1	**9**
	Baja participación en el mercado	4	4	1	**9**
	Cartera de productos limitada	5	5	1	**11**
	Total	**12**	**14**	**3**	**29**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

La estrategia que se obtiene del análisis Amenazas – debilidades es:

1. Incrementar la cartera de productos y esto provoca que no haya preocupación con la entrada de nuevos competidores al mercado, ya que la empresa está segura de lo que se ofrece.

1.11. LEGAL JURÍDICO Y FISCAL

Se decidió junto con los socios que será una Compañía de Responsabilidad Limitada que se ajusta a las necesidades de la empresa.

1.11.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA Y PARTES CONSTITUYENTES

INFORMACIÓN EMPRESARIAL

TABLA Nº13

Nombre de la Organización	PUNTO CRISTIANO CIA LTDA.
Fecha de creación(Mes/Año)	Marzo
Actividad	Diversión cristiana, venta de comida saludable
Ambito geográfico	Esmeraldas
Ubicación	Cantón Esmeraldas
Dirección	Salinas 204 y Bolivar
Teléfono	090792794
Fax	
Correo electrónico	cdc_puntocristiano@hotmail.com
Funcionario Principal(Nombre y Cargo)	Ing. Nadia Cifuentes Carrera (Administradora)
Persona de Contacto(Nombre y Cargo)	Ing. Cristhian Delgado González (Accionista)

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente.** 4 PLUS

PARTES CONSTITUYENTES

TABLA Nº14

Nombre	Nacionalidad	% Participación
Nadia Cifuentes Carrera	Ecuatoriana	45,00%
Cristihian Delgado Gonzalez	Ecuatoriana	35,00%
Lourdes Carrera Arce	Ecuatoriana	20,00%
		100,00%

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4 PLUS

1.11.2. ASPECTOS LEGALES (FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA, FORMA JURÍDICA DE TRABAJO CON ALIANZAS)

FORMA JURÍDICA

La empresa Centro de diversión y Cafetería "PUNTO CRISTIANO", es una microempresa de Responsabilidad Limitada que se contrae de tres o más personas, solamente responde a las obligaciones sociales hasta un monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva a la que se añadirá en todas las palabras "Compañía Limitada" o sus correspondientes abreviaturas Cía. Ltda. Por lo que la razón social será: Centro de Diversión y Cafetería PUNTO CRISTIANO Cía. Ltda.

Requisitos de Compañías de Responsabilidad Limitada

Según la Superintendencia de Compañía toda empresa según su forma jurídica debe seguir las siguientes normativas en este se aplica las siguiente: (Superintendencia de Compañías, 2012).

1. **El nombre**

Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008. Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y de "inconfundibilidad" o "peculiaridad". Art. 16 LC.

2. **Solicitud de aprobación**

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

3. **Socios**

- **Números mínimo y máximo de socios:** Serán 3 socios los cuales tienen capacidad jurídica para contratar. (Art. 95 de la Ley de Compañías).

4. **Capital**

- **Capital mínimo**

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación.

5. **Participaciones**

Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde. Para la empresa serán 3 participaciones, una para cada socio.

Objetivo Social

Se dedicará a la prestación de servicio de diversión cristiana y sana a toda la colectividad esmeraldeña que guste de este tipo de diversión. Además le brindaremos el mejor menú de comida para su mayor satisfacción y los shows en vivo de grupos cantantes de música cristiana. Aportando de esta manera al cambio de mentalidad de que no es importante realizar cualquier tipo de diversión acompañado de bebidas alcohólicas y sustancias dañinas para la salud. Dando un impacto positivo a la comunidad de Esmeraldas. (Compañías, 2013)

FORMA JURÍDICA DE TRABAJO CON ALIANZAS

Se realizarán convenios con proveedores de materias primas e insumos para su posterior preparación. Uno de nuestros proveedores es: Carnes y Embutidos Emily.

El Supermercado Gran Aki será nuestro proveedor principal de materia Prima.

En cuanto los show de música en vivo se harán contratos con grupos musicales cristianos, de la ciudad y provincia de Esmeraldas. Tales como el Grupo SEVEN VID.

1.11.3. EQUIPO DIRECTIVO

TABLA Nº15

NOMBRE	NACIONALIDAD	PARTICIPACIÓN
Nadia Cifuentes Carrera	Ecuatoriana	45%
Cristhian Delgado Gonzalez	Ecuatoriana	35%
Lourdes Carrera Arce	Ecuatoriana	20%

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 2013 **Fuente:** 4PLUS

Estas personas integran los 3 accionistas que formaron un solo capital social para constituir la empresa y por lo cual recibirán cada uno sus dividendos generados.

La persona que tiene mayor aportación es la representante legal y gerente de la empresa, la misma que por ser gerente y encargada de las actividades de la empresa se le asignó un sueldo como todos los trabajadores.

1.11.4. MODALIDAD CONTRACTUAL

Por tiempo fijo: Este contrato tiene una duración mínima de un año, sin que se exceda de dos años, no renovables, caso contrario se convierte en contrato a tiempo indefinido.

Además el trabajador gozará de estabilidad y de la protección integral de dicho cuerpo legal y tendrá derecho a una remuneración que se pagará aplicando la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a la remuneración básica mínima unificada. (M.R.L, 2006).

1.11.5. COBERTURA DE RESPONSABILIDADES

El Centro de Diversión y Cafetería cristiana PUNTO CRISTIANO como empresa privada se regirá a los estatutos del Código del Trabajo y tendrá como obligación afiliarse al

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – IESS como lo establece el Código de Trabajo en las obligaciones del empleador en el Art.42 numeral 31 (VER ANEXO 20) (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Socia - IESS, 2005)

1.11.6. PERMISOS Y LICENCIAS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO Y VENTA DE UN PRODUCTO O SERVICIO

Los aspectos legales considerados clave para la ejecución de este proyecto son la constitución legal de la empresa y el registro del nombre comercial. Para llevar a cabo estos pasos hemos decido requerir los servicios de un estudio jurídico especializado en derecho civil. (VER ANEXO 21) al detalle de cada uno de los pasos que están a continuación.

- Constitución de la compañía
- Registro del nombre comercial
- IEPI
- Servicio de Rentas Internas
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Cámara de Comercio
- Permisos Municipales de funcionamiento
- Registro actividad turística

CAPÍTULO II

2. MERCADEO

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para poder realizar este proyecto se comenzó con el estudio de mercado.

El estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a éste. Entre ellas se pueden mencionar tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda. (Social, 2006)

El estudio de mercado se lo realiza con la finalidad de aplicar exitosos programas que satisfagan las necesidades de los individuos. Para ello se requiere fomentar y guiar las estrategias de modo que los consumidores respondan gratamente ante los productos. (Landeau, 2007)

Cuando se debe obtener información primaria procedente de una población ésta no se investiga en su totalidad, sino que se extrae un pequeño grupo de personas parte de la población para su posterior investigación o estudio. (Grande, 2009)

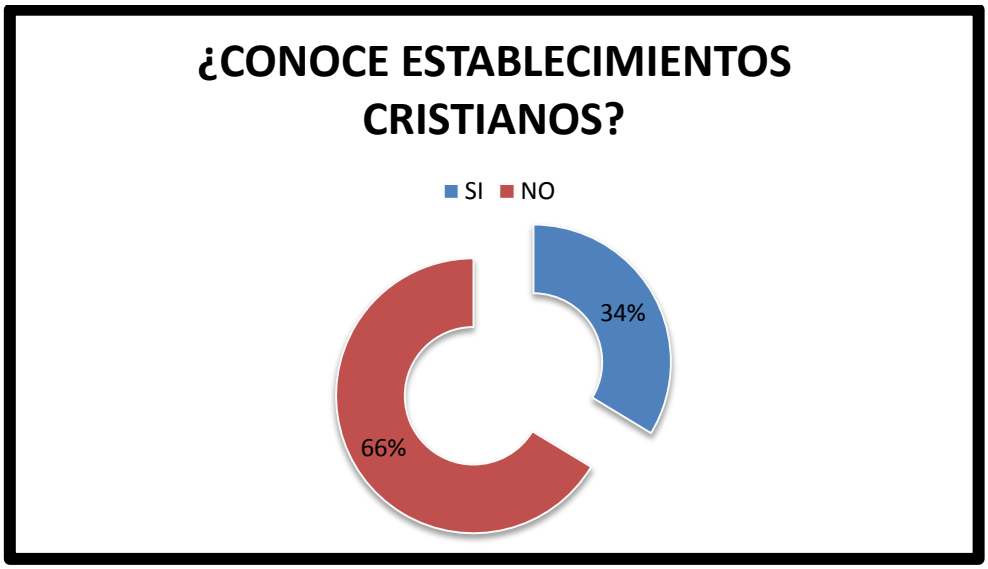
La investigación de mercados comporta la recogida de los datos necesarios que luego se analizan en profundidad y se presentan en un informe a través de una forma que comprende con facilidad. (Bird, 2008)

Se realizó un estudio de mercado a 205 personas donde se puedo detectar la realidad actual en la que se desenvuelve el mercado esmeraldeño, así mismo se analizó la demanda, características, necesidades y la oferta de los productos en el mercado esmeraldeño.

2.1.1. EVIDENCIA DEL MERCADO

GRÁFICO N°4

CONOCIMIENTO DE OTROS LUGARES DE DIVERSIÓN CRISTIANA



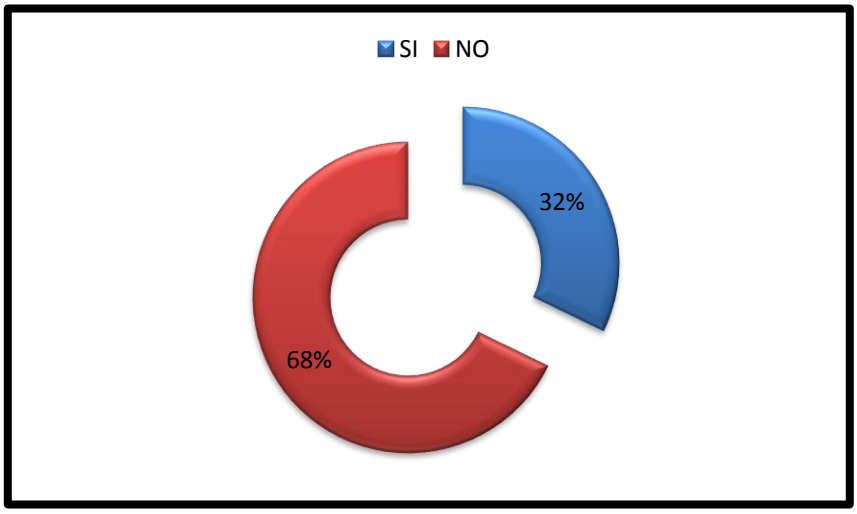
Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera. 2013 **Fuente:** Encuestas

El 66% de las personas encuestadas revelan que no conocen establecimientos que brinden un servicio similar al nuestro, pero que había uno pero ya no está y era el K-FE. Y el 34% indica que si conocen sitios similares, por ejemplo el K-FE. Porque creen que aún existe. Respuesta que ayuda a la consecución del plan de proyecto de tesis ya que no existe una competencia directa para el centro de diversión cristiana.

Esta pregunta permite conocer que no existe Competencia Directa, y el proyecto va dirigido a un mercado nuevo, dando a conocer una vez más que el proyecto puede ser factible. Siendo el objetivo satisfacer a los cristianos y a las personas en general que no están contentas con el actual servicio de los lugares de comida. (VER ANEXO 5)

GRAFICO Nº5

SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO DE LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD



Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuentes:** Encuestas

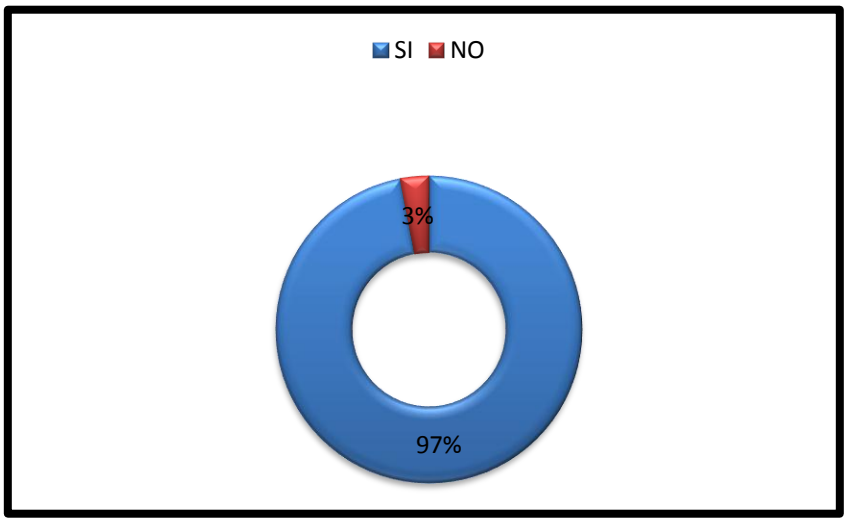
Según los resultados de las encuestas, revelan que el 68% de los cristianos y personas en general no están satisfechos con la atención de los locales de comida por lo que no hay variedad de platos, la atención es mala y pésima calidad. En cambio el 32% revela que los usuarios si están satisfechos con los locales de comida. Resultado que da a conocer que más del 50% no están satisfechos con estos locales, siendo así un problema para la provincia.

Con ello se puede decir que en Esmeraldas no todos los locales atienden amablemente y que la empresa puede hacer la diferencia y de esta manera darnos cuenta que no hay un sitio que satisfaga sus necesidades de comida, música y ambiente.

Esta pregunta permite ver que la idea de negocio puede ser factible pues existe un nicho insatisfecho, que permitirá innovar en el mercado de la alimentación y distracción en cuanto a la diversión sana para cristianos. Siendo el objetivo satisfacer a las personas que no están contentas con los lugares de comida existentes. (VER ANEXO 6)

GRÁFICO Nº6

ACEPTACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE DIVERSIÓN



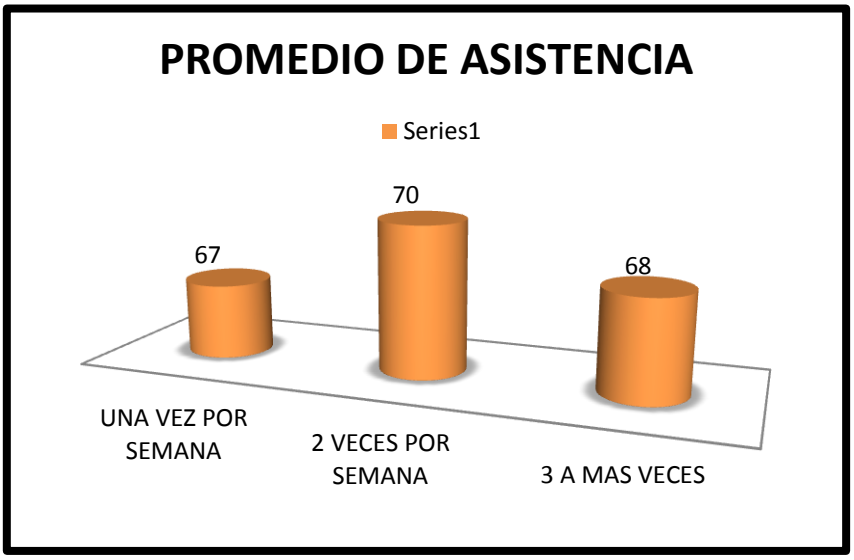
Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuentes:** Encuestas

Con el estudio se puede conocer que el 97% de las personas si les gustaría conocer un lugar donde se puedan divertir sanamente y encontrar su comida favorita, compartir con familiares y amigos en un ambiente tranquilo y sano con una atención personalizada y mencionan que sería bueno ya que podrán sociabilizar con más personas de los mismos gustos. Por lo que en la ciudad de Esmeraldas no hay un lugar con estos dos servicios juntos. El 3% restante menciona que no porque prefieren quedarse en casa. Motivo por el cual implantaremos un lugar donde la gente pueda degustar su comida favorita celebrando sanamente.

Esta pregunta es muy importante ya que permite conocer si el mercado está listo para un lugar de dichas características, disfrutando en familia y amigos de un lugar donde se sentirán a gusto. Combinando la alimentación con la diversión, teniendo como resultado más personas satisfechas en un lugar sano y divertido con comida. (VER ANEXO 7)

GRÁFICO Nº7

PROMEDIO DE ASISTENCIA



Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuentes:** Encuestas

Al tabular la información según la aplicación de la encuesta se obtuvo que un 33% asisten a locales a comer tres veces por semana, el 34% dos veces por semana y el 33% asiste una vez por semana. Se llega a la conclusión que la mayoría de la población de Esmeraldas acude con frecuencia a los lugares de comida. Resultado por el cual se da cuenta que colocar un local de comidas y de sana diversión sería buena idea. Ya que existe más del 50% de probabilidad. Con estos datos se conoce el porcentaje promedio de asistencia de la demanda del centro de diversión cristiana. (VER ANEXO 10)

2.1.2. BINOMIO DEL PRODUCTO

El Centro de Diversión y Cafetería Cristiana "PUNTO CRISTIANO" Cía. Ltda. Se encargará de brindar el servicio de comida preparada higiénicamente y diversión cristiana en la ciudad de Esmeraldas a un mercado de 15 a 64 años de edad de ambos sexos siendo así una población económicamente activa, con un nicho de mercado a personas que buscan satisfacer sus necesidades de sana diversión y la comida también, según encuestas

realizadas del 100% de la muestra que se tomó, el 97% de éstas personas están dispuestas a comprar el producto y hacer uso del servicio. (VER ANEXO 7)

2.1.3. SEGMENTACIÓN

Para realizar las encuestas se determina el universo de estudio como personas comprendidas entre las edades de 15 a 64 años de edad dentro de la ciudad Esmeraldas y de clase media hacia arriba y que sean católicos o evangélicos.

La provincia de Esmeraldas según el Instituto Nacional de Estadísticas y censos INEC cuenta con las siguientes características de población:

TABLA N°16

GRUPO EDADES

GRUPO DE EDADES	Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	Empleado/a u obrero/a privado	Patrono/a	Socio/a	Cuenta propia	Total
De 15 a 19 años	187	1027	21	69	484	1788
De 20 a 24 años	1102	2340	118	128	976	4664
De 25 a 29 años	1765	2545	237	130	1217	5894
De 30 a 34 años	1847	2035	268	130	1241	5521
De 35 a 39 años	1709	1717	324	120	1253	5123
De 40 a 44 años	1630	1368	300	101	1198	4597
De 45 a 49 años	1777	1199	289	90	1156	4511
De 50 a 54 años	1633	799	248	62	964	3706
De 55 a 59 años	1446	647	201	78	738	3110
De 60 a 64 años	758	382	125	29	512	1806
Total	**13854**	**14059**	**2131**	**937**	**9739**	**40720**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera **Fuente:** INEC, 2012

TABLA Nº17

POBLACION TOTAL PROVINCIA	534092
CANTON ESMERALDAS	189500
PEA CANTÓN (Población económicamente activa)	40720
CRISTIANOS EVANGÈLICOS 11,30%	4601
97% DE ACEPTACIÓN	4463

Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente: I**nvestigación de Campo

De los 4601 se saca el 97% de aceptación dato obtenido del estudio de mercados, que da una población de 4463.

2.1.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

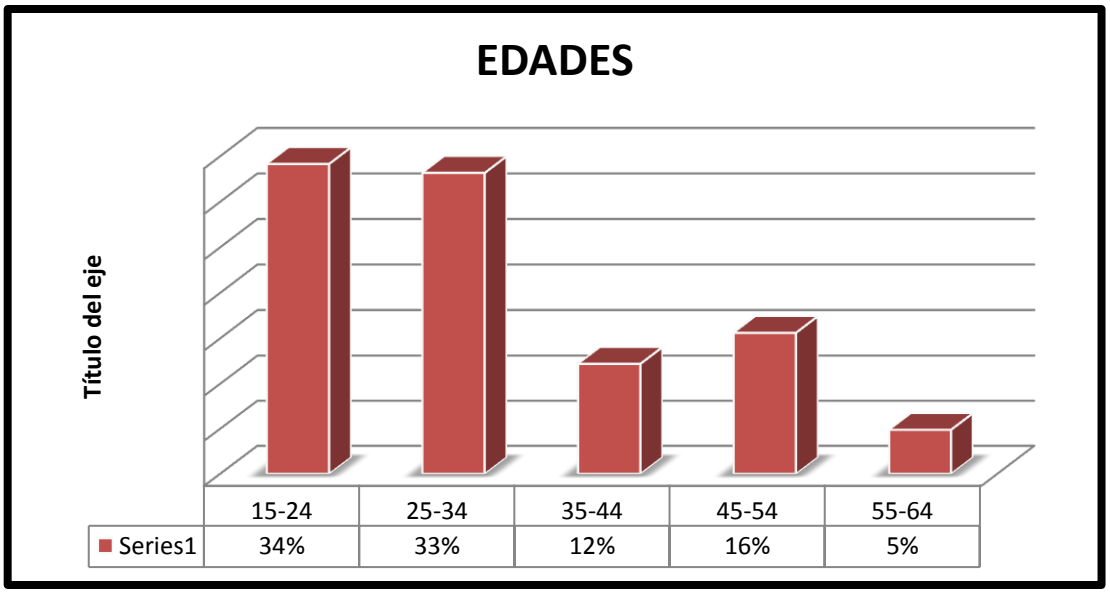
El resultado de las encuestas indica que en la ciudad de Esmeraldas, en los diferentes cultos cristianos hay más mujeres que hombres, lo cual simboliza 62% de este género en las congregaciones, y el 38% de hombres. En cuanto a las edades se tiene la siguiente explicación: (VER ANEXO 4)

TABLA Nº18

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
15-24	70	34%
25-34	68	33%
35-44	25	12%
45-54	32	16%
55-64	10	5%
TOTAL	**205**	100%

Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** Investigación de campo

GRÁFICO Nº8



Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuentes:** Encuesta

El gráfico indica que existen más personas jóvenes en los cultos, dato que no pasaba tiempos atrás. En la actualidad es todo lo contrario. Las congregaciones están en auge de crecimiento y hace que los jóvenes ya sean los encargados de los cambios de las mismas. Y todo esto ayuda para el proyecto ya que son los jóvenes quienes buscan diversión y que mejor este tipo de jóvenes que son cristianos.

2.1.5. TAMAÑO ACTUAL Y PROYECTADO

DEMANDA.- Es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor.

La población económicamente activa cantonal de la muestra es de: 40720 personas de las edades de 15 a 64 años de edad. En lo que se refiere a la filiación religiosa, los datos demuestran que el 91,95 de la población afirma tener una religión de los cuales el 80,40% pertenece a la religión católica, el **11,3% Evangélica, 1,29% Testigos de Jehová** y el restante 6.96% pertenecen a otras religiones. (Censos, 2010)

Para proyectar las ventas anuales, mensuales y diarias se tomó como referencia los resultados de las encuestas, con una población económicamente activa de 40720 personas, de las cuales el 11,30% son cristianos evangélicos. Y a eso se le saca el 97% quienes les gustarían asistir a un centro de Diversión Cristiana.

Siendo así la demanda potencial la siguiente:

40720* 11,30%= 4601

97%*4601 = 4463 personas son los posibles compradores.

TABLA Nº19

PRONÓSTICO DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS

PRONÒSTICO DE VENTAS									
1 VEZ POR SEMANA			2 VECES POR SEMANA			3 A MAS VECES POR SEMANA			TOTAL PROYECTADO
PRODUCTOS	PERSONAS AL AÑO	PRODUCTOS AL AÑO	PRODUCTOS	PERSONAS AL AÑO	PRODUCTOS AL AÑO	PRODUCTOS	PERSONAS AL AÑO	PRODUCTOS AL AÑO	
MARISCOS	1.473	368	MARISCOS	1.517	759	MARISCOS	1.473	1.105	2.232
DESAYUNOS	1.473	339	DESAYUNOS	1.517	698	DESAYUNOS	1.473	1.016	2.053
ASADOS EN GENERAL	1.473	280	ASADOS EN GENERAL	1.517	577	ASADOS EN GENERAL	1.473	839	1.696
COMIDA RAPIDA	1.473	265	COMIDA RAPIDA	1.517	546	COMIDA RAPIDA	1.473	795	1.607
POSTRES	1.473	221	POSTRES	1.517	455	POSTRES	1.473	663	1.339
TOTAL		1.473	TOTAL		3.035	TOTAL		4418	8926

PRONÓSTICO DE VENTAS DE LOS SERVICIOS

PRONÒSTICO DE VENTAS									
1 VEZ POR SEMANA			2 VECES POR SEMANA			3 A MAS VECES POR SEMANA			TOTAL PROYECTADO
PRODUCTOS	PERSONAS AL AÑO	SERVICIOS AL AÑO	PRODUCTOS	PERSONAS AL AÑO	SERVICIOS AL AÑO	PRODUCTOS	PERSONAS AL AÑO	SERVICIOS AL AÑO	
JUEGOS FAMILIARES	1473	633	JUEGOS FAMILIARES	1.517	1.305	JUEGOS FAMILIARES	1473	1900	3838
SHOWS EN VIVO	1473	324	SHOWS EN VIVO	1.517	668	SHOWS EN VIVO	1473	972	1964
KARAOKE	1473	324	KARAOKE	1.517	668	KARAOKE	1473	972	1964
BILLAR	1473	133	BILLAR	1.517	273	BILLAR	1473	398	803
PIN PON	1473	103	PIN PON	1.517	212	PIN PON	1473	309	625
TOTAL		1517	TOTAL		3126	TOTAL		4551	9194

18120

Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** Investigación de campo

Explicación: De los 4463 que es el 97% de aceptación se le sacó el 33% según el ANEXO 10, las personas que asistirían una vez por semana, esto va aplicada para todos los productos y servicios; luego para sacar los productos al año se realizó lo siguiente: Una vez calculado el valor de las Personas al año se la multiplicó por el porcentaje de preferencia de cada uno de los productos como de los servicios. Se basó en los resultados de la encuesta. (VER ANEXO 8 Y 9)

2.1.6. TENDENCIA DE MERCADO

El poder de la tendencia del mercado es la anticipación. Nos permite ganar tiempo y disponernos a lo que viene. Ganar tiempo significa que en realidad nos encuentre mejor preparados. Conociendo las tendencias, conocemos las semillas del futuro que están contenidas en el presente. (Massonnier, 2008)

Según los datos de la encuesta se tiene que son más mujeres que hombres, económicamente activa. Y son aquellas personas que les gusta la diversión sana. Además el 78% de las personas encuestadas menciona que cuando adquiere un producto o un servicio lo hacen por calidad, seguido del 13% por precios bajos y por último encontramos el 10% por tendencia. Resultado el cual ayuda a conocer la preferencia de los clientes y de esta manera satisfacer sus necesidades con productos de calidad. (VER ANEXO 12)

2.1.7. INGRESOS EN BASE AL ANÁLISIS DE MERCADO

TABLA Nº20

PLATOS DE LA EMPRESA	PROMEDIO DIARIO	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNIT. DE COSTO	PRECIO UNITARIO VENTA	TOTAL DE COSTO MENSUALES	TOTAL DE VENTAS MENSUALES	COSTOS ANUAL	VENTAS ANUAL
MARISCOS								
CHICHARRON DE PESCADO	8	186	2,40	4,00	446,30	743,83	5.355,60	8.926,00
ASADOS EN GENERAL								
CHULETA ASADA	6	141	2,26	3,50	319,40	494,65	3.832,82	5.935,79
COMIDA RÁPIDA								
HAMBURGUEZA	6	24	1,38	2,00	33,59	48,69	403,13	584,25
POSTRES								
DULCE DE LAS TRES LECHES	5	20	0,87	2,00	17,65	40,57	211,79	486,87
PASTEL CON LECHE CONDENSADA	5	20	0,56	1,00	11,36	20,29	136,32	243,44
DESAYUNOS								
DESAYUNO CONTINENTAL	8	171	1,06	2,50	181,35	427,70	2.176,16	5.132,45
SANDWICHES	8	171	0,63	1,50	107,78	256,62	1.293,38	3.079,47
BOLONES	8	171	0,76	2,00	130,02	342,16	1.560,26	4.105,96
BEBIDAS								
GASEOSAS	21	461	0,48	0,75	221,36	345,88	2.656,38	4.150,59
AGUAS	21	461	0,15	0,50	69,18	230,59	830,12	2.767,06
FUZE TEA	21	461	0,53	1,00	244,42	461,18	2.933,08	5.534,12
JUGOS	8	171	0,27	1,00	46,19	171,08	554,30	2.052,98
TOTAL VENTAS EN PRODUCTOS							**21.943,35**	**42.998,98**
ENTRETENIMIENTO								
JUEGOS FAMILIARES	15	320	0,00	0,50	0,03	159,92	0,38	1.919,09
SHOWS EN VIVO	7	164	3,05	5,00	499,11	818,22	5.989,35	9.818,60
KARAOKE	7	164	0,01	0,30	2,08	49,09	25,00	589,12
BILLAR	3	67	1,00	1,50	66,95	100,42	803,34	1.205,01
PINPON	2	52	0,24	0,50	12,50	26,03	149,96	312,41
TOTAL VENTAS EN SERVICIOS							**6.968,02**	**13.844,23**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera **Fuente:** Investigación de campo

2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Competencia. Es la rivalidad entre empresas que tratan de crear transacciones con clientes del mismo segmento de mercado. Además aquella que funciona en el mismo mercado produciendo los mismos productos.

La competencia se determina mediante la propiedad de un conjunto de actividades de una organización que puede contribuir a mejorar su desempeño y crear más valor para la empresa. (Santos, 1994)

Según el resultado de la pregunta número uno del estudio de mercado realizado por medio de las encuestas no existe competencia directa, en la ciudad de Esmeraldas no hay una empresa que se dedique a ofrecer comida preparada higiénicamente acompañado de diversión cristiana, las existentes cerraron después de una mala administración.

En la ciudad hay restaurantes pero no hay un lugar que brinde a más de comida sana diversión. La empresa PUNTO CRISTIANO Cía. Ltda. por su ubicación, su competencia indirecta es de nivel medio por lo que solo se dedican a vender comida. Esto se observó en el entorno donde será ubicada la compañía.

2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA. COMPETIDORES CLAVES

COMPETENCIA DIRECTA

En la pregunta 1 de la encuesta señala que no existe competencia directa, en Esmeraldas no hay una Cafetería Cristiana, las existentes cerraron después de una mala administración. La atención en algunos lugares es limitada, no existe espacios físicos ni de participación donde los jóvenes puedan disfrutar de una manera sana y segura. (VER ANEXO 5)

COMPETENCIA INDIRECTA

Son los que venden productos o servicios a un mercado aunque no exactamente lo mismo. Por estar ubicada la empresa en una zona donde existe mucha competencia indirecta como los locales de comida, debido a su recuperación y plusvalía. El estudio se realizó en el sector y entorno donde será ubicada la compañía, en las calles Salinas y Bolívar.

La competencia para la empresa en cuanto solo a los desayunos y batidos se tiene:

- Bolones y Cafetería Bolívar: Ubicado en las calles Bolívar y Salinas.
- Comedor Alex: Ubicado en las calles Sucre y Salinas
- Restaurant Madasmar: Ubicado en la Sucre y Salinas frente a la casa de la Cultura.

2.2.2. COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA

TABLA Nº21

COMPETENCIA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Bolones y Cafetería Bolívar.	▪ Buena ubicación ▪ Variedad en sus productos ▪ Posicionamiento en el mercado esmeraldeño.	▪ Falta de Promociones ▪ Mala imagen en cuanto a la presentación del local. ▪ Demora en la atención ▪ No tiene canales de comercialización
Comedor Alex	▪ Variedad en platos ▪ Posicionamiento en el mercado Esmeraldeño ▪ Ubicación estratégica	▪ Promociones ▪ Publicidad ▪ Espacio muy reducido ▪ No tiene canales de comercialización

Restaurante MADASMAR	▪ Excelente imagen ▪ Variedad de platos. ▪ Preparación higiénica. ▪ Buena Atención y servicio al cliente.	▪ Precios ▪ Promociones ▪ No cuenta con canales de comercialización

Elaborado por: Nadia Cifuentes C., 2013 **Fuente:** Investigación de Campo

2.2.3. VENTAJAS COMPETITIVAS

PUNTO CRISTIANO CIA LTDA. Es una empresa que brinda una imagen de diversión sana para la comunidad Esmeraldeña y al mismo tiempo es un lugar donde se puede degustar la mejor comida en cuanto a sabor y calidad. Y logrando con esto que se dé una imagen diferente a las empresas del entorno.

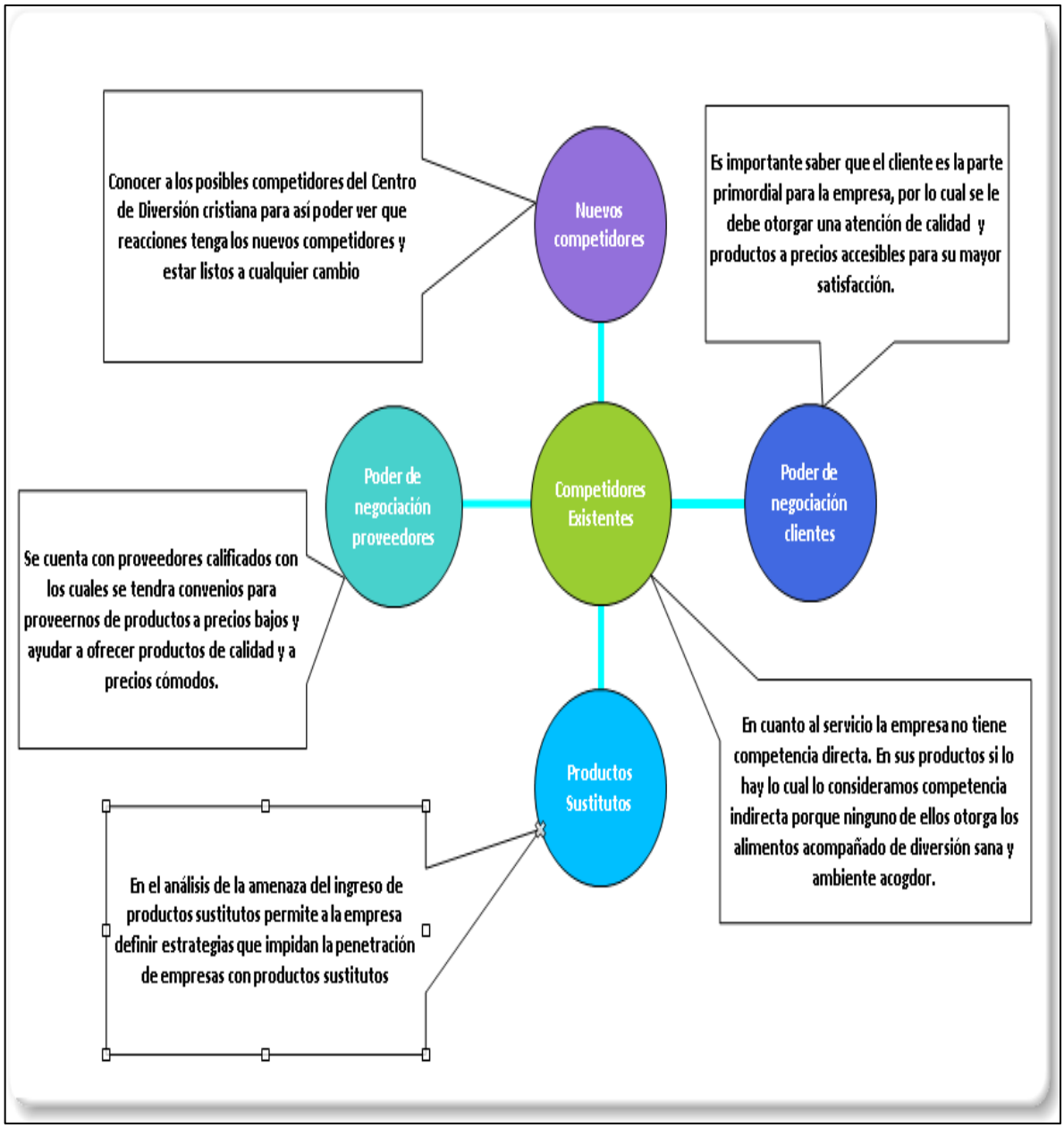
Según Michael Porter: "La base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible. La estrategia competitiva consiste en lo que hace una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva". (Porter., 2010)

Lo que le hace diferente este proyecto es la propuesta de valor, es el ambiente sano con música relax, además de su comida que será preparada higiénicamente, y dando un servicio con etiqueta.

Análisis Porter

El conocimiento de la estructura de una industria es la base para la formulación de la estrategia competitiva. El enfoque de las "5 fuerzas" de Michael Porter aporta el marco para el análisis de los factores estructurales que condicionan la competencia dentro de una industria, sugiriendo estrategias genéricas (Graham, 2008)

IMAGEN N°1

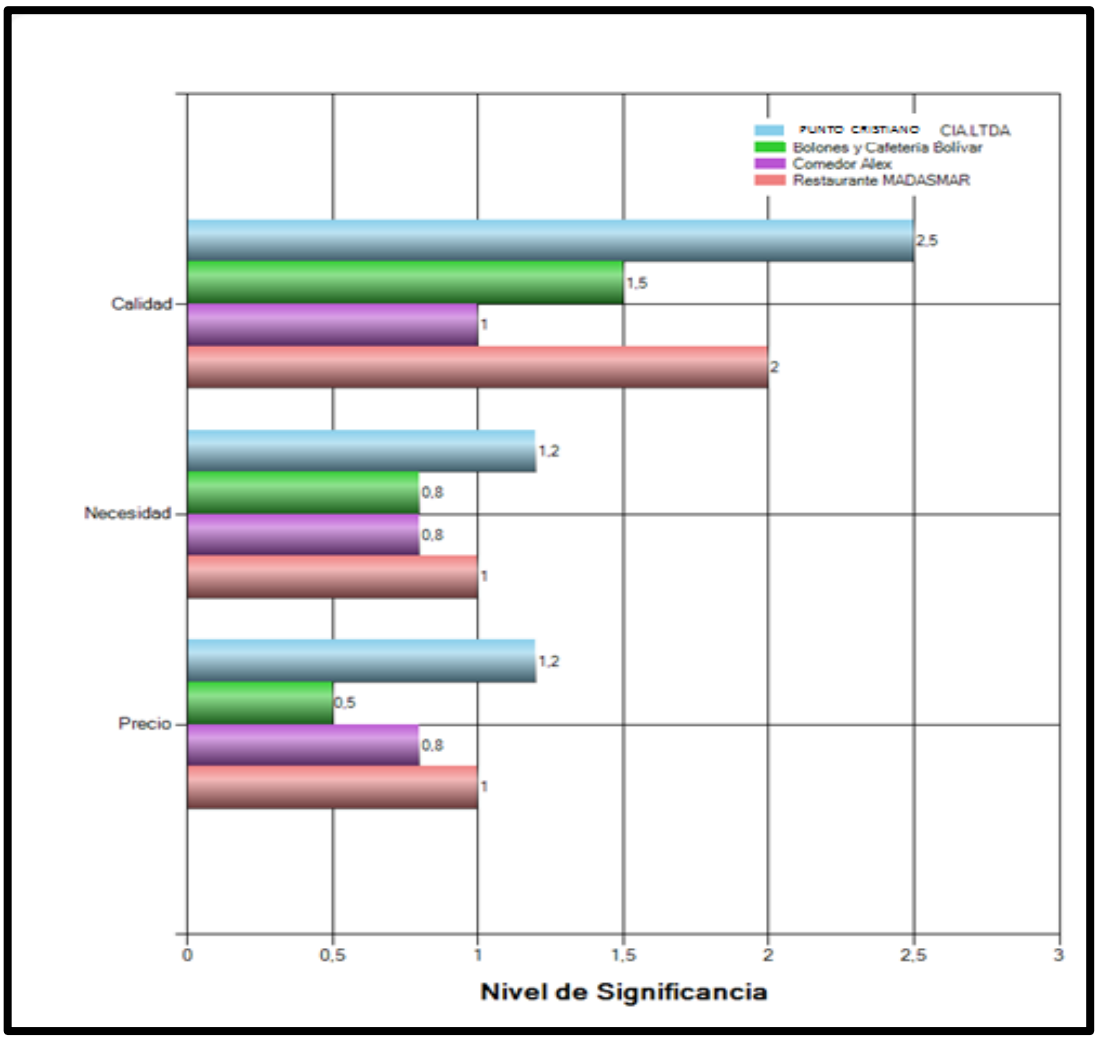


Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** 4 PLUS

En el poder de negociación de los proveedores se buscarán convenios o alianzas como por ejemplo: Mantener la exclusividad con la marca Coca Cola. Y en cuanto a los productos sustitutos ya existen pero se necesita desarrollar más estrategias para hacer que los clientes no cambien nuestro servicio y producto.

2.2.4. POSICIONAMIENTO DE LA COMPETENCIA

GRÁFICO Nº9



Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** 4PLUS

2.2.5. BARRERAS DE ENTRADA

Existen algunas barreras de costos debido a que las existentes empresas dentro del mercado de las cafeterías, ya conocen los mejores proveedores y por la experiencia que estos han adquirido en la distribución de sus costos. Otra barrera es que el cliente no es fiel y puede llegar a probar otras marcas, con quien se quede dependerá mucho del producto y de la empresa, haciendo que se cambie su preferencia.

Además también hay que considerar las barreras legales, ya que estos costos son relativamente altos para poder poner en marcha a la empresa.

2.3. PRECIO

2.3.1. VARIABLES PARA LA FIJACIÓN DEL PRECIO

Costos relacionados con la competencia + utilidad: Según los datos obtenidos, el 47% están dispuestos a pagar de $5,00 a $10,00 de consumo. El 46% pagaría de $10.00 a $20.00 y el 7% está dispuesto a consumir más de $20.00. Este resultado nos ayuda a aplicar precios desde $5.00 a más. Por lo que los encuestados nos revelaron ese resultado. (VER ANEXO 13)

El precio de los productos va en función de los precios relacionados con la competencia. (Hansen & Maryanne, 2007)

2.3.2. DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Para definir los precios de los productos a vender, se considera la mano de obra, costos indirectos de fabricación y la materia prima, y es de ahí donde se sacan los costos unitarios para poder asignarles el precio. Y estos son los siguientes:

TABLA Nº22

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA
COMIDA RÀPIDA	2,00
ASADOS EN GENERAL	3,50
POSTRES	2,00
DESAYUNO	2,50
MARISCOS	4,00

SERVICIOS	PRECIO DE VENTA
PIN PON	0,50
BILLAR	1,50
SHOES EN VIVO	5,00
KARAOKE	0,30
JUEGOS FAMILIARES	0,50

2.4. DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN

Los canales de distribución son la red o conjunto de organizaciones, entidades y establecimientos necesarios para distribuir los bienes o servicios. Esta red incluye a los fabricantes, distribuidores, mayoristas y minoristas, etc. La comercialización del producto engloba al precio, empaquetado y publicidad para llegar al mercado meta. (Forsyth, 2010)

Se contará con un local comercial de una sola planta donde será distribuido según el plano q se presenta en la distribución de las instalaciones.

MACRO LOCALIZACIÒN

El presente proyecto tendrá escenario en la provincia de Esmeraldas, Cantón Esmeraldas.

- **PAÍS:** Ecuador
- **REGIÓN:** Costa
- **PROVINCIA:** Esmeraldas
- **CIUDAD:** Esmeraldas
- **SECTOR:** Centro

MICRO LOCALIZACIÒN

- **Cantón:** Esmeraldas
- **Parroquia:** 5 de Agosto
- **Dirección** Salinas 204 entre Bolívar y Sucre

IMAGEN N°2

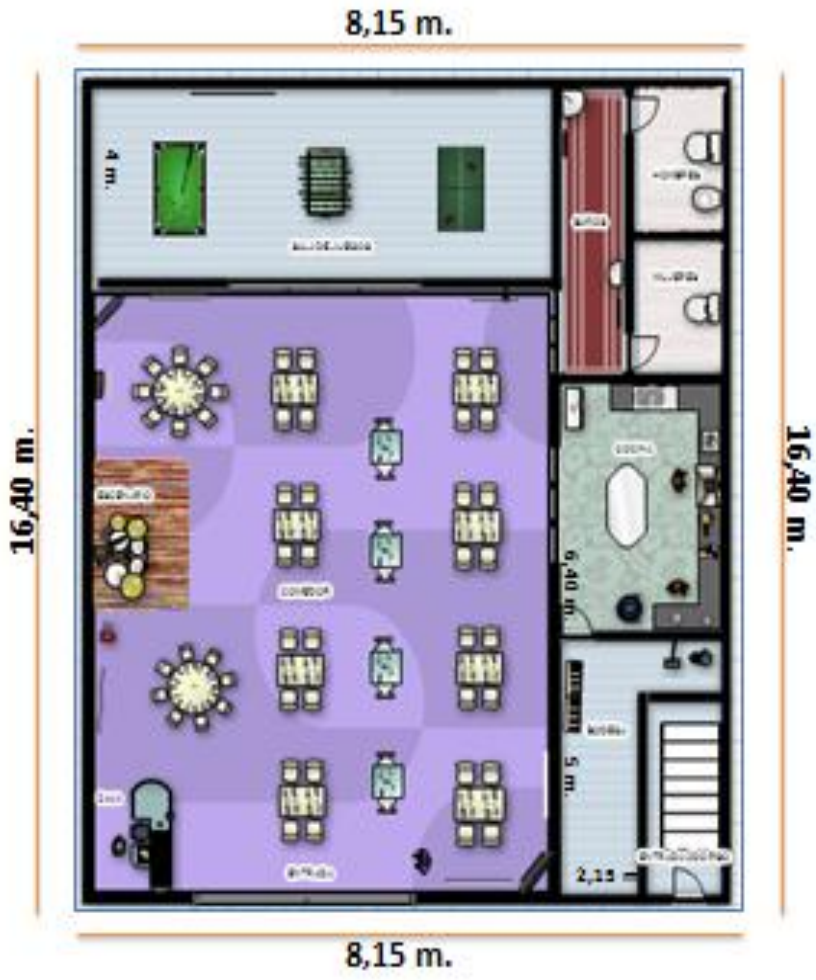


Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** Google Map

Esta ubicación favorece a la empresa para una distribución de venta directa, que es cuando el productor vende el producto directamente al consumidor sin intermediarios, permitiendo una relación directa con el cliente. Además porque es un sector donde existe todos los servicios básicos y el acceso al trasporte urbano.

DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

IMAGEN Nº3



Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** floorplanner.com

El área del local es de 133,66 metros cuadrados.

2.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar las ventas.

Promoción: La promoción dirige el producto hacia el consumidor, mediante herramientas o materiales controlados de la empresa con campañas dirigidas a grupos específicos de personas

Publicidad: La publicidad dirige el consumidor hacia el producto por medio de campañas en forma masiva y general. (Gutierrez, 1999)

2.5.1. CLIENTES CLAVES

Los clientes que tendría la empresa "PUNTO CRISTIANO" Cía. Ltda. Serían las personas creyentes o seguidores de este estilo de vida que busquen y gusten de la diversión sana y sobre todo cristiana, además de elegir comida totalmente saludable e higiénica.

2.5.2. ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN DE CLIENTES

Para dar a conocer el Centro de Diversión Cristiana PUNTO CRISTIANO se realizará campañas publicitarias en 3 etapas la de Pre-Lanzamiento, Posicionamiento y Mantenimiento, difundidas básicamente a través de los medios publicitarios. Así nos encontramos con:

- Publicidad por televisión
- Repartición de volantes
- Publicidad vía redes sociales y correo directo.

REPARTICIÓN DE VOLANTES

Se usará este medio para dar a conocer la empresa por medio de volantes para que las personas sepan que pueden llegar con su familia para que disfruten sanamente. Esto se lo hará una semana antes del lanzamiento. Informando que el volante le sirve para que reclame un regalo sorpresa por lanzamiento del local, siempre y cuando consuma más de $5.00 en nuestras instalaciones.

PUBLICIDAD POR TELEVISIÓN

Este medio se lo utilizará en la fase de pre lanzamiento y posicionamiento y para ello se utilizará el canal TELEMAR el más visto y escuchado en la ciudad de Esmeraldas. Con 4 spots diarios.

PUBLICIDAD VÍA REDES SOCIALES Y CORREO DIRECTO.

Se usará este medio por que la globalización está haciendo que las empresas se innoven y se adapten al cambio por lo cual están haciendo uso de la tecnología del internet el medio más visto por el público y en especial por los jóvenes.

La red social que se usará es el Facebook, medio de fácil acceso para muchos jóvenes y personas de todas las edades. En el cual se creará una cuenta con el nombre de la empresa en la cual se ofrecerá y se dará a conocer el producto y servicio de PUNTO CRISTIANO y la predicación de la Palabra de DIOS con mensajes reflexivos.

Además se creará un blog del lugar donde se dará la palabra de Dios y se colocarán fotos del centro de diversión Cristiana y sus diferentes productos y servicios. Además de ofrecer una cultura social sana.

DETALLE DE LOS GASTOS EN PUBLICIDAD

TABLA N° 23

PUBLICIDAD			
	Cantidad	**Precio**	**Total Anual**
Televisión. Telemar.	spots diarios	280,00	280,00
Letrero	Uno	150,00	150,00
Volantes	500	20,00	20,00
TOTAL			**335,00**

Elaborado por: Nadia Cifuentes C., 2013 **Fuente:** Investigación de Campo

2.5.3. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

Entre ellas tenemos las siguientes:

- Brindar buena imagen dando un ambiente sano y divertido con productos de calidad, con música reflexiva y cristiana.
- Productos y servicios con precios accesibles diferenciándonos de la competencia.
- Variación en la cartera de productos y servicio de la empresa.
- Optar por los recursos financieros necesarios para cubrir las necesidades del mercado esmeraldeño.

CAPITULO III

3. OPERACIONES/ TÉCNICO

3.1. PRODUCTO

Philip Kotler define como producto: "cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo, y podría ser una de las 10 ofertas básicas: bienes, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas" (Kotler)

3.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y O SERVICIO

Producto

Los productos que comercializara la empresa “PUNTO CRISTIANO” Cía. Ltda. Serán:

- Comida rápida: Los productos serán las hamburguesas.
- Asados en general: Serán solo picaditas de carne. Con chifles
- Postres: Cakes y postres en general.
- Desayunos: Continental, Jugos, bolones, sándwiches.
- Mariscos: Picaditas de pescado y camarón, con chifles. Las llamadas tablitas para una persona o familiar.

Entretenimiento

Se implementará en el local juegos familiares como servicios complementarios, los cuales son:

- Pin Pon: Todos los días
- Billar: Todos los días.
- Shows en vivo: 1 vez mes. Además en los días especiales
- Karaoke: Todos los días por la noche.
- Juegos Familiares: Todos los días.

Cada juego tendrá su valor económico, pero así mismo el local ofrece promociones, que por cada $10,00 de compra se le entrega al cliente un ticket gratis para 1 persona para los juegos ya sea para Pin Pon, Billar. Los Juegos serán ubicados en una parte posterior del local. En el área de diversión.

3.1.2. DISEÑO DEL PRODUCTO

Logotipo

IMAGEN Nº4



PUNTO CRISTIANO fue colocado este nombre porque es un lugar donde se reunirán todas las personas que Amen seguir a Jesús y que mejor haciendo su propósito. Y por ende toma el nombre de Centro de Diversión y cafetería Cristiana, conformándose como nueva alternativa para las personas que buscan una sana diversión, y que mejor los enfocados a los mandamientos de Dios. Los colores son símbolos de Diversión.

Música

El tipo de música que hará que nuestro local sea diferente del resto de locales, es la música cristiana. Contamos de una gran variedad de este tipo de música, que permitirá la identificación de un Centro de Diversión y cafetería Cristiana. Y de todos los ritmos.

Decoración

El local se adecuará con diversos estilos como el moderno, y además contendrá los colores de la diversión, con sillas y mesas totalmente cómodas.

Se colocarán adornos con mensajes cristianos y reflexivos por ejemplo los cuadros. Destacando de esta manera los valores de empresa.

Para fechas Especiales.

Para las fechas especiales se contará con un cronograma de actividades detallado a continuación:

TABLA Nº24

FECHA Y MOMENTO	ACTIVIDAD
ENERO: Bienvenida del Nuevo Año	Cena Bufet para la Bienvenida del Nuevo Año
FEBRERO: Día del Amor y la Amistad	Decoración con globos de corazones. Y flores en las mesas. Además de frases románticas y de amistad.
ABRIL: Semana Santa	Se elaborará el plato de esa fecha: la fanesca.
MAYO: Mes de las Madres	Se entregará flores de bienvenida a las Madres.
DICIEMBRE: Nacimiento de Jesús	La decoración será navideña.

3.1.3. ASPECTOS DIFERENCIALES

En cuanto a los productos y servicios:

- Calidad
- Imagen
- Sabor
- Diversión sana
- Fomentar valores cristianos
- Innovación
- Además de dar Shows en vivo de cantantes cristianos conocidos como: SEVEN VID.

Aspectos que lo diferencian:

- Se lo hará en el medio que más utiliza las personas: el Facebook.
- Servicio diferente
- Su ubicación en la zona céntrica
- Ambiente sano

Y el personal es un recurso totalmente capacitado y preparado para brindar una excelente atención al cliente con un trato cordial y amable.

3.2. PROCESO PRODUCTIVO

Según Norman Gaither a la producción se la veía desde tres perspectivas diferentes: la producción como un sistema, la producción como una función organizacional y la toma decisiones en la administración de la producción. (Norman Gaither)

Llamamos producción al proceso de transformar las materias primas en productos, entre los beneficios de este proceso tenemos:

- Ahorro en trabajo, tiempo y materiales
- Ahorro de dinero. (Manzano, 2009)

3.2.1. PROCESO DE ELABORACIÓN

PROCESO DE COMPRA MATERIA PRIMA

1. Realizar recetas básicas con el fin de evitar los sobrantes al momento de la Compra y al momento de la elaboración de los alimentos, mala presentación y pérdidas de materiales que incrementen el costo.
2. Hacer una lista de lo que falta en bodega o refrigeradora.
3. Seleccionar y elegir proveedores
4. Realizar la compra de materia prima.
5. Ordenarla en bodega.

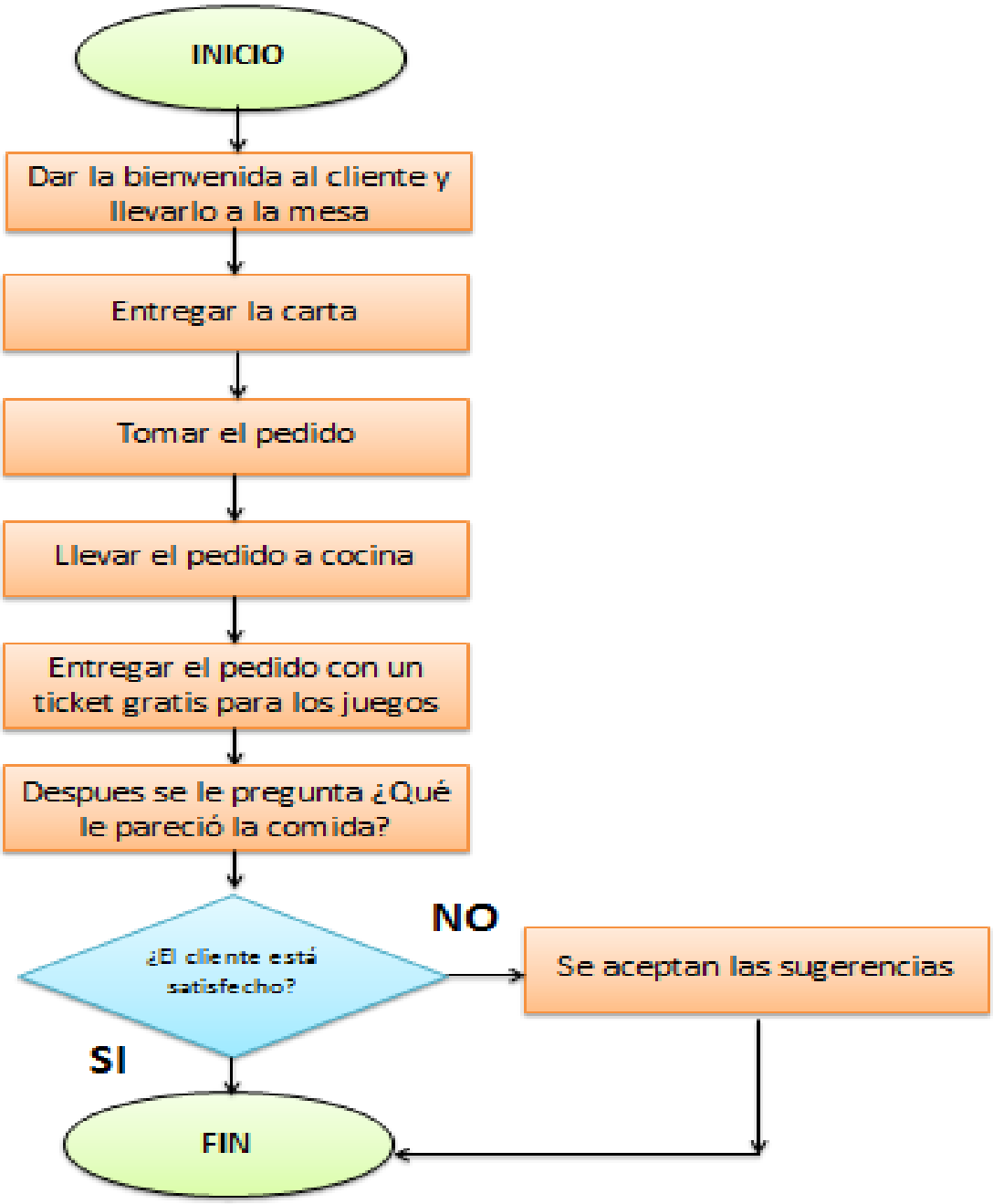
GRÁFICO Nº10



Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** Investigación de Campo

PROCESO DE PRODUCCIÓN EN EL SERVICIO

GRÁFICO N°11



Elaborado por: Nadia Cifuentes C. 2013 **Fuente:** Investigación de Campo

3.2.2. CAPACIDAD INSTALADA O TAMAÑO

TABLA Nº25

MESAS	PUESTOS	TOTAL
8 mesas	De 4	**32**
4 mesas	De 2	**8**
2 mesas	De 8	**16**
TOTAL		**56**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera, 20013. **Fuente:** Investigación de mercado

Capacidad Máxima.- La capacidad máxima se calculará en base al número de puestos, a los turnos que se atiende, que para el caso de PUNTO CRISTIANO se atenderán 2 turnos uno en la mañana y otro en la tarde, se atenderá de lunes a sábado dando un total de 24 días al mes.

CM= Puestos*# turnos que se atiende*días que se atiende al mes.

CM= 56*2*24= 2688

Capacidad de Ocupación Promedio mensual.- 46,7%

COP= 2688* 46,7% = 1255 mensual

Capacidad de Ocupación Promedio anual

COP= 1255* 12 = 15060 anual

3.2.3. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

TABLA Nº26

EQUIPO Y MAQUINARIA PARA EL SERVICIO				
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD (Año)**	**Precio unitario**	**Total anual**
Cocina ind. de cuatro quemadores	Unidades	1	455,04	455,04
Licuadora	Unidades	1	30,00	30,00
Refrigeradora	Unidades	1	689,04	689,04
Sanduchera	Unidades	1	12,99	12,99
Monitores 32" Plasma LED	Unidades	1	462,96	462,96
Gas 4 kg.	Unidades	2	78,00	156,00
Amplificador	Unidades	1	168,00	168,00
Microondas	Unidades	1	120,00	120,00
Olla arrocera industrial	Unidades	1	200,00	200,00
TOTAL				**2.294,03**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera **Fuente:** Investigación de campo

3.2.4. CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN

TABLA Nº27

MES	SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4						
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
Enero																												
Febrero																												
Marzo																												
Abril																												
Mayo																												
Junio																												
Julio																												
Agosto																												
Septiembre																												
Octubre																												
Noviembre																												
Diciembre																												

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera **Fuente:** Investigación de campo

Los días marcados con color azul son aquellos días especiales como: la bienvenida del nuevo año; Día del Amor y de la Amistad, Día de las Madres, Día del Padre, Semana Santa y Nacimiento de Jesús.

3.2.5. CONTROL DE CALIDAD.

Para poder controlar la calidad de la empresa a través de los usuarios, se les entregará en los primero días de cada mes una hoja donde votarán con puntuación qué atributos ven buenos y qué ven malos mediante sus sugerencias colocándose Muy bueno, bueno, malo. Entre ellos tenemos:

- Limpieza e higiene
- Calidad del producto
- Atención
- Rapidez de servicio
- Variedad de productos
- Ambiente y decoración
- Marca

3.3. EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS

La empresa deberá determinar, suministrar y mantener las infraestructuras necesarias para lograr la conformidad a los requisitos del producto. (Anonimo, 2013). VER ANEXO 15. Los diferentes precios en diferentes empresas como: TIA, Súper Paco, y Mercado Libre.

TABLA Nº28

INVERSIÓN NO CORRIENTE	
Equipo y maquinaria para el servicio	2.094,03
Equipos de oficina	645,00
Equipos de computación	512,63
Muebles y Enseres	3.037,99
Menaje de Cocina	376,00
Total Inver. Corriente	**6.665,65**

Los requerimientos detallados en ANEXOS 22 y Proformas en ANEXO 15

3.4. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Es el esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. (Begoña Prieto Moreno, 2005)

COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO

TABLA Nº29

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	TOTAL
1	Administrador	183,33	100,00	58,33	**341,67**
1	Contador	183,33	100,00	58,33	**341,67**
2	TOTAL MENSUAL	366,67	200,00	116,67	683,33
	TOTAL ANUAL	4400,00	2400,00	1400,00	8200,00

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

COSTO PERSONAL OPERATIVO

TABLA Nº30

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	TOTAL
1	Cocinera	123,33	74,00	43,17	**240,50**
1	Mesero	106,67	64,00	37,33	**208,00**
2	TOTAL MENSUAL	230,00	138,00	80,50	448,50
	TOTAL ANUAL	2760,00	1656,00	966,00	5382,00

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

TABLA Nº31

PRIMER AÑO (VER ANEXO 27) CÁLCULO DE HORAS

PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO PARA EL PRIMER AÑO													
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	TOTAL	APORTE PATRONAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	Administrador	183,33	100,00	58,33	**341,67**	41,51	28,47	26,50		7,12	14,24	**117,84**	**459,51**
1	Contador	183,33	100,00	58,33	**341,67**	41,51	28,47	26,50		7,12	14,24	**117,84**	**459,51**
2	TOTAL MENSUAL	366,67	200,00	116,67	683,33	83,03	56,94	53,00	0,00	14,24	28,47	235,68	919,01
	TOTAL ANUAL	4400,00	2400,00	1400,00	8200,00	996,30	683,33	636,00	0,00	170,83	341,67	2828,13	11028,13
PRESUPUESTO DE REMUNERACIÓN DEL PERSONAL OPERATIVO PARA EL PRIMER AÑO													
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	TOTAL	APORTE PATRONAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	Cocinera	123,33	74,00	43,17	**240,50**	29,22	20,04	26,50		5,01	10,02	**90,79**	**331,29**
1	Mesero	106,67	64,00	37,33	**208,00**	25,27	17,33	26,50		4,33	8,67	**82,11**	**290,11**
2	TOTAL MENSUAL	230,00	138,00	80,50	448,50	54,49	37,38	53,00	0,00	9,34	18,69	172,90	621,40
	TOTAL ANUAL	2760,00	1656,00	966,00	5382,00	653,91	448,50	636,00	0,00	112,13	224,25	2074,79	7456,79
TOTAL MENSUAL		596,67	338,00	197,17	1131,83	137,52	94,32	106,00	0,00	23,58	47,16	408,58	1540,41
TOTAL ANUAL		7160,00	4056,00	2366,00	13582,00	1650,21	1131,83	1272,00	0,00	282,96	565,92	4902,92	18484,92

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

SEGUNDO AÑO

PREUPUESTO DE REMUNERACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO PARA EL SEGUNDO AÑO													
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	HORAS SUPLEMENTARIAS	TOTAL	APORTE PATRONAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	Administrador	183,33	100,00	58,33	**341,67**	41,51	28,47	26,50	28,47	7,12	14,24	**146,31**	**487,98**
1	Contador	183,33	100,00	58,33	**341,67**	41,51	28,47	26,50	28,47	7,12	14,24	**146,31**	**487,98**
2	TOTAL MENSUAL	366,67	200,00	116,67	683,33	83,03	56,94	53,00	56,94	14,24	28,47	292,62	975,96
	TOTAL ANUAL	4400,00	2400,00	1400,00	8200,00	996,30	683,33	636,00	683,33	170,83	341,67	3511,47	11711,47

PREUPUESTO DE REMUNERACIÓN DEL PERSONAL OERATIVO PARA EL SEGUNDO AÑO													
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	RECARGO JORNADA NOCTURNA	HORAS SUPLEMENTARIAS	TOTAL	APORTE PATRONAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACIO
1	Cocinera	123,33	74,00	43,17	**240,50**	29,22	20,04	26,50	20,04	5,01	10,02	**110,84**	**351,34**
1	Mesero	106,67	64,00	37,33	**208,00**	25,27	17,33	26,50	17,33	4,33	8,67	**99,44**	**307,44**
2	TOTAL MENSUAL	230,00	138,00	80,50	448,50	54,49	37,38	53,00	37,38	9,34	18,69	210,27	658,77
	TOTAL ANUAL	2760,00	1656,00	966,00	5382,00	653,91	448,50	636,00	448,50	112,13	224,25	2523,29	7905,29
TOTAL MENSUAL		596,67	338,00	197,17	1131,83	137,52	94,32	106,00	94,32	23,58	47,16	502,90	1634,73
TOTAL ANUAL		7160,00	4056,00	2366,00	13582,00	1650,21	1131,83	1272,00	1131,83	282,96	565,92	6034,75	19616,75

3.5. REQUERIMIENTO DE INSUMOS PRODUCTIVOS

TABLA Nº32

INSUMOS PARA EL PLATO: ARROZ CON CHULETA ASADA (10 platos)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Arroz Gustadina	1,0	kg
Chuleta	2,0	libras
Lechuga Crespa	1,0	funda
Sal	1,0	Onza
Tomate	8,0	Unidad

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

TABLA Nº33

INSUMOS PARA EL PLATO: CHICHARRONES DE PESCADO (20 PLATOS)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Pescado	20	Libras
Limones	20	Unidades
Aliño completo	1	Frasco
Sal	1	Funda
Mostaza	1	Funda de 370gr
Harina	4	Libras
Aceite	2	Litro
Salsa de tomate	1	funda de 200gr
Mayonesa	1	funda de 200gr
Chifles	1	funda

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

TABLA Nº34

INSUMOS PARA EL PLATO: DULCE DE TRES LECHES (12 PLATOS)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Huevos	12	unidad
Harina	0,25	libra
Azúcar	0,25	libra
Tres leches	1	litro
Mantequilla	0,25	cucharada
Frutillas	0,5	libra

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

TABLA Nº35

INSUMO PARA EL PLATO: PASTEL CON LECHE CONDENSADA (10 PLATOS)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Huevos	3	unidad
Harina	3	tazas
Azúcar	1,5	tazas
Leche	1	tazas
Leche condensada	1	onzas
Mantequilla	0,25	libra

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

TABLA Nº36

INSUMO PARA EL PLATO: HAMBURGUESA (1 PERSONA)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Pan	1	Unidad
Lechuga	0,05	Hojas
Tomate	0,05	Libras
Carne Molida	0,17	Libras
Pepino	0,05	Unidad
Aceite vegetal	0,0625	Litro
Salsa de Tomate sachet	1	Unidad
Mayonesa sachet	1	Unidad

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo

TABLA Nº37

INSUMO PARA EL PLATO: DESAYUNO CONTINENTAL (10 PERSONAS)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Café, chocolate o bolsa de té	150	Gramos
tostadas	30	Unidad
jugo	10	Vaso
mantequilla	150	gramos
mermelada	150	Gramos
azucar	100	Gramos
leche	250	ml

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo

TABLA Nº38

INSUMO PARA EL PLATO: SANDUCHES (10 PERSONAS)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Pernil	400	Gramos
vinagre blanco	50	ml
sal	50	Gramos
pimienta	30	Gramos
limon	25	Gramos
pan	10	unidades
cebolla colorada	80	Gramos
tomate	80	Gramos
lechuga	100	Gramos

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo

TABLA Nº39

INSUMO PARA EL PLATOS: BOLONES DE VERDE (5 PERSONAS)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
Plátano verde	1000	gramos
Cebolla Blaanca	50	gramos
Achiote	10	ml
Sal	15	gramos
Pimienta	10	gramos
Aceite	200	ml
Chicharron	100	

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo

TABLA Nº40

INSUMO PARA EL PLATO: JUGOS (10 PERSONAS)

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
fruta (PULPA)	2000	gramos
azucar	100	Gramos
agua	500	Gramos

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo

CAPÍTULO IV

4. FINANCIERA

El estudio financiero es determinar por medio de los indicadores financieros la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto. (Espinoza, 2007)

4.1. INVERSIONES

4.1.1. ANÁLISIS DE INVERSIONES

Para poder poner en marcha el proyecto se necesitará una inversión inicial de $12358,03 la cual esta detallada de la siguiente manera: Activos fijos, capital de trabajo y gastos de constitución. Y también se explica detalladamente en. ANEXO 16

TABLA Nº41

INVERSIÓN NO CORRIENTE	
Equipo y maquinaria para el servicio	2.094,03
Equipos de oficina	645,00
Equipos de computación	512,63
Muebles y Enseres	3.037,99
Menaje de Cocina	376,00
Total Inver. Corriente	**6.665,65**
CAPITAL DE TRABAJO	**$ 12.442,44**
OTROS ACTIVOS	
Gastos de Constitución	**$ 1.221,00**
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	**$ 20.329,09**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

Para los gastos de Constitución VER ANEXO 24.

4.1.2. CRONOGRAMA DE INVERSIONES

TABLA Nº42

ACTIVIDADES	VALOR	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Constituir la empresa	1.221,00						
Menaje de Cocina	376,00						
Compra de Equipo y maquinaria para el servicio	2.094,03						
Adquisición de Equipos de Oficina	645,00						
Compra de Equipos de Computación	512,63						
Adquisición de Muebles y enseres	3.037,99						
Contratación del personal	12.442,44						
Puesta en marcha del Centro de Diversión Cristiana	20.329,09						
TOTAL INVERSIÓN							**20.329,09**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

4.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

4.2.1. EL COSTO DEL PROYECTO Y SU FINANCIAMIENTO

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	$ 7.777,52	$ 20.329,09
CAPITAL PROPIO	50%	$ 10.164,55
CAPITAL AJENO	50%	$ 10.164,55

Financiamiento			
DESCRIPCIÓN	Procedencia	VALOR	%
Aporte Propio	Efectivo	$ 10.164,55	50%
Aporte Ajeno	Prest. BNF	$ 10.164,55	50%
Inversión requerida		**$ 20.329,09**	**100%**

Para el financiamiento del 50% del proyecto en el Banco Nacional del Fomento, se aplicará una tasa nominal del 15%

FUENTES DE FINANCIAMIENTO COSTO DE CAPITAL					
DESCRIPCION	Valor Aportes	% Aporte	TASAS		Costo de Capital
			Tasa Pasiva	Tasa Activa	
Aporte socios	$ 10.164,55	50,00%	4,53%		2,27%
Banco Fomento	$ 10.164,55	50,00%		15,00%	7,50%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	$ 20.329,09	100,00%	Total Costo de Capital		9,77%

RESUMEN		
PRESTAMO A CORTO PLAZO	1.475,82	10.164,55
PRESTAMO A LARGO PLAZO	8.688,73	
INTERESES A CORTO PLAZO	1.425,95	
INTERESES A LARGO PLAZO	2.918,33	
	4.344,28	

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

Para ver los requisitos para el financiamiento del proyecto consultar en anexos (VER ANEXO 14)

4.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

4.3.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

TABLA Nº43

PLATOS DE LA EMPRESA	PROMEDIO DIARIO	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNIT. DE COSTO	PRECIO UNITARIO VENTA	TOTAL DE COSTO MENSUALES	TOTAL DE VENTAS MENSUALES	COSTOS ANUAL	VENTAS ANUAL
MARISCOS								
CHICHARRON DE PESCADO	8	186	2,40	4,00	446,30	743,83	5.355,60	8.926,00
ASADOS EN GENERAL								
CHULETA ASADA	6	141	2,26	3,50	319,40	494,65	3.832,82	5.935,79
COMIDA RÁPIDA								
HAMBURGUEZA	6	24	1,38	2,00	33,59	48,69	403,13	584,25
POSTRES								
DULCE DE LAS TRES LECHES	5	20	0,87	2,00	17,65	40,57	211,79	486,87
PASTEL CON LECHE CONDENSADA	5	20	0,56	1,00	11,36	20,29	136,32	243,44
DESAYUNOS								
DESAYUNO CONTINENTAL	8	171	1,06	2,50	181,35	427,70	2.176,16	5.132,45
SANDWICHES	8	171	0,63	1,50	107,78	256,62	1.293,38	3.079,47
BOLONES	8	171	0,76	2,00	130,02	342,16	1.560,26	4.105,96
BEBIDAS								
GASEOSAS	21	461	0,48	0,75	221,36	345,88	2.656,38	4.150,59
AGUAS	21	461	0,15	0,50	69,18	230,59	830,12	2.767,06
FUZE TEA	21	461	0,53	1,00	244,42	461,18	2.933,08	5.534,12
JUGOS	8	171	0,27	1,00	46,19	171,08	554,30	2.052,98
TOTAL VENTAS EN PRODUCTOS							**21.943,35**	**42.998,98**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

TABLA Nº44

ENTRETENIMIENTO								
JUEGOS FAMILIARES	15	320	0,00	0,50	0,03	159,92	0,38	1.919,09
SHOWS EN VIVO	7	164	3,05	5,00	499,11	818,22	5.989,35	9.818,60
KARAOKE	7	164	0,01	0,30	2,08	49,09	25,00	589,12
BILLAR	3	67	1,00	1,50	66,95	100,42	803,34	1.205,01
PINPON	2	52	0,24	0,50	12,50	26,03	149,96	312,41
TOTAL VENTAS EN SERVICIOS							**6.968,02**	**13.844,23**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

4.3.2. PRESUPUESTOS DE GASTOS (ADMINISTRATIVO, VENTAS)

TABLA Nº45

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	Mensual	**Anual**
Sueldos	1.131,83	13.582,00
Décimo Tercero	94,32	1.131,83
Décimo Cuarto	106,00	1.272,00
Aporte Patronal	137,52	1.650,21
Vacaciones	47,16	565,92
Fondo de Reserva	-	-
Depreciación	44,93	539,16
Publicidad	27,92	335,00
Servicios Básicos	124,80	1.497,60
Materiales de Limpieza	7,83	94,01
Utensilios de limpieza	9,05	108,55
Materiales de Oficina	6,84	82,11
Total Gastos Administrativos	**1.738,20**	**20.858,39**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo

TABLA Nº46

GASTOS DE VENTAS

PUBLICIDAD			
	Cantidad	**Precio**	**Total Anual**
Televisión. Telemar.	spots diarios	280,00	280,00
Letrero	Uno	150,00	150,00
Volantes	500	20,00	20,00
TOTAL			**335,00**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

La proyección de gastos de cada año lo encontraremos en el ANEXO 26

4.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS (ESTAD DE SITUACIÓN INICIAL).

TABLA Nº47

CENTRO DE DIVERSIÓN Y CAFETERIA "PUNTO CRISTIANO"
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		**PASIVO CORRIENTE**	
BANCO	12.442,44	PRESTAMO BANCARIO CORTO PLAZO	1.475,82
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**12442,44**		
ACTIVO NO CORRIENTE		**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**1.475,82**
Equipo y maquinaria para el servicio	2094,03	**PASIVOS NO CORRIENTE**	
Equipos de oficina	645,00	PRESTAMOS BANCARIOS L/P	8.688,73
Equipos de computación	512,63		
Muebles y Enseres	3037,99	**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE**	**8.688,73**
Menaje de Cocina	376,00	**TOTAL PASIVOS**	**10.164,55**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6665,65**	**PATRIMONIO**	
OTROS ACTIVOS		CAPITAL	10.164,55
Gastos de Constitución	1221,00	**TOTAL PATRIMONIO**	**10.164,55**
TOTAL OTROS ACTIVOS	**1221,00**	**TOTAL PASIVO+ PATRIMONIO**	
TOTAL ACTIVO	**20.329,09**		**20.329,09**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

4.4.1. ESTADO DE RESULTADO.

TABLA Nº48

INGRESOS	AÑO 0	MENSUAL	VIDA UTIL DEL PROYECTO										
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas		4879,52	**58.554,18**	**60.316,66**	**62.132,20**	**64.002,37**	**65.928,85**	**67.913,30**	**69.957,49**	**72.063,22**	**74.232,32**	**76.466,71**	**671.567,30**
INVERSIÓN FIJA	**6.665,65**												
CAPITAL DE TRABAJO	**12.442,44**												
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	**1.221,00**												
TOTAL INGRESOS			**58.554,18**	**60.316,66**	**62.132,20**	**64.002,37**	**65.928,85**	**67.913,30**	**69.957,49**	**72.063,22**	**74.232,32**	**76.466,71**	**671.567,30**
COSTO DE VENTA													
Costo de producción		2.409,28	28.911,38	29.781,61	30.678,04	31.601,44	32.552,65	33.532,48	34.541,81	35.581,52	36.652,52	37.755,76	**331.589,21**
TOTAL COSTO DE VENTA			**28.911,38**	**29.781,61**	**30.678,04**	**31.601,44**	**32.552,65**	**33.532,48**	**34.541,81**	**35.581,52**	**36.652,52**	**37.755,76**	**331.589,21**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			**29.642,81**	**30.535,05**	**31.454,16**	**32.400,93**	**33.376,20**	**34.380,82**	**35.415,68**	**36.481,70**	**37.579,80**	**38.710,95**	**339.978,09**
GASTOS OPERACIONALES													
Gastos de Administración y Ventas													
Sueldos		1.131,83	13.582,00	14.030,21	14.493,20	14.971,48	15.465,54	15.975,90	16.503,10	17.047,71	17.610,28	18.191,42	**157.870,84**
Décimo Tercero		94,32	1.131,83	1.169,18	1.207,77	1.247,62	1.288,79	1.331,33	1.375,26	1.420,64	1.467,52	1.515,95	**13.155,90**
Décimo Cuarto		106,00	1.272,00	1.313,98	1.357,34	1.402,13	1.448,40	1.496,20	1.545,57	1.596,58	1.649,26	1.703,69	**14.785,14**
Aporte Patronal		137,52	1.650,21	1.704,67	1.760,92	1.819,03	1.879,06	1.941,07	2.005,13	2.071,30	2.139,65	2.210,26	**19.181,31**
Vacaciones		47,16	565,92	584,59	603,88	623,81	644,40	665,66	687,63	710,32	733,76	757,98	**6.577,95**
Fondo de Reserva		-	-	1.131,83	1.169,18	1.207,77	1.247,62	1.288,79	1.331,33	1.375,26	1.420,64	1.467,52	**11.639,95**
Depreciación		44,93	539,16	556,95	575,33	594,32	613,93	634,19	655,12	676,74	699,07	722,14	**6.266,93**
Publicidad		27,92	335,00	346,06	357,47	369,27	381,46	394,05	407,05	420,48	434,36	448,69	**3.893,88**
Servicios Básicos		124,80	1.497,60	1.547,02	1.598,07	1.650,81	1.705,29	1.761,56	1.819,69	1.879,74	1.941,77	2.005,85	**17.407,40**
Materiales de Limpieza		7,83	94,01	97,11	100,32	103,63	107,05	110,58	114,23	118,00	121,89	125,91	**1.092,73**
Utensilios de limpieza		9,05	108,55	112,13	115,83	119,65	123,60	127,68	131,90	136,25	140,74	145,39	**1.261,73**
Materiales de Oficina		6,84	82,11	84,82	87,62	90,51	93,50	96,58	99,77	103,06	106,46	109,98	**954,41**
Otros Gastos (Constitución)		1.221,00	1.221,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**1.221,00**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			**22.079,39**	**22.678,55**	**23.426,94**	**24.200,03**	**24.998,63**	**25.823,59**	**26.675,77**	**27.556,07**	**28.465,42**	**29.404,78**	**255.309,18**
Gastos Financieros													
Intereses bancarios			1.425,95	1.188,71	6.508,63	4.161,95	1.536,47						**14.821,70**
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			**1.425,95**	**1.188,71**	**913,32**	**593,67**	**222,64**	-	-	-	-	-	**4.344,28**
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			**23.505,34**	**23.867,26**	**24.340,27**	**24.793,70**	**25.221,27**	**25.823,59**	**26.675,77**	**27.556,07**	**28.465,42**	**29.404,78**	**259.653,46**
UTILIDAD OPERACIONAL			**6.137,46**	**6.667,80**	**7.113,89**	**7.607,22**	**8.154,93**	**8.557,23**	**8.739,92**	**8.925,63**	**9.114,38**	**9.306,17**	**80.324,63**
15% Participación trabajadores		**15%**	920,62	1.000,17	1.067,08	1.141,08	1.223,24	1.283,58	1.310,99	1.338,84	1.367,16	1.395,93	**12.048,69**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			**5.216,85**	**5.667,63**	**6.046,81**	**6.466,14**	**6.931,69**	**7.273,65**	**7.428,93**	**7.586,78**	**7.747,22**	**7.910,24**	**68.275,94**
25% Impuesto a la Renta		**22%**	1.147,71	1.246,88	1.330,30	1.422,55	1.524,97	1.600,20	1.634,36	1.669,09	1.704,39	1.740,25	**15.020,71**
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			**4.069,14**	**4.420,75**	**4.716,51**	**5.043,59**	**5.406,72**	**5.673,44**	**5.794,56**	**5.917,69**	**6.042,83**	**6.169,99**	**53.255,23**
Pago de Cuota bancaria			1.475,82	1.713,06	1.988,44	2.308,09	2.679,13						
Depreciación de activos fijos			539,16	556,95	575,33	594,32	613,93	634,19	655,12	676,74	699,07	722,14	6.266,93
Gastos de Constitución			1.221,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE RESERVA			4.353,48	3.264,64	3.303,40	3.329,81	3.341,51	6.307,63	6.449,68	6.594,43	6.741,90	6.892,13	59.522,16
Valor de Rescate													
FLUJO NETO			4.353,48	3.264,64	3.303,40	3.329,81	3.341,51	6.307,63	6.449,68	6.594,43	6.741,90	6.892,13	59.522,16
	RENTABILIDAD =		**58.554,18**	**4.353,48**	7,43%	1ER. AÑO							

4.4.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

TABLA Nº49

INVERSION INICIAL TASA PASIVA REFERENCIAL TASA ACTIVA REFERENCIAL VIDA UTIL PROYECTO		$ 20.329,09 4,53% 15,00% 10 AÑOS		TASA MENOR DEL PROYECTO 0,0977		TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE 0,1977 0,1	
		VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MENOR			VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MAYOR		
AÑO 1	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO 9,77%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	FLUJO PRESENTE NETO 19,77%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL
0	(20.329,09)						
1	4.353,48	3.966,18	3.966,18	(16.362,91)	3.635,02	3.635,02	(16.694,07)
2	3.264,64	2.709,61	6.675,80	(13.653,29)	2.276,02	5.911,04	(14.418,06)
3	3.303,40	2.497,87	9.173,66	(11.155,43)	1.922,96	7.834,00	(12.495,09)
4	3.329,81	2.293,85	11.467,51	(8.861,58)	1.618,45	9.452,45	(10.876,64)
5	3.341,51	2.097,12	13.564,63	(6.764,46)	1.356,11	10.808,56	(9.520,53)
6	6.307,63	3.606,48	17.171,11	(3.157,98)	2.137,41	12.945,96	(7.383,13)
7	6.449,68	3.359,63	20.530,74	201,64	1.824,86	14.770,82	(5.558,27)
8	6.594,43	3.129,44	23.660,17	3.331,08	1.557,89	16.328,71	(4.000,38)
9	6.741,90	2.914,79	26.574,96	6.245,87	1.329,88	17.658,60	(2.670,50)
10	6.892,13	2.714,65	29.289,62	**8.960,52**	1.135,15	**18.793,75**	**(1.535,34)**
TOTAL	**30.249,52**	**29.289,62**			**18.793,75**		
VAN				**8.960,52**			**-1.535,34**
PRC				**6,94**			
TIR				**18,30%**			
R.C.B.				**1,44**			

Periodo de recuperacion del capital		
Años	Meses	Días
6	10,92	28

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013

4.5. EVALUACIÓN

El procedimiento lógico de selección de propuestas de inversión debe ser basado en la medición de los méritos financieros de cada propuesta de acuerdo alguna base de comparación, tales como: Tasa Interna de Retorno, Valor presente, Periodo de Recuperación, Retorno sobre la Inversión. (Bu, 2005.)

4.5.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio indica cuanta producción deben vender para evitar una pérdida. (CHARLES HORNGREN, 2007)

Con el punto de equilibrio podremos determinar el valor que necesitamos obtener por medio de entradas o la venta de servicios pero antes que todo debemos calcular los costos fijos y variables que a continuación se detallan, para luego calcular el punto de equilibrio mediante la siguiente fórmula:

Punto de Equilibrio = Costos Fijos / 1 - (Costos Variables / Ventas)

TABLA Nº50

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES						
DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL	ANUALES		TOTAL
	FIJOS	VARIABLES	MENSUAL	FIJOS	VARIABLES	ANUAL
Sueldos	1.131,83		1.131,83	13.582,00		13.582,00
Décimo Tercero	94,32		94,32	1.131,83		1.131,83
Décimo Cuarto	106,00		106,00	1.272,00		1.272,00
Aporte Patronal	137,52		137,52	1.650,21		1.650,21
Vacaciones	47,16		47,16	565,92		565,92
Fondo de Reserva	-		-	-		-
Depreciación	44,93		44,93	539,16		539,16
Publicidad	27,92		27,92	335,00		335,00
Servicios Básicos		124,80	124,80		1.497,60	1.497,60
Materiales de Limpieza	7,83		7,83	94,01	-	94,01
Utensilios de limpieza	9,05		9,05	108,55	-	108,55
Materiales de Oficina	6,84		6,84	82,11	-	82,11
Materia prima		2.409,28	2.409,28	-	28.911,38	28.911,38
TOTAL	**1.613,40**	**2.534,08**	**4.147,48**	**19.360,79**	**30.408,98**	**49.769,77**

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera. 2013

TABLA N° 51

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS ANUALES	4.736,93	56.843,20
COSTOS FIJOS TOTALES	1.613,40	19.360,79
COSTOS VARIABLES TOTALES	2.534,08	30.408,98
PUNTO DE EQUILIBRIO	3.469,40	41.632,75

	MENSUAL	ANUAL
Ventas en volumen mensual	1510	18.120
Costo variable por unidad	1,68	1,68
Ingreso marginal	1,32	1,32
PE volumen mensual	1221	14.647,51
PE volumen diario	55	1.221

Elaborado por: Nadia Cifuentes C., 2013 **Fuente:** Investigación de Campo

Esto nos enfoca que aproximadamente el local debería vender la cantidad de 55 entre productos y servicios diarios para no perder. Y vender como mínimo para no ganar ni perder es $3469,40 mensualmente y en el año $41632,75.

4.5.2. VAN, TIR

El VAN y el TIR se consideran criterios complementarios que valoran los proyectos de inversión en función de su rentabilidad medida en tanto términos absolutos VAN como en términos relativos TIR. (Díaz, 2006)

La TIR se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido. (Scott Besley, 2008).

El proyecto es rentable debido el resultado del VAN es mayor a 1, lo que quiere decir que en el transcurso del tiempo se recupera la inversión que el Centro de Diversión Cristiana

invirtió, según su valor actual neto traídos del futuro es $ 8960,52 es mayor a 1. En este caso la Tasa Interna de Retorno (TIR), es el 18,30% lo que nos quiere decir que es proyecto es factible por la simple razón de que la tasa es mayor que la tasa de oportunidad la cual es 15%. El periodo de recuperación es pocos años para poner en marcha este proyecto, lo cual es de 6 años, 10 meses y 28 días, es decir que no tengo que esperar casi mucho tiempo para comenzar a recuperar la inversión, lo que es ideal, debido a que se estaría operando obteniendo beneficios justos.

4.5.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN PRI.

Es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto. Cuando los flujos netos de efectivos generados por el proyecto son iguales en cada periodo, el periodo de recuperación puede determinarse con la siguiente relación: Inversión inicial sobre Flujo neto anual. (Werner Ketelhöhn, 2004).

El periodo de recuperación del proyecto será en 6 años aproximadamente. Como lo muestra el siguiente cuadro:

TABLA Nº52

Periodo de recuperacion del capital		
Años	**Meses**	**Días**
6	10,92	28

Elaborado por: Nadia Cifuentes C., 2013 **Fuente:** Investigación de Campo

4.5.4. BENEFICIOS COSTOS (B/C)

Es cuando se obtiene un beneficio y es necesario medirlo en relación con su costo (Herrscher., 2000)

También es aquella relación en que tanto el flujo de beneficios como el de los costos se actualizan a una tasa de interés que se considera próxima al costo de oportunidad del capital. (A. Guerra E., 1997).

La relación Costo beneficio del proyecto dio 1,44.

4.6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Una herramienta que es fundamental para poder intuir a que nos podríamos estar enfrentando durante la ejecución del proyecto es este análisis, el cual consiste en la construcción de escenarios en los que simulemos la realidad y estimemos cómo el comportamiento de ciertas variables podrían afectar nuestro desempeño. (Acosta, 2011)

Una vez elaborados todos los estado financieros con sus proyecciones y tomando en cuenta a todas las variables que conformará la información financiera, modificaremos sus valores y cantidades con el fin de crear diferentes escenarios. (Urbina., 1998)

A continuación se presenta el resumen de los diferentes escenarios del proyecto de inversión.

TABLA Nº53

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD			
DETALLE	OPTIMISTA	MAS PROBABLE	PESIMISTA
Costo de Inversión del Proyecto	(20.329,09)	(20.329,09)	(20.329,09)
Valor Actual Neto (VAN)	34.251,25	7.854,70	(40.917,85)
Relación Costo Beneficio (C/B)	2,69	1,39	(1,01)
Tasa Interna de Retorono (TIR %)	25,79	17,53	(54,92)
Período Real de Recuperación Años	3,72	7,21	9,87

Elaborado por: Nadia Cifuentes Carrera. 2013

Escenario Optimista

Se llega a aumentar el consumo de éstos productos y servicios, tomando como referencia el incremento de participación en el mercado del 5% de una demanda insatisfecha durante el primer año de actividad y los posteriores. VER ANEXO 29

Escenario Probable

En este escenario se espera un incremento del 1,0301 que va enfocado este valor en la inflación mensual del 2013, tanto en los ingresos como en los costos.

Escenario Pesimista

En este escenario se espera un decrecimiento de la participación mercado del -5% en tanto ingresos como costos, aumentándose el período real de recuperación y disminuyéndose el VAN a un valor negativo. Esto se puede deber a que la inflación anual puede se muy alta y por ende la participación del mercado disminuiría. VER ANEXO 30

4.7. ANÁLISIS DE RAZONES FINANCIERAS.

TABLA 54

RAZONES DE LIQUIDEZ		
CAPITAL DE TRABAJO	Activo circulante - Pasivo circulante	10.966,63
Esto quiere decir que la empresa tiene la disponibilidad de recursos para ejecutar las operaciones de la empresa en los meses siguientes, así como la capacidad para enfrentar los pasivos corrientes.		
INDICE DE SOLVENCIA	Activo circulante / Pasivo Circulante	8,43
Este resultado nos enfoca que la empresa es solvente, ya que es mayor a 1.		
RAZONES DE APALANCAMIENTO		
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	Pasivo total / Activo Total	50%
Es decir que el 50% de los recursos para la inversión es financiada con terceros		
RAZONES DE RENTABILIDAD		
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	(Ventas - Costos de Ventas)/ Ventas	51%
Mide el porcentaje de utilidad logrado por la empresa después de haber cancelado las mercancías o existencias		
MARGEN DE UTILIDAD NETA	Utilidad Neta / Ventas	7%
Es el porcentage que le queda a los propietarios por operar en la empresa		
RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO	Utilidad Neta / Patrimonio	43%
Es la rentabilidad que estan obteniendo los inversionistas		

Elaborado por: Nadia Cifuentes C., 2013 **Fuente:** Investigación de Campo

CAPITULO V

5. DISCUSIÓN

5.1. DISCUSIÓN

El estudio realizado en este proyecto trata sobre una propuesta de creación de un Centro de Diversión Cristiana en la ciudad y Provincia de Esmeraldas, enmarcado principalmente a personas cristianas creyentes de Jesús, llamados Cristianos Evangélicos, y también para personas que les guste la diversión sana, por lo que en este lugar se disfrutará sanamente sin ingerir bebidas alcohólicas y sustancias dañinas para la salud y que van en contra de la doctrina evangélica basada en la Palabra de Dios.

Haciendo un estudio e investigación previa, existe en el Ecuador, en la ciudad de Quito un proyecto similar a éste, el cual ha servido de investigación y ayuda. Tiene como tema: **PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA CAFETERÍA CRISTIANA EN LA CIUDAD DE QUITO"** cuya autora es la Srta. Tatiana Elisa Manzano Barrionuevo.

Además con la aprobación de este segmento de mercado, se concluye que este innovador proyecto, cumple con las necesidades de la comunidad Cristiana y los clientes en general, rompiendo así las creencias de que sin alcohol no se puede divertir. Y es muy importante tomar en cuenta que el desarrollo económico y social mediante la ejecución de este proyecto aportará en la creación de fuentes de trabajo para los profesionales.

El proyecto de la Ciudad de Quito que es una cafetería cristiana dio rentable con un % del 22.12 y este resultado salió de la evaluación financiera del mismo.

La conclusión hecha por la autora es: "A través del estudio realizado nos damos cuenta que la ciudad de Quito necesita una Cafetería con dichas características ya que en el estudio de mercado se pudo determinar que de un universo de 377 encuestados, el 93% desea conocer y disfrutar de un establecimiento innovador con dichas características".

Realizando una comparación con la idea de proyecto de la Ciudad de Quito, tenemos las siguientes:

- De los 377 que fueron encuestados, el 93 % les gustaría conocer el establecimiento, Y el proyecto PUNTO CRISTIANO, de los 205 personas encuestadas, el 97% aceptarán y les gustaría asistir al centro de diversión cristiana. Lo que quiere decir que en mercado pequeño hay más aceptación, y porque no hay competencia.
- Ambos proyectos cumplen y cubren las necesidades del mercado cristiano.
- El TIR al ser de 22.12%, recupera la Inversión, superando el Costo de Oportunidad que es de 17.15%, es decir que es mayor en 4.97 puntos. Dando que el proyecto es rentable para su ejecución. En cambio en el proyecto de Esmeraldas el Tir es 18,30% superando a su tasa de oportunidad que es el 15%. Lo cual indica que en la ciudad de Quito su población y muestra de estudio es más alta que en Esmeraldas y por ende su TIR es más elevado que este proyecto.
- Obviamente también el Período de recuperación en la ciudad de Quito es de 4 años y 138 días es más corto que este proyecto por lo que Quito es un mercado más grande que el mercado de Esmeraldas, en comparación con el de Esmeraldas que es de 6 años con 10 meses y 28 días.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

CONCLUSIÓN

Una vez terminado el estudio de factibilidad se llegó a las siguientes conclusiones:

I. El estudio de Mercado ayudó a observar que existe una demanda insatisfecha de 4463 personas, porque este es el mercado que no es atendido en la ciudad y provincia de Esmeraldas, el mercado cristiano evangélico, por lo que los lugares de diversión que existen actualmente no satisfacen sus necesidades de diversión sana, además de recibir un servicio óptimo y de calidad que aquí en Esmeraldas no hay. Al no existir un lugar adecuado para este mercado, hacen que los cristianos vayan a lugares donde el ambiente no es el adecuado.

II. En el estudio técnico organizativo se diseñó el organigrama estructural y funcional, con su respectivo manual de función donde se detallará todas las actividades a realizar por cada trabajador y el objetivo respectivo. Además se diseñó el diagrama de flujo de procesos de la empresa, más en lo que es atención al cliente, por lo que es un restaurante. De los cuales se guiarán para realizar adecuadamente sus actividades.

III. Para el Centro de Diversión y cafetería Cristiana se ha tomado como participación el porcentaje de las personas que irían 1, 2 y 3 veces por semana, por lo que en ella existen más cristianos evangélicos que personas que siguen otras doctrinas pero que gustan de la diversión sana en familia y amigos, y como resultado al mismo se obtuvo que en el primer año la demanda será 4463 personas que asistirán al Centro. Y los cuales consumirán platos a partir de $3,00, y máximo hasta $5,00 por plato.

IV. El proyecto requiere una inversión de $ 20329,09 que comprende: la inversión de activos fijos, gastos de constitución y el capital de trabajo, el cual será financiado 50 a 50. Es decir 50% los socios accionistas y el otro 50% un crédito en el Banco del Fomento a un interés del 15% a 5 años.

RECOMENDACIONES

I. La implementación del proyecto ya que es una idea factible y muy buena en la Ciudad de Esmeraldas porque satisficiera a la comunidad cristiana Esmeraldeña y a las personas que gustan de diversión sana. Aplicando adecuadamente las estrategias de marketing y la implementación de valores éticos y cristianos, fomentando una cultura adecuada lejos de los antivalores.

II. Es importante estructurar ordenadamente la empresa y la idea que se quiere poner en marcha para que así no tengamos confusiones en cuanto a cuantas personas contrataremos para la empresa y ni los puestos a colocar. Estas estructuras nos ayudan a dar información de las personas que trabajaran en la empresa y a los puestos que se colocarán. Con su respectivo perfil ocupacional. También es importante elaborar el diagrama de procesos para ver los pasos a seguir en cuanto al servicio que se quiera dar y el orden respectivo.

III. No mantenerse con los productos limitados, sino crear y ampliar el portafolio de productos y de esta manera satisfacer sus necesidades con una variedad de platos a escoger. Además de sus precios cómodos los cuales no cambiarán hasta ser conocidos en la ciudad de Esmeraldas.

IV. Realizar estrategias de promoción para que el cliente se sienta satisfecho haciéndolo parte importante de la empresa y de esta manera premiarle por su fidelización entregándole premios y demás paquetes que harán que el cliente se sienta satisfecho. Además crear la entrega por pedidos a domicilio.

GLOSARIO

1. BENEFICIARIOS

La persona a cuyo favor se expide o cede un título de crédito. El que adquiere una utilidad, beneficio o ventaja que se origina en un contrato o en una sucesión hereditaria. El que goza de alguna manera de un bien o usufructo. Persona, agrupación o entidad que es favorecida con cualquier tipo de transferencias, sean éstas explícitas o implícitas. (Carreto, 2009)

2. CICLO DEL PROYECTO

Un proyecto se desarrolla en diferentes etapas que se suceden y se relacionan entre sí constituyendo lo que llamamos el "ciclo de proyectos" (Rural., 2009)

3. COSTO-BENEFICIO

Es la efectividad de un proyecto en función de los costos. Criterio de evaluación que establece la relación entre los recursos asignados y los objetivos alcanzados. También se usan las expresiones costo - eficacia y costo – efectividad. (Chiok., 2007)

4. CRONOGRAMA

Es un documento que contiene una tabla o gráfico, diagrama de tu plan de trabajo y para realizarlo debes enumerarlo por escrito las tareas que necesitas llevar a cabo y asignar a cada una de ellas el tiempo real que de acuerdo a tus propias circunstancias necesitas para cumplirlas. (Amparo Gaos, 2002)

5. EFECTIVIDAD

Viene del verbo latino efficere que quiere decir ejecutar, llevar a cabo u obtener como resultado. Cuando un individuo practica la efectividad en su trabajo, su tiempo rinde más y sus niveles de bienestar aumentan, ya que este sentirá que está cumpliendo con sus labores cotidianas de forma eficiente. (Melton, 2001)

6. EFICACIA

- Según Idalberto Chiavenato, la **eficacia** "es una medida del logro de resultados"
- Para Reinaldo O. Da Silva, la **eficacia** "está relacionada con el logro de los objetivos/resultados propuestos, es decir con la realización de actividades que permitan alcanzar las metas establecidas. La eficacia es la medida en que alcanzamos el objetivo o resultado" (Thomson., 2008)

7. EFICIENCIA

Capacidad para obrar o para conseguir un resultado determinado. (Gonzalez., 2007)

8. ESTRATEGIA

Es el entramado de objetivos y metas y de las principales políticas y planes de acción, conducentes al logro de esas metas formulado de manera que quede definido el negocio en el cual va a estar la compañía y la clase de compañía que es en el presente y que va a ser en el futuro. (Gomez., 2005)

9. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación. (Acevedo., 2010)

Es un proyecto ejecutivo de realización que incluye un análisis a detalle del mismo. (J., 2002)

10. EVALUACIÓN

Examen independiente y objetivo (realizado durante el proyecto o una vez finalizado) del contexto, objetivos, resultados, actividades y medios utilizados, efectuado para formular las conclusiones. (Chiok., 2007)

11. GRUPO OBJETIVO

Cuando tenemos en cuenta nuestro grupo objetivo podemos direccionar todos nuestros esfuerzos a crear estrategias que nos permitan conseguir continuamente estos clientes manteniendo una venta sostenida, en las boutiques es muy fácil identificar nuestro grupo objetivo ahora solamente te queda saber dónde encontrarlo(Cevallos., 2010)

12. MERCADO

Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios. (Elizabeth., 2008)

13. MUESTRA

Es una parte de la población donde se realiza la investigación o estudio. (Tun., 2012)

14. OBJETIVO

Estado que debe lograrse, explicitado en alcance, tiempo y recursos afectados y que se ajusta a las políticas y estrategias planteadas. (Herrscher, 2000)

15. OBSERVACION

Es registrar los patrones de conducta de la gente, objeto y eventos en forma sistemática para obtener información acerca del fenómeno de interés. (Naresh K. Malhotra, 2004.)

16. ORGANIGRAMA

Es la representación gráfica simplificada de la estructura formal de una organización en un momento determinado. (Boland, 2007)

17. PLAN ESTRATÉGICO

Es un documento cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual. (Daniel Martinez Pedros, 2012)

18. PRODUCTIVDAD

Un estado de la mente. Es una actitud que busca el mejoramiento continuo de todo cuanto existe. Es la convicción de que las cosas se pueden hacer hoy mejor que ayer y mañana mejor que hoy. (Enplanta., 2013)

19. PRODUCTO

Conjunto de atributos físicos o de servicios y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador. (Jose Luis Belío, 2007)

20. PROYECTO

Un proyecto es una actividad humana de carácter temporal, que tiene un principio y fin y que está encaminada a cumplir un objetivo. Los proyectos suelen ser interdisciplinarios y según el escenario en donde se desarrollen pueden tener menor o mayor grado de incertidumbre. (Miranda, 2012)

21. RESULTADOS

Son descripciones específicas de aquello que se espera que pueda hacer o comprender un estudiante al final de una actividad o curso. (GNU, 2013)

22. SEGMENTO DE MERCADO

Aquella parte de mercado que se compone de consumidores homogéneos o sea que tienen perfiles similares. (Dvoskin, 2004)

23. SOSTENIBILIDAD

Posibilidad de que los beneficios del proyecto se mantengan o se incrementen más allá de la finalización del proyecto. (Entremundos, 2004)

24. VALOR

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. (Carlos, 2013)

25. VALOR PRESENTE NETO (VAN)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. (Negocios, 2013)

26. VARIABLE

Es la referida a la capacidad que tienen los objetos y las cosas de modificar su estado actual, es decir de variar valores diferentes. (Oracio, 2010)

BIBLIOGRAFÍA

1. A. Guerra E., G. G. (1997). *Economía del negocio*. Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=

2. Acevedo., K. (Marzo de 2010). *Estudio de factibilidad.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481

3. Acosta, A. (24 de Febrero de 2011). *De Proyecto en Proyecto*. Recuperado el 03 de Julio de 2013, de http://deproyectoenproyecto.blogspot.com/2011/02/el-analisis-de-sensibilidad-y-los.html

4. Amparo Gaos, A. L. (2002). *Programación de las actividades de Investigación.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=pV4BfmYzBAAC&dq=que+es+cronograma&hl=es&source=gbs_navlinks_s

5. Begoña Prieto Moreno, P. A. (2005). *Contabilidad de Costes y de Gestión.* Recuperado el 08 de Julio de 2013, de Mano de Obra.: http://books.google.com.ec/books?id=6ie4Yo2UwaYC&dq=mano+de+obra+definicion&hl=es&source=gbs_navlinks_s

6. Bird, P. (2008). *Aprenda Investigación de Mercados.* España Gestion 2000.

7. Boland, L. -C.-S.-G.-B. (2007). *Funciones de la Administración.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=2NMedAshxncC&dq=que+es+un+organigrama&hl=es&source=gbs_navlinks_s

8. Bu, R. C. (2005.). *Análisis y Evaluación de proyecto.* Recuperado el 08 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=XfVvR-TwcbEC&printsec=frontcover&dq=analisis+de+la+inversion&hl=es&sa=X&ei=vEXbUaTvBY3S9ASks4HADQ&ved=0CC4Q6AEwAA

9. Carlos. (2013). *Valores*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/

10. Carreto, J. (2009). *¿Qué es beneficiario?* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://dirigiendopymes.blogspot.com/2009/01/que-es-beneficiario.html

11. Censos, I. N. (2010). *inec.gob.ec*. Recuperado el 03 de Junio de 2013, de http://www.inec.gob.ec/home/

12. Cevallos., C. (2010). *Que es un grupo objetivo*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://jeanclasicosmujer.jimdo.com/2010/06/14/que-es-un-grupo-objetivo/

13. CHARLES HORNGREN, G. A. (2007). *Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=zDCb9fDzN-gC&pg=PA65&dq=PUNTO+DE+EQUILIBRIO&hl=es&sa=X&ei=Cl_tUZG_E7H84AO6nYCgCg&ved=0CDYQ6AEwAg#v=onepage&q=PUNTO%20DE%20EQUILIBRIO&f=false

14. Chiok., L. P. (2007). *Glosario de Terminos admistrativos.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://www.gestiopolis.com/canales8/ger/glosario-basico-de-proyectos.htm

15. Compañías, S. d. (03 de junio de 2013). *Constitución de empresa*. Recuperado el 03 de junio de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/

16. Daniel Martinez Pedros, A. M. (03 de Diciembre de 2012). *La elaboración de un plan estratégico* . Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=WnHYrdgYGmcC&dq=que+es+un+planificacion&hl=es&source=gbs_navlinks_s

17. Díaz, I. A. (2006). *Finanzas Corporativas en la Práctica.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=kLbHgcDyv0IC&pg=PA7&dq=van+y+tir&hl=es&sa=X&ei=GmHtUeuvHMnj4AOWvYGYDQ&ved=0CDQQ6AEwAA#v=onepage&q=van%20y%20tir&f=false

18. Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de

http://books.google.com.ec/books?id=FpvOL1kpfKoC&dq=que+es+segmento+de+mercado&hl=es&source=gbs_navlinks_s

19. Elizabeth. (Marzo de 2008). *Que es mercado*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://pbox.wordpress.com/2008/03/15/que-es-mercado/

20. Enplanta. (2013). *Que es productividad*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.enplanta.com/index.php/modules-positions/que-es-productividad.html

21. Entremundos. (2004). *Sostenibilidad*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.entremundos.org/databases/New%20Training%20Manuals/Sostenibilidad%20en%20los%20proyectos%20de%20desarrollo.pdf

22. Espinoza, S. F. (2007). *Los proyectos de Inversión. Evaluación Financiera.* Recuperado el 08 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=erlnsjksoLMC&dq=estudio+financiero+de+un+proyecto&hl=es&source=gbs_navlinks_s

23. Esteban, I. G. (2009). *Fundamentos y Tecnicas de Investigación Comercial*. Recuperado el 03 de junio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=weE5d_DNAUsC&dq=estudio+de+mercado+de+ildefonso+grande&hl=es&source=gbs_navlinks_s

24. Fans, C. (2010). *Decoración en los restaurantes*. Recuperado el 08 de julio de 2013, de http://www.discoverymujer.com/hogar/espacios-y-decoracion/color-fans-el-inicio-del-buen-comer-es-la-buena-decoracion/

25. Forsyth, P. (2010). *Marketing las herramientas más novedosas.* Ediecuatorial .

26. GNU. (2013). *Resultados*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://docs.moodle.org/all/es/Resultados

27. Gomez., A. C. (2005). *Administración de la empresa.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=dKxyKXJAJHoC&pg=PA162&dq=que+es+estrategia&hl=es&sa=X&ei=qKfuUdSdHKHB4APPy4BQ&ved=0CEEQ6AEwBA#v=onepage&q=que%20es%20estrategia&f=false

28. Gonzalez., N. (2007). *Definición de Eficiencia.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.monografias.com/trabajos11/veref/veref.shtml

29. Gutierrez, R. (1999). *Ventas y Mercadotecnia para la pequeña empresa.*

30. Hansen, D. R., & Maryanne. (2007). *Books.google*. Recuperado el 03 de Junio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=Kf1haoGhLvcC&pg=PA188&dq=costeo+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ei=28usUYn9O47e8wTV2oGIBg&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q=costeo%20de%20una%20empresa&f=false

31. Herrscher, E. G. (2000). *Introducción a la Administración de Empresas.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=vlVmzbZhuHgC&dq=glosario+de+administracion&hl=es&source=gbs_navlinks_s

32. INEC. (17 de NOVIEMBRE de 2010). *INEC.* Recuperado el 17 de NOVIEMBRE de 2010

33. Instituto Nacional de Estadisticas y Censos. (15 de Enero de 2013). *INEC*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/home/

34. J., A. (2002). Proyecto de Inversión. En *Proyecto de Inversión inmoviliaria.*

35. Jose Luis Belío, A. S. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=mPzF_KH0CK0C&dq=que+es+un+producto&hl=es&source=gbs_navlinks_s

36. Kotler, P. (2011). *MARKETING 3.0.* Madrid: Cofás S.A.

37. Laborales, M. d. (03 de Junio de 2013). *Relaciones laborales*. Recuperado el 03 de junio de 2013, de http://www.relacioneslaborales.gob.ec/

38. Landeau, R. (2007). *Elaboración de Trabajos de Investigación*. Recuperado el 03 de junio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=M_N1CzTB2D4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

39. Laura Fischer, y. J. (2002). *Casos de Mercadotecnia.* Naucalpan de Juárez: Pearson Educación S.A.

40. Manzano, T. (2009). *Propuesta para la creación de una Cafeteria Cristiana.* Quito.

41. Massonnier, V. (2008). Tendencias de Mercado - Esta pasando cosas. En V. Massonnier, *Tendencias de Mercado - Esta pasando cosas* (pág. 15). Buenos Aires : Graniza S.A.

42. Melton. (2001). *Efectividad en los Negocios.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.degerencia.com/tema/efectividad

43. Mintra. (2013). *Mapa Ocupacional del Perfil Ocupacional del Cocinero*. Recuperado el 16 de Julio de 2013, de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/catalogo_ocupacional/ses_restaurante_cocinero.pdf

44. Miranda. (2012). *Evaluación de proyectos*. Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/10584/2202/1/Ciclo%20del%20proyecto.pdf

45. Naresh K. Malhotra, J. F. (2004.). *Investigación de Mercados.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=SLmEblVK2OQC&dq=que+es+la+observacion&hl=es&source=gbs_navlinks_s

46. Negocios, C. (2013). *Indicadores Financieros*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/

47. Nogales., A. F. (2004.). *Investigación y Técnicas de Mercado.* Recuperado el 09 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA84&dq=tecnica+de+la+observacion&hl=es&sa=X&ei=Mo3cUYKhKZPa8ASiywE&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=tecnica%20de%20la%20observacion&f=false

48. Norman Gaither, G. F. (s.f.). *Administración de la producción y operaciones.* Recuperado el 17 de Julio de 2013, de 2000.: http://books.google.com.ec/books?id=9PIKMphlixEC&dq=PRODUCCION&hl=es&source=gbs_navlinks_s

49. Oracio, O. (2010). *Variables*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.emagister.com/curso-tesis-investigacion/variables-concepto

50. Porter., M. (2010). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desarrollo superior.* Pirámide.

51. PUCESE, I. (2010). *INSTRUCTIVO DE GRADO.* Esmeraldas: PUCESE.

52. Rural., I. (2009). *Ciclo de Proyectos.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://www.uclm.es/area/ing_rural/AsignaturaProyectos/Tema%203.pdf

53. Sánchez., J. C. (27 de Noviembre de 2012). *Métodos de Investigación.* Recuperado el 09 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=YROO_q6-wzgC&dq=metodos+de+investigacion&hl=es&source=gbs_navlinks_s

54. Santos, D. d. (1994). El Marketing y su utilidad en la pequeñla empresa. En D. d. Santos, *El Marketing y su utilidad en la pequeñla empresa* (pág. 90). España: MAPCAL S.A.

55. Scott Besley, F. E. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=UGQPhsBgDaoC&dq=TIR&hl=es&source=gbs_navlinks_s

56. Social, I. L. (2006). *Guía para la Presentación de Proyectos.* Mexico: Siglo XXI editores.

57. Stefan, F. G. (2008). *Cómo diseñar un Plan de Negocio.* 1 a ed. Cuatro Media.

58. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS . (15 de ENERO de 2013). *SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS DEL EC.* Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=0&ubc=Inicio

59. Thomson., I. (Enero de 2008). *Definición de Eficacia.* Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficacia.html

60. Topchik, G. (2008). Como desarrollar a su equipo- Gerente por primera vez. En G. Topchik, *Como desarrollar a su equipo - Gerente por primera vez* (pág. 2). Estados Unidos : Grupo Nelson .

61. Torres., C. A. (2006.). *Método Deductivo e Inductivo.* Recuperado el 09 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

62. Tun., J. L. (2012). *La Muestra*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de http://www.slideshare.net/puruxona/la-muestra

63. Urbina., G. V. (1998). *Evaluación de Proyectos.* Recuperado el 17 de Julio de 2013, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/castillo_f_fi/capitulo2.pdf

64. Valencia, J. (2005). *Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa.* Mexico: Thonson.

65. Werner Ketelhöhn, J. N. (2004). *Inversiones.* Recuperado el 22 de Julio de 2013, de http://books.google.com.ec/books?id=eZ0ymlalElMC&dq=PERIODO+DE+RECUPERACI%C3%93N+DE+LA+INVERSION&hl=es&source=gbs_navlinks_s

ANEXOS

ANEXO 1.

MODELO DE ENCUESTA

Encuesta para conocer el grado de aceptación de un Centro de diversión cristiana, solicitamos nos ayude respondiendo a las siguientes preguntas las cuales tendrán un uso académico.

MARQUE LAS RESPUESTAS CON UNA X

Género: Femenino ☐ **Masculino** ☐ **# CÉDULA:_____**

Edad: 15-19 ☐ **20-24** ☐ **25-29** ☐ **30-34** ☐

35-39 ☐ **40-44** ☐ **45-49** ☐ **50-54** ☐ **55-59** ☐ **60-64** ☐

1. ¿Conoce usted establecimientos Cristianos que ofrezcan servicios de Comida y diversión sana en Esmeraldas?

Si	
No	

Cuáles:…….

2. ¿Se siente satisfecho con los actuales servicios que ofrecen los establecimientos de Comida?

Si	
No	

Por qué…….

3. ¿Le gustaría que exista en la ciudad de Esmeraldas un lugar donde pueda degustar su comida favorita y divertirse sanamente?

Si	
No	

Por qué……

4. De la siguiente lista de servicios, clasificar de acuerdo a su preferencia, siendo el de mayor prioridad el 5.

Servicios	1	2	3	4	5
Karaoke					
Pin Pon					
Billar					
Shows en vivo					
Juegos familiares					

Sugiérame otros servicios que le gustaría utilizar: _____

5. Del siguiente menú de comidas. Enumerar en orden de prioridad siendo el 5 el de mayor preferencia.

Menú	1	2	3	4	5
Desayunos					
Asados en general					
Comida Rápida					
Postres					
Mariscos					

6. ¿Cuál es su promedio de asistencia y consumo a locales de comida?

Una vez por semana	
2 veces por semana	
3 a más veces	

7. ¿Si tuviese la oportunidad de celebrar su aniversario, cumpleaños y demás fechas importantes cree conveniente hacerlo en un Centro de Diversión Cristiana?

Si	
No	

Por qué …….

8. ¿Cuándo adquieres un producto, o un servicio, lo haces por? (Selecciona uno)

Tendencia	
Calidad	
Precios bajos	

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a consumir en el centro de diversión cristiana?

$5 a $10 ☐ $10 a $20 ☐ $20 o más ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

DIOS TE BENDIGA

ANEXO 2

PERFIL OCUPACIONAL

PERFIL OCUPACIONAL	**Código: MF 001**	**Versión:1**	
Fecha: 16 de Julio de 2013		**Pág.: 1 d**	

PERFIL OCUPACIONAL CENTRO DE DIVERSIÓN PUNTO CRISTIANO	
I. IDENTIFICACION	
AREA	JUNTA DE ACCIONISTAS
CARGO	Accionistas
NIVEL	Primer
SUPERVISA A:	Administración, Area de Servicios y el Area Operativa
II. PROPOSITO GENERAL	
Es el cuerpo encargado de proteger, velar y representar los intereses de las acciones de la empresa.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y	
1. Diseñar estrategias empresariales. Formulación y ejecución. 2. Brindar información sobre el entorno. 3. Planeación del recurso humano 4. Evaluación de la empresa. 5. Evaluación financiera. 6. Implementación de políticas financieras. 7. Asesoria. 8. Seleccionar el equipo directivo y de gerencia (Reclu. y selección) 9. Crear politicas.	

PERFIL OCUPACIONAL CENTRO DE DIVERSIÓN PUNTO CRISTIANO	
I. IDENTIFICACION	
AREA	ADMINISTRACIÓN
CARGO	Administrador /a
NIVEL	Segundo
REPORTA A:	Accionistas
SUPERVISA A:	Area de Servicios y el Area Operativa

II. PROPOSITO GENERAL

Es el encargado de planificar, organizar, coordinar y controlar los cumplimientos de las actividades, objetivos y meta de la microempresa, atendiendo los lineamientos de la junta de accionista.

III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

1. Fija objetivos, principalmente debe proponer las metas que sean alcanzables con el diseño de los objetivos, y así mismo para obtener los resultados y productos, pero que sean medibles por medio de actividades y tareas.

2. Organización, se asignan responsables para cada área de trabajo, coordina los actividades.

3. Motiva y comunica, trabajar conjuntamente con las áreas para crear un ambiente más apropiado y acogedor.

4. Medición, elabora diferentes tipos de evaluaciones para el talento humano, de esa forma conoce su desempeño y rendimiento.

5. Hacer propuestas a la junta de accionista sobre modificaciones del funcionamiento institucional orientadas a mejorar su desempeño.

6. Establecer conjuntamente con la junta de accionista las metas para cada una de las unidades de la empresa y velar por el cumplimiento de las mismas.

7. Desarrollar y coordinar la Planificación Estratégica Institucional.

8. Velar por el cumplimiento de la Misión, Visión y Valores de la Institución.

9. Llevar las estadísticas generales y particulares de la institución y sobre la base de las mismas, realizar las proyecciones necesarias para la adecuada producción y comercialización.

PERFIL OCUPACIONAL CENTRO DE DIVERSIÓN PUNTO CRISTIANO	
I. IDENTIFICACION	
AREA	CONTABLE
CARGO	Contador /a
NIVEL	Tercer
REPORTA A:	Administración
II. PROPOSITO GENERAL	
Elaborar todo lo conserniente a balances contable de acuerdo a las normas establecidas para compañias de Responsabilidad Limitada, llevar ordenadamente el control de los balances además de emitir los informes necesarios.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y	
1. Elaboración de balances. 2. Control de los balances. 3. Emisión de informes contables 4. Determinación y cálculo de los sueldos y salarios.	

PERFIL OCUPACIONAL CENTRO DE DIVERSIÓN PUNTO CRISTIANO	
I. IDENTIFICACION	
AREA	DE SERVICIO
CARGO	Mesero
NIVEL	Tercer
REPORTA A:	Administración
II. PROPOSITO GENERAL	
Encargado del control respectivo de los Pedidos de los platos de comida y servicio de juegos, además del buen Servicio al Cliente.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
1. Recibir y 2. Colocar la manteleria despectiva 3. Limpieza de la 4. Ubicación de la 5. Entregar la carta 6. Estar presto a cualquier disposición del cliente	

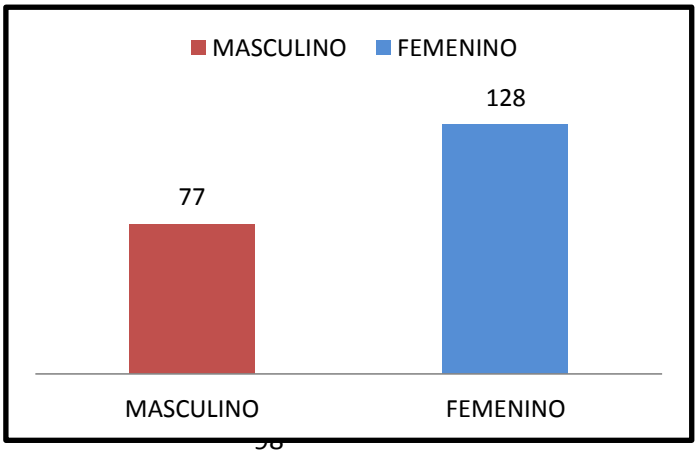
PERFIL OCUPACIONAL CENTRO DE DIVERSIÓN PUNTO CRISTIANO	
I. IDENTIFICACION	
AREA	OPERATIVA
CARGO	Cocinera
NIVEL	Tercer
REPORTA A:	Administración
II. PROPOSITO GENERAL	
Elaborar diversos platos que ofrece ek establecimiento, aplicando técnicas y normas básicas de manipulación, preparación y conservación de alimentos, de acuerdo a las normas de higiene, sanidad y seguridad. Así como, la ejecución de operaciones básicas de aprovisionamiento, recepción, distribución y almacenamiento de insumos de cocina.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
1. Mantener los más altos estandares en higiene en la cocina 2. Preparación de las diferentes recetas de acuerdo a los pedidos 3. Colocar los implementos despues de utilizar, en sus respectivos lugares. 4. Aseo del área de la cocina.	

ANEXO 3

TABULACIÓN DE ENCUESTAS

GÉNERO

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
MASCULINO	77	38%
FEMENINO	128	62%
Total	**205**	**100%**



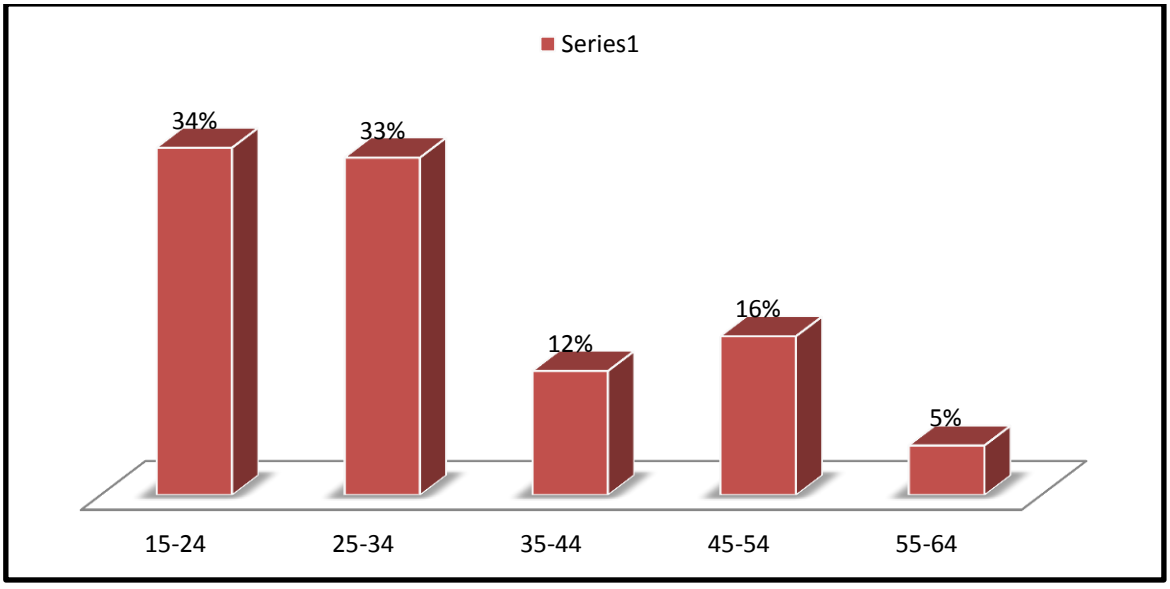
ANÁLISIS

Como se observa en el gráfico, indica que en la ciudad de Esmeraldas, en los diferentes cultos cristianos hay más mujeres que hombres, lo cual simboliza 62% de este género en las congregaciones.

ANEXO 4

EDAD

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
15-19	19	9%
20-24	51	25%
25-29	37	18%
30-34	31	15%
35-39	15	7%
40-44	10	5%
45-49	14	7%
50-54	18	9%
55-59	5	2%
60-64	5	2%
Total	**205**	**100%**



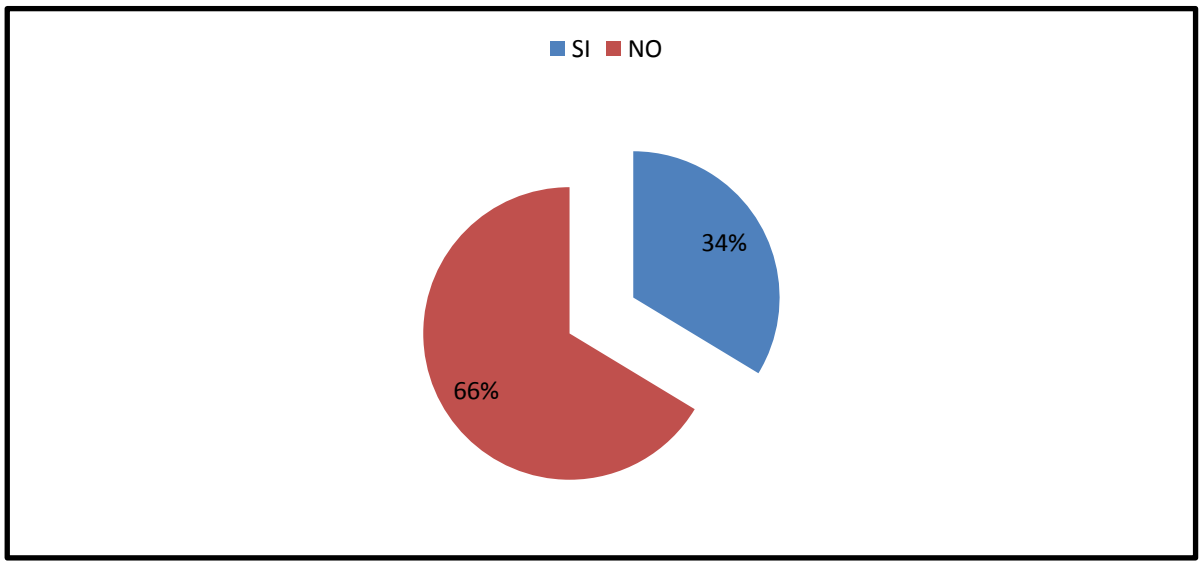
ANÁLISIS

El grafico nos indica que existen más personas jóvenes en los cultos, dato que no pasaba tiempos atrás. En la actualidad es todo lo contrario. Las congregaciones están en auge de crecimiento y hace que los jóvenes ya sean los encargados de los cambios de las mismas. Y todo esto nos ayuda para el proyecto ya que son los jóvenes quienes buscan diversión y que mejor este tipo de jóvenes que son cristianos.

ANEXO 5

1. ¿Conoce usted establecimientos Cristianos que ofrezcan servicios de Comida y diversión sana en Esmeraldas?

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
SI	69	34%
NO	136	66%
Total	**205**	**100%**



ANÁLISIS:

El 66% de los datos encuestados nos revelan que no conocen establecimientos que brinden un servicio similar al nuestro, pero que había uno pero ya no está y era el K-FE. Y el 34% indica que si conocen sitios similares, por ejemplo el K-FE. Porque creen que

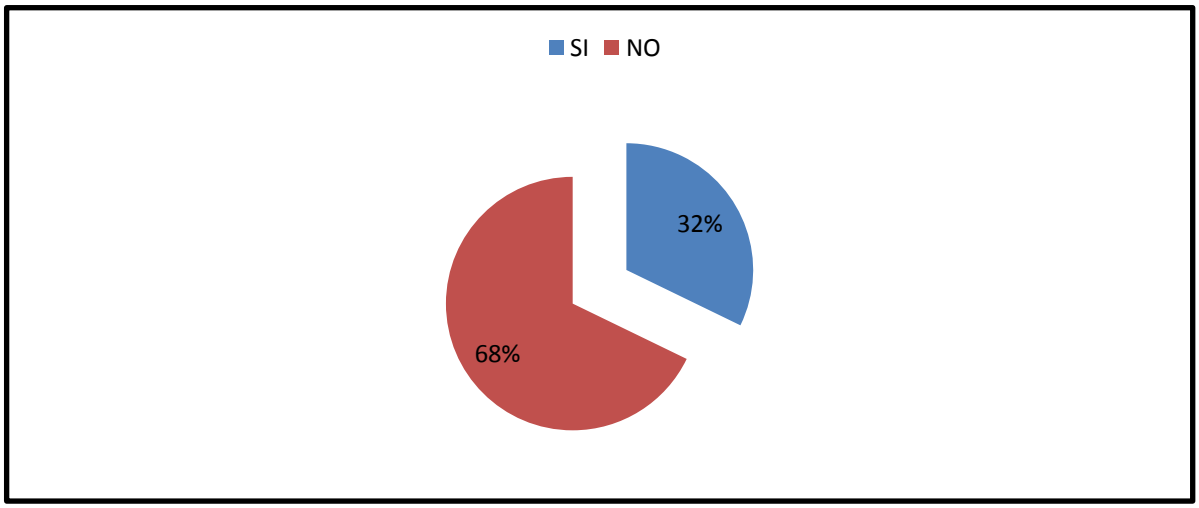
aún existe. Respuesta que ayuda a la consecución del plan de proyecto de tesis ya que no existe una competencia directa para el centro de diversión cristiana.

Esta pregunta nos permite conocer que no existe Competencia Directa, y el proyecto va dirigido a un mercado nuevo, dándonos a conocer una vez más que el proyecto puede ser factible. Siendo nuestro objetivo satisfacer a los cristianos y a las personas en general que no están contentas con el actual servicio de los lugares de comida.

ANEXO 6

2. ¿Se siente satisfecho con los actuales servicios que ofrecen los establecimientos de Comida?

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
SI	66	32%
NO	139	68%
Total	**205**	100%



ANÁLISIS

Según los resultados de las encuestas, revela que el 68% de los cristianos y personas en general no están satisfechos con la atención de los locales de comida por lo que no hay variedad de platos, la atención es mala y pésima calidad. En cambio el 32% nos revela

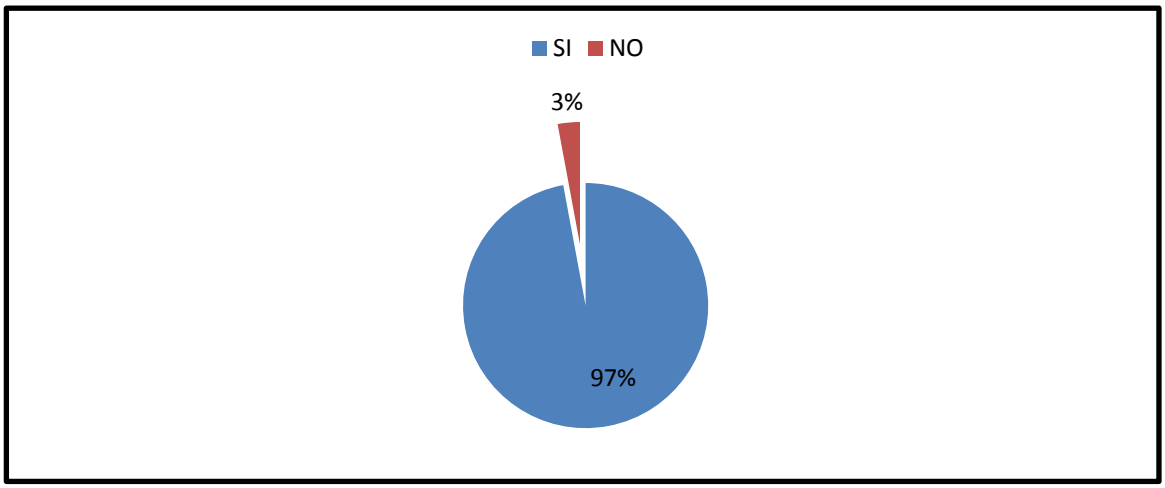
que los usuarios si están satisfechos con los locales de comida. Resultado que da a conocer que más del 50% no están satisfechos con estos locales, siendo así un problema para la provincia. Con esto podemos darnos cuenta que en Esmeraldas no todos los locales atienden amablemente y nosotros podemos hacer la diferencia y de esta manera darnos cuenta que no hay un sitio que satisfaga sus necesidades de comida, música y ambiente.

Esta pregunta nos permite ver que nuestra idea de negocio puede ser factible pues existe un nicho insatisfecho, que nos permitirá innovar en el mercado de la alimentación y distracción para cristianos. Siendo nuestro objetivo satisfacer a las personas que no están contentas con los lugares de comida existentes.

ANEXO 7

3. ¿Le gustaría que exista en la ciudad de Esmeraldas un lugar donde pueda degustar su comida favorita y divertirse sanamente?

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
SI	199	97%
NO	6	3%
Total	**205**	100%



ANÁLISIS

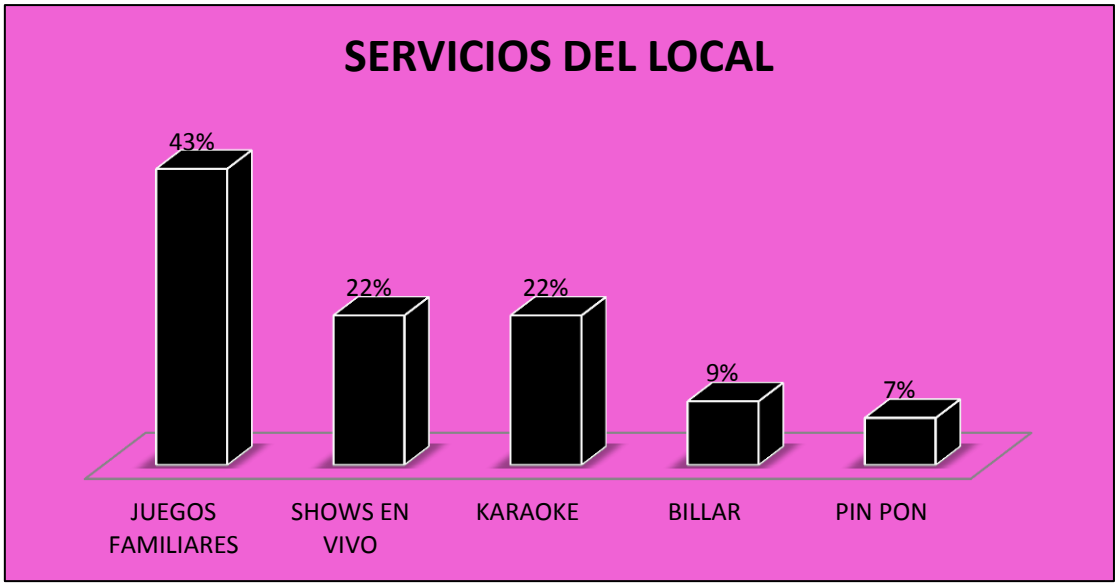
Con el estudio pude conocer que el 97% de las personas si les gustaría conocer un lugar donde se puedan divertir sanamente y encontrar su comida favorita, compartir con familiares y amigos en un ambiente tranquilo y sano con una atención personalizada y nos mencionan que sería bueno ya que podrán sociabilizar con más personas de los mismos gustos. Por lo que en la ciudad de Esmeraldas no hay un lugar con estos dos servicios juntos. El 3% restante nos menciona que no porque prefieren quedarse en casa. Motivo por el cual implantaremos un lugar donde la gente pueda degustar su comida favorita celebrando sanamente.

Esta pregunta es muy importante ya que nos permite conocer si el mercado está listo para un lugar de dichas características, disfrutando en familia y amigos de un lugar donde se sentirán a gusto. Combinando la alimentación con la diversión, teniendo como resultado más personas satisfechas en un lugar sano y divertido con comida de calidad.

ANEXO 8

4. De la siguiente lista de servicios, clasificar de acuerdo a su preferencia, siendo el de mayor prioridad el 5.

JUEGOS FAMILIARES	107	43%
SHOWS EN VIVO	54	22%
KARAOKE	54	22%
BILLAR	23	9%
PIN PON	17	7%
TOTAL	**255**	**103%**



ANÁLISIS

Observando el resultado que nos arroja el gráfico vemos el servicio más preferido tenemos a los juegos familiares, entre ellos me mencionaban a juego twist, a la yenka, y juegos de niños. En cambio el menos preferido por los futuros usuario encontramos al Pin pon colocado en un porcentaje del 7%. Por lo que no lo consideran de su preferencia. Y ayuda también a ver a cual lo colocamos como servicio estrella. Además nos permitirá poner énfasis en los servicios complementarios que deberá existir en el establecimiento.

ANEXO 9

5. Del siguiente menú de comidas. Enumerar en orden de prioridad siendo el 5 el de mayor preferencia.

MARISCOS	61	25%
DESAYUNOS	58	23%
ASADOS EN GENERAL	48	19%
COMIDA RAPIDA	44	18%
POSTRES	37	15%
TOTAL	**248**	**100%**



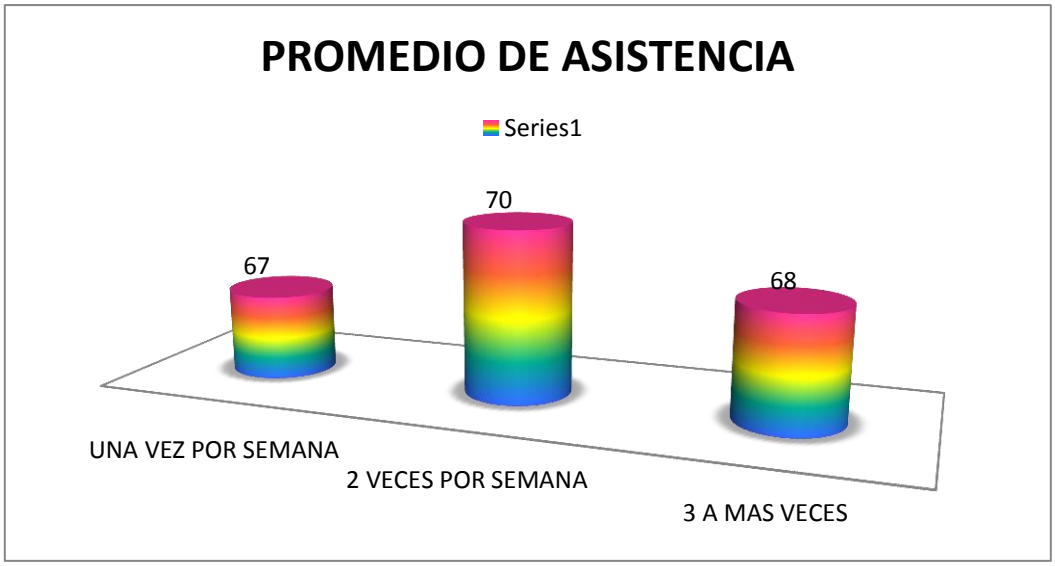
ANÁLISIS

Observando el resultado que nos arroja el gráfico vemos el plato más preferido es la comida rápida, seguido de los postres. En cambio el menos preferido por los futuros usuario encontramos a los asados en general y al desayuno. Por lo que no lo consideran de su preferencia. Y ayuda también a ver a cual lo colocamos como plato estrella.

ANEXO 10

6. ¿Cuál es su promedio de asistencia y consumo a locales de comida?

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
UNA VEZ POR SEMANA	67	33%
2 VECES POR SEMANA	70	34%
3 A MAS VECES	68	33%
Total	**205**	100%



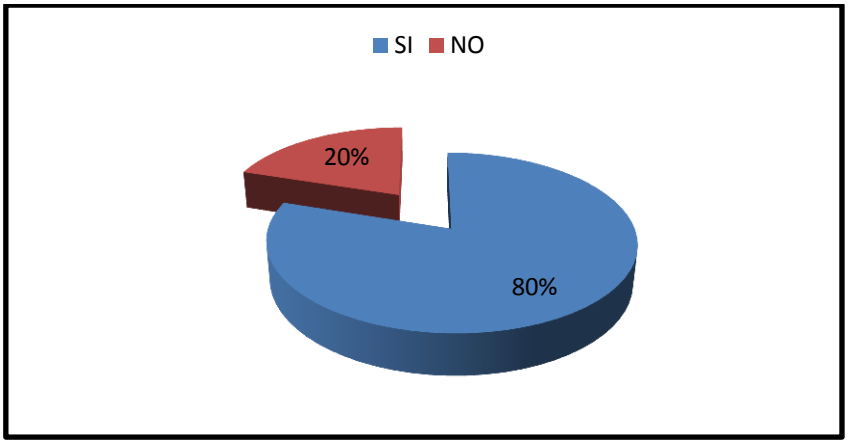
ANÁLISIS

Al tabular la información según la aplicación de la encuesta se obtuvo que un 33% asiste a locales a comer tres veces por semana, el 34% dos veces por semana y el 33% asiste una vez por semana. Llegando a la conclusión que la mayoría de la población de Esmeraldas acude con frecuencia a los lugares de comida. Resultado por el cual nos damos cuenta que colocar un local de comidas y de sana diversión sería buena idea. Ya que existe más del 50% de probabilidad. Con estos datos se conoce el porcentaje promedio de asistencia de nuestra demanda.

ANEXO 11

7. ¿Si tuviese la oportunidad de celebrar su aniversario, cumpleaños y demás fechas importantes cree conveniente hacerlo en un Centro de Diversión Cristiana?

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
SI	164	80%
NO	41	20%
Total	**205**	100%



ANÁLISIS:

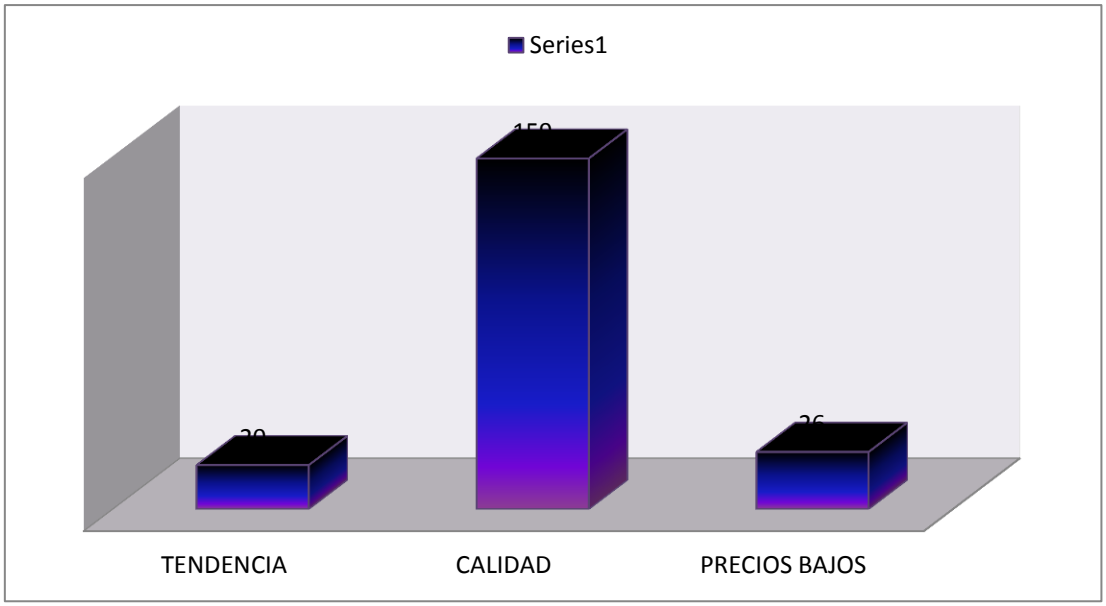
El gráfico nos muestra que el 80% de los encuestados les gustaría celebrar su aniversario, cumpleaños y demás fechas importantes en un centro de diversión cristiana por lo que se pasaría sanamente y junto con sus familiares y amigos, en cambio el 20 % se prefieren quedar en casa. Resultado muy favorable para la consecución del plan de tesis. Y de esta manera los futuros usuarios lo harían previo aviso a la empresa.

Esta pregunta nos permite conocer las adecuaciones en el local para celebraciones importantes, las actividades a realizar y el tipo de servicio.

ANEXO 12

8. ¿Cuándo adquieres un producto, o un servicio, lo haces por? (Selecciona uno)

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
TENDENCIA	20	10%
CALIDAD	159	78%
PRECIOS BAJOS	26	13%
Total	**205**	100%



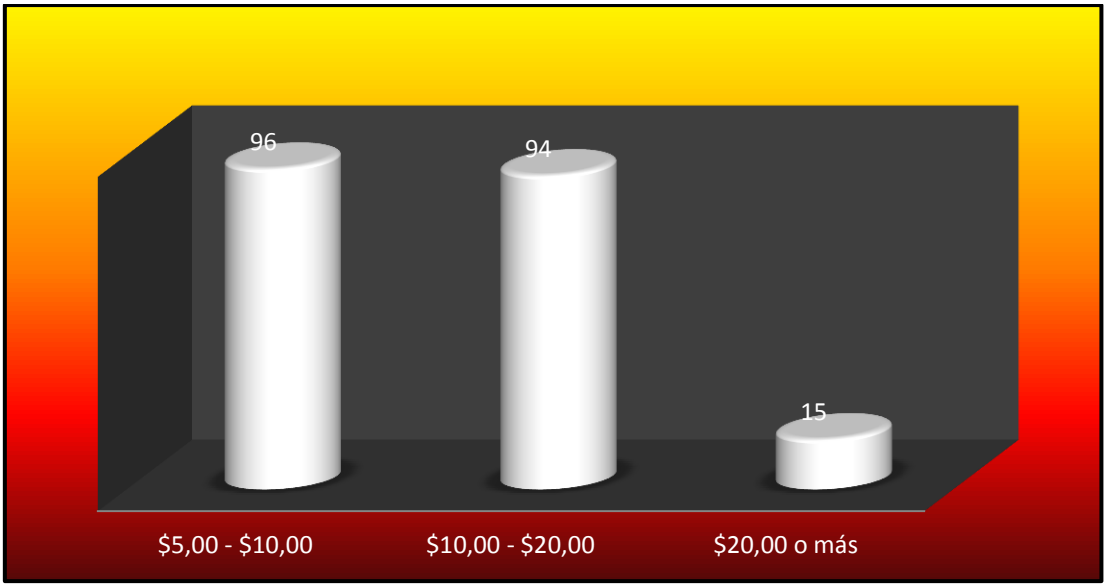
ANÁLISIS

El 78% nos menciona que cuando adquiere un producto o un servicio lo hacen por calidad, seguido del 13% por precios bajos y por último encontramos el 10% por tendencia. Resultado el cual ayuda a conocer la preferencia de los clientes y de esta manera satisfacer sus necesidades con productos de calidad.

ANEXO 13

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a consumir en el centro de diversión cristiana?

VARIABLE	Fr	PORCENTAJE
$5,00 - $10,00	96	47%
$10,00 - $20,00	94	46%
$20,00 o más	15	7%
Total	**205**	100%



ANÁLISIS

Según los datos obtenidos, el 47% están dispuestos a pagar de $5,00 a $10,00 de consumo. El 46% pagaría de $10.00 a $20.00 y el 7% está dispuesto a consumir más de $20.00. Este resultado nos ayuda a aplicar precios desde $5.00 a más. Por lo que los encuestados nos revelaron ese resultado y es una buena idea.

ANEXO 14

CREDITO EN EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO



ANEXO 15

PROFORMAS DE REQURIMIENTOS

DECORACIÓN






12 cuotas
$54.08
GRATIS
MICROONDAS
12 cuotas
$57.42
GRATIS
KIT HOGAR 1
3 cuotas
$16.87
12 cuotas
$37.92
GRATIS
KIT HOGAR 2
3,6 y 12 meses
Con estas tarjetas:
Diners Club
VISA

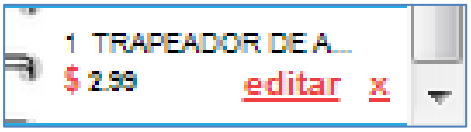

mercado libre
Buscar
Volver al listado | Otras categorías > Otros
Publicación #402435646
Jarros Cristianos / Religiosos + Regalo Sorpresa
Me gusta 0
U$S 5^00
Artículo nuevo
Guayas (Guayaquil)
Finaliza en 2 d 7 h (06/06/2013 17:02)
Comprar
Reputación del vendedor
Vendedor nuevo
Medios de pago
A convenir
Efectivo

PROFORMA EN "TIA"



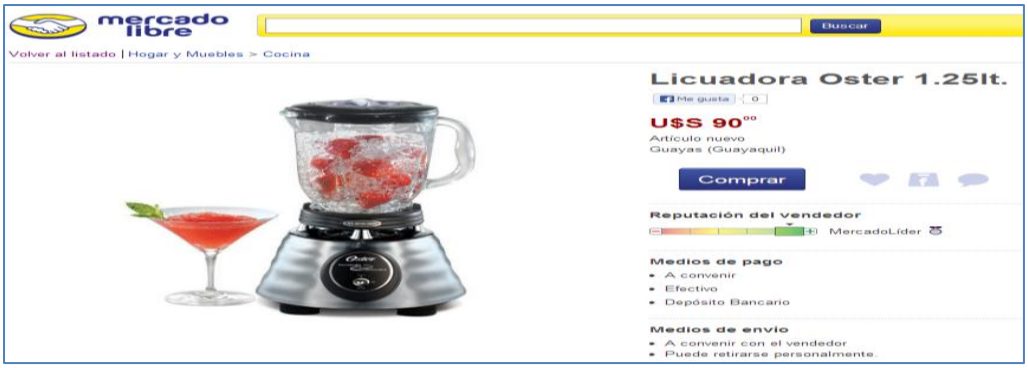









Parlante Amplpificado De 8 Con Puerto Usb
U$S 168^00
Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito)
1 vendido Ver calificaciones
Comprar
Reputación del vendedor
Medios de pago
Efectivo
Depósito Bancario
Medios de envío
A convenir con el vendedor
Puede retirarse personalmente.


mercado libre
Buscar
Volver al listado | Hogar y Muebles > Cocina
Licuadora Oster 1.25lt.
U$S 90^00
Artículo nuevo
Guayas (Guayaquil)
Comprar
Reputación del vendedor
MercadoLíder
Medios de pago
A convenir
Efectivo
Depósito Bancario
Medios de envío
A convenir con el vendedor
Puede retirarse personalmente.


mercado libre
Buscar
Volver al listado | Hogar y Muebles > Cocina
Publicación #402127449 Denunciar | Vender uno
Caja Registradora Sharp Xe-a206 Para Control De Negocios
U$S 325^00
Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito)
10 vendidos Ver calificaciones
Comprar
Reputación del vendedor
Medios de pago
Tarjeta de Crédito
Efectivo
Depósito Bancario


mercado libre
Buscar
Volver al listado | Hogar y Muebles > Muebles
Publicación #402285195 Denunciar | Vender un
Mueble De Oficina Tipo Escritorio - Recepcion
U$S 349^00
Artículo usado
Pichincha (Quito) (Quito)
Comprar
Reputación del vendedor
Medios de pago
Efectivo
Medios de envío
A convenir con el vendedor


mercado libre
Buscar
Volver al listado | Computación > Palms y Handhelds > Palms
Publicación #402052157 Denunciar | Vend
Vendo Cambio Mesa De Billar En Muy Buen Estado Bolas Nuevas
Me gusta 0
U$S 800^00
Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito Cuenca)
Comprar
Reputación del vendedor
Medios de pago
• Efectivo
Medios de envío
• Gratis
• Puede retirarse personalmente.


mercado libre
Buscar
Volver al listado | Deportes y Fitness > Otros
Publicación #402450602 Denunciar |
Mesas De Ping Pong Reglamentarias R S
Me gusta 0
U$S 149^99
Artículo nuevo
Pichincha (Quito) (Quito)
20 vendidos Ver calificaciones
Comprar
Reputación del vendedor
Medios de pago
• Efectivo
• Depósito Bancario
Medios de envío
• A convenir con el vendedor
• Puede retirarse personalmente.


Superepa-co
Lo mejor en papelería y tecnología
TE REGALAMOS EL SUPER CONCIERTO EN TU COLEGIO
Inicio
Productos
Galerías
Noticias
Contáctenos
Buscar...
IMPRESORA LASER MONOCROMÁTICA HP LÁSER P1102W
Descripción
Velocidad 18PPM negro - Resolución hasta 600X600DPI - Láser Monocromática - Compacta y con tecnología inalámbrica
3 cuotas sin intereses de
$ 57,37
6 cuotas sin intereses de
$ 28,69
12 cuotas sin intereses de
$ 14,34
OFERTA MAYO EFECTIVO IVA INC.: 152,32
$172.11 Precio Normal incluido IVA


Superepa-co
Lo mejor en papelería y tecnología
TE REGALAMOS EL SUPER CONCIERTO EN TU COLEGIO
Inicio
Productos
Galerías
Noticias
Contáctenos
Buscar...
Computadoras / Portátiles
PORTATIL MINI ACER A0D270-1689
$417.63 Precio Normal incluido IVA
Más detalles...
Llévala donde quieras y cuando quieras - Intel Atom 1.6GHZ - 2GB - 320GB - W7ST - 10.1PLG - WiFi
OFERTA ABRIL EFECTIVO IVA INC.:$ 369,60


AIRE ACONDICIONADO
INVERTER PANASONIC STD
12000BTU
$68.25
12 meses
sin intereses
Precio
TVenta
$819.00
AGREGAR AL CARRITO
Me gusta
5

ANEXO 16

Cantidad	INVERSIÓN FIJA		
	Equipo y Maquinaria para el Servicio	**P. U**	**Total**
1	Cocina ind. de cuatro quemadores	455,04	455,04
1	Licuadora	30,00	30,00
1	Refrigeradora	689,04	689,04
1	Sanduchera	12,99	12,99
1	Monitores 32" Plasma LED	462,96	462,96
2	Gas 4 kg.	78,00	156,00
1	Amplificador	168,00	168,00
1	Microondas	120,00	120,00
1	Olla arrocera industrial	200,00	200,00
	Subtotal	**2.016,03**	**2.094,03**
	Equipos de Oficina	**P.U**	**Total**
1	Aire Acondicionado Panasonic	600,00	600,00
1	Teléfono	45,00	45,00
	Subtotal	**645,00**	**645,00**
	Equipos de Computación	**P.U**	**Total**
1	Computadora portatil	417,63	417,63
1	Impresora Canon	70,00	70,00
1	Programa de Karaoke	25,00	25,00
	Subtotal	**512,63**	**512,63**
	Muebles y Enseres	**P.U**	**Total**
8	Juegos de 1 mesa y 4 sillas azules	130,00	1.040,00
4	Juegos de 1 mesa y 2 sillas azules	100,00	400,00
2	Juegos de 1 mesa y 8 sillas azules	260,00	520,00
1	Soporte para TV	15,99	15,99
1	Mesa Pin pon	149,00	149,00
1	Mesa de billar	800,00	800,00
1	Escritorio	78,00	78,00
1	Silla Giratoria	35,00	35,00
	Subtotal	**1.567,99**	**3.037,99**
	Menaje de cocina	**P.U**	**Total**
7	Vajillas de cerámica 12 piezas	12,99	90,93
7	Cubiertos (12 piezas)	15,99	111,93
3	Charol plástico	1,99	5,97
2	Colador plástico	3,59	7,18
4	Jarra plástica 2,5 lt con 4 vasos	3,99	15,96
10	Jarros pequeños cristianos	5,00	50,00
3	Saten de teflon	6,99	20,97
1	Frasco pástico para golosinas	0,99	0,99
14	Servilletero	1,59	22,26
2	Tabla para picar	4,99	9,98
10	Vasos de vidrio	0,59	5,90
5	Jarro de cerámica Ecuador	0,99	4,95
1	Rayador	2,99	2,99
1	Encendedor	1,99	1,99
2	Ollas	12,00	24,00
	Subtotal	**76,67**	**376,00**
COSTO TOTAL INVERSIÓN FIJA		**$ 4.818,32**	**$ 6.665,65**

Cantidad	CAPITAL DE TRABAJO		
	Capital Administrativo y ventas	**P. mensual**	**Total**
	Sueldos	1.131,83	3.395,50
	Décimo Tercero	94,32	282,96
	Décimo Cuarto	106,00	318,00
	Aporte Patronal	137,52	412,55
	Vacaciones	47,16	141,48
	Fondo de Reserva	-	-
	Depreciación	44,93	134,79
	Publicidad	27,92	83,75
	Servicios Básicos	124,80	374,40
	Materiales de Limpieza	7,83	23,50
	Utensilios de limpieza	9,05	27,14
	Materiales de Oficina	6,84	20,53
	Subtotal	**$ 1.738,20**	**$ 5.214,60**
	Capital Operativo	**P. mensual**	**Total**
	Materia Prima Productos	$ 1.828,61	$ 5.485,84
	Costos de Entretenimiento	$ 580,67	$ 1.742,01
	Subtotal	**$ 2.409,28**	**$ 7.227,84**
	TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	**$ 1.738,20**	**$ 12.442,44**
	OTROS GASTOS	**P. mensual**	**Total**
	Gastos de Constitución	$ 1.221,00	$ 1.221,00
	Subtotal	**$ 1.221,00**	**$ 1.221,00**
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		**$ 7.777,52**	**$ 20.329,09**

ANEXO 17

TABLA DE AMORTIZACIÓN

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	10.164,55	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		15,00%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	1,25%	PAGO PERIODICO		241,81

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				10.164,55
1	241,81	127,06	114,76	10.049,79
2	241,81	125,62	116,19	9.933,60
3	241,81	124,17	117,64	9.815,95
4	241,81	122,70	119,11	9.696,84
5	241,81	121,21	120,60	9.576,24
6	241,81	119,70	122,11	9.454,13
7	241,81	118,18	123,64	9.330,49
8	241,81	116,63	125,18	9.205,31
9	241,81	115,07	126,75	9.078,56
10	241,81	113,48	128,33	8.950,23
11	241,81	111,88	129,94	8.820,29
12	241,81	110,25	131,56	8.688,73
TOTAL	2.901,77	1.425,95	1.475,82	
13	241,81	108,61	133,20	8.555,52
14	241,81	106,94	134,87	8.420,65
15	241,81	105,26	136,56	8.284,10
16	241,81	103,55	138,26	8.145,84
17	241,81	101,82	139,99	8.005,85
18	241,81	100,07	141,74	7.864,10
19	241,81	98,30	143,51	7.720,59
20	241,81	96,51	145,31	7.575,29
21	241,81	94,69	147,12	7.428,16
22	241,81	92,85	148,96	7.279,20
23	241,81	90,99	150,82	7.128,38
24	241,81	89,10	152,71	6.975,67
TOTAL	2.901,77	1.188,71	1.713,06	
25	241,81	87,20	154,62	6.821,05
26	241,81	85,26	156,55	6.664,50
27	241,81	83,31	158,51	6.505,99
28	241,81	81,32	160,49	6.345,50
29	241,81	79,32	162,50	6.183,01
30	241,81	77,29	164,53	6.018,48
31	241,81	75,23	166,58	5.851,90
32	241,81	73,15	168,67	5.683,23
33	241,81	71,04	170,77	5.512,46
34	241,81	68,91	172,91	5.339,55
35	241,81	66,74	175,07	5.164,48
36	241,81	64,56	177,26	4.987,23
TOTAL	2.901,77	913,32	1.988,44	
37	241,81	62,34	179,47	4.807,75
38	241,81	60,10	181,72	4.626,03
39	241,81	57,83	183,99	4.442,05
40	241,81	55,53	186,29	4.255,76
41	241,81	53,20	188,62	4.067,14
42	241,81	50,84	190,97	3.876,17
43	241,81	48,45	193,36	3.682,81
44	241,81	46,04	195,78	3.487,03
45	241,81	43,59	198,23	3.288,80
46	241,81	41,11	200,70	3.088,10
47	241,81	38,60	203,21	2.884,88
48	241,81	36,06	205,75	2.679,13
TOTAL	2.901,77	593,67	2.308,09	
49	241,81	33,49	208,32	2.470,81
50	241,81	30,89	210,93	2.259,88
51	241,81	28,25	213,57	2.046,31
52	241,81	25,58	216,23	1.830,08
53	241,81	22,88	218,94	1.611,14
54	241,81	20,14	221,67	1.389,46
55	241,81	17,37	224,45	1.165,02
56	241,81	14,56	227,25	937,77
57	241,81	11,72	230,09	707,68
58	241,81	8,85	232,97	474,71
59	241,81	5,93	235,88	238,83
60	241,81	2,99	238,83	-0,00
TOTAL	2.901,77	222,64	2.679,13	

ANEXO 18

ESCENARIO OPTIMISTA

INVERSION INICIAL	$ 20.329,09	TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE
TASA PASIVA REFERENCIAL	4,53%	0,0977	0,1977
TASA ACTIVA REFERENCIAL	15,00%		0,1
VIDA UTIL PROYECTO	10 AÑOS		

		VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MENOR			VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MAYOR		
AÑO 1	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO 9,77%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	FLUJO PRESENTE NETO 19,77%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL
0	(20.329,09)						
1	5.103,45	4.649,44	4.649,44	(15.679,66)	4.261,22	4.261,22	(16.067,87)
2	4.824,66	4.004,41	8.653,85	(11.675,25)	3.363,62	7.624,84	(12.704,25)
3	5.737,22	4.338,20	12.992,05	(7.337,05)	3.339,73	10.964,57	(9.364,52)
4	6.705,07	4.619,00	17.611,05	(2.718,04)	3.259,00	14.223,57	(6.105,53)
5	7.729,97	4.851,30	22.462,35	2.133,26	3.137,10	17.360,67	(2.968,43)
6	11.785,35	6.738,44	29.200,79	8.871,70	3.993,59	21.354,25	1.025,16
7	13.097,32	6.822,37	36.023,16	15.694,07	3.705,72	25.059,97	4.730,88
8	14.497,44	6.879,87	42.903,03	22.573,94	3.424,93	28.484,91	8.155,82
9	15.990,85	6.913,48	49.816,51	29.487,41	3.154,29	31.639,20	11.310,11
10	17.582,92	6.925,52	56.742,02	**36.412,93**	2.895,96	**34.535,16**	**14.206,06**
TOTAL	**82.725,16**	**56.742,02**			**34.535,16**		

VAN	36.412,93	14.206,06
PRC	3,58	
TIR	26,16%	
R.C.B.	2,79	

Periodo de recuperacion del capital		
Años	Meses	Días
3	8,64	19

ANEXO 19

ESCENARIO PESIMISTA

INVERSION INICIAL TASA PASIVA REFERENCIAL TASA ACTIVA REFERENCIAL VIDA UTIL PROYECTO		$ 20.329,09 4,53% 15,00% 10 AÑOS		TASA MENOR DEL PROYECTO 0,0977		TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE 0,1977 0,1	
		VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MENOR			VALOR ACTUAL NETO DE LA TASA MAYOR		
AÑO 1	FLUJO NETO	FLUJO PRESENTE NETO 9,77%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	FLUJO PRESENTE NETO 19,77%	VALOR PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL
0	(20.329,09)						
1	1.334,75	1.216,01	1.216,01	(19.113,09)	1.114,47	1.114,47	(19.214,62)
2	(1.177,38)	(977,21)	238,80	(20.090,29)	(820,83)	293,64	(20.035,45)
3	(2.538,12)	(1.919,20)	(1.680,40)	(22.009,50)	(1.477,48)	(1.183,84)	(21.512,94)
4	(3.890,04)	(2.679,78)	(4.360,18)	(24.689,28)	(1.890,75)	(3.074,60)	(23.403,69)
5	(5.238,04)	(3.287,38)	(7.647,56)	(27.976,65)	(2.125,79)	(5.200,38)	(25.529,47)
6	(3.615,43)	(2.067,17)	(9.714,74)	(30.043,83)	(1.225,13)	(6.425,51)	(26.754,60)
7	(4.803,07)	(2.501,91)	(12.216,65)	(32.545,74)	(1.358,97)	(7.784,48)	(28.113,57)
8	(5.976,48)	(2.836,19)	(15.052,83)	(35.381,92)	(1.411,91)	(9.196,38)	(29.525,48)
9	(7.137,87)	(3.085,99)	(18.138,82)	(38.467,91)	(1.407,99)	(10.604,37)	(30.933,47)
10	(8.289,38)	(3.265,00)	(21.403,82)	**(41.732,91)**	(1.365,28)	**(11.969,66)**	**(32.298,75)**
TOTAL	**(61.660,16)**	**(21.403,82)**			**(11.969,66)**		
VAN				-41.732,91			-32.298,75
PRC				9,50			
TIR				54,00%			
R.C.B.				-1,05			

Periodo de recuperacion del capital		
Años	Meses	Días
9	6,48	14

ANEXO 20

Art.42 numeral 31 que dice: "Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social"

ANEXO 21

PASOS A SEGUIR PARA PONER EN MARCHA LA COMPAÑÍA

Constitución de la compañía

El primer paso es hacer la reserva del nombre de la empresa en la secretaría general de la Superintendencia de Compañías y obtener el respectivo certificado. Es recomendable proporcionarle al abogado 2 o 3 opciones del nombre de la empresa que se desee registrar. Este trámite es inmediato y no es necesario ningún documento.

Luego, se debe proceder a realizar las escrituras de la compañía en una de las notarías del cantón Esmeraldas. Este trámite dura 2 días y requiere una inversión de US $ 60.00. La documentación requerida por la notaría para realizar las escrituras es la siguiente: Una copia de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral de los socios de la compañía, la minuta elaborada por el abogado auspiciante, el certificado original de la apertura de cuenta de integración de capitales en uno de los bancos del sistema financiero nacional y el certificado original de la reserva del nombre emitido por la secretaría general de la Superintendencia de Compañías.

Posteriormente, se deben ingresar por lo menos cuatro testimonios en la secretaría general de la Superintendencia de Compañías previa a la aprobación. En el caso de no ser aprobada, mediante una resolución se dan a conocer las observaciones que deben ser subsanadas para la posterior aprobación; si no se han emitido observaciones, mediante resolución dispone lo siguiente: "Aprobar la constitución y que un extracto dado por la Superintendencia de Compañías se la publique en un diario del domicilio de la compañía.

Que la compañía proceda a afiliarse a una de las CAMARA DE COMERCIO. Que la compañía proceda a obtener el registro único de contribuyente (RUC)". Cumplir con estos pasos toma 2 días y requiere una inversión aproximada de US $ 127.00.

Finalmente, una vez cumplido con todos los requisitos exigidos por la Superintendencia de Compañías, se entrega la publicación general del extracto, copia de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, copia de los nombramientos inscritos, copia de afiliación a una de las cámaras de producción y copia del RUC.

Registro del nombre comercial

Una vez realizada la constitución legal de la empresa procederemos a registrar el nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Para lo cual, contrataremos los servicios de un abogado especializado en registros de marcas y patentes como auspiciante (requisito del IEPI), los servicios legales requieren una inversión de US $ 350.00 sin incluir el valor de la tasas, su trámite completo toma aproximadamente 8 meses y debe ser actualizado cada 10 años.

El primer paso es llevar a cabo la búsqueda, se realiza previo a la solicitud del registro de la marca, nombre comercial o lema comercial. Este procedimiento es recomendable pero no obligatorio por ley. La búsqueda permite tener conocimiento si una marca, nombre comercial o lema comercial no ha sido previamente registrado o su registro está siendo tramitado por otra persona natural o jurídica. Este trámite dura 1 semana y requiere una inversión de US $ 16.00. Los documentos requeridos por el estudio jurídico para llevar a cabo la búsqueda son mencionados a continuación: Original y 2 copias del formulario de búsqueda, y la papeleta de depósito por un valor de US $ 16.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI.

El siguiente paso, una vez que la búsqueda ha arrojado un resultado favorable, es decir, que el nombre comercial de nuestra empresa no ha sido ni está siendo tramitado por otra persona natural o jurídica, podemos solicitar el registro respectivo. Este trámite toma 7 meses y requiere una inversión de US $ 54.00. Los documentos que requiere el estudio jurídico para realizar este paso son los siguientes: Original y 5 copias del formulario de registro de marca llenado a máquina o en computador; 5 impresiones del logotipo a

color y 1 en blanco y negro en papel couché mate tamaño 4 por 4 centímetros; original y 2 copias de la papeleta de depósito por un valor de US $ 54.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI; y un poder especial notariado para autorizarlo al abogado a realizar este trámite.

Para que un notario certifique el poder especial se deben adjuntar los siguientes documentos: la minuta elaborada por el abogado, una copia de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal de la empresa, y una copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil. Este trámite toma 1 día y requiere una inversión de US $ 28.00.

Una vez emitida la resolución favorable de registro del nombre comercial por parte del IEPI en la gaceta de Propiedad intelectual y trascurrido los 30 días de plazo de impugnación, se debe solicitar la respectiva emisión del título. Este trámite dura 1 mes y requiere una inversión de US $ 28.00. Los documentos que requiere el estudio jurídico para realizar este trámite son los siguientes: Original más 2 copias del escrito solicitando la emisión del título de registro del nombre comercial y la papeleta de depósito por un valor de US $ 28.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI.

Servicio de Rentas Internas

Para que ésta empresa pueda obtener el RUC como sociedad y bajo en control de la Superintendencia de Compañías se debe tener los siguientes requerimientos:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B suscritos por el representante legal
- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañía
- Original y copia de la cédula de identidad o pasaporte del representante legal
- Original y copia de agua, luz o teléfono de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción:

- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento

El primer paso que se debe realizar es obtener el RUC para personas jurídicas. No tiene costo alguno, su trámite toma aproximadamente 30 minutos y debe ser actualizado anualmente.

Una vez obtenido el RUC la empresa estará obligada a realizar la declaración anual de impuesto a la renta, la declaración mensual de impuesto al valor agregado (IVA) y a llevar la contabilidad de la compañía.

Permiso del Cuerpo de Bomberos

El siguiente paso es obtener el Permiso Funcionamiento de los Bomberos. Para esto es necesario solicitar previamente una inspección en la que se debe cumplir con la adquisición de los extintores de incendios que serán instalados, tiene un costo de US $ 8.00 que debe ser cancelado en el Banco de Guayaquil, su trámite dura aproximadamente 4 días laborables y debe ser renovado anualmente.

Los documentos necesarios para obtener el permiso son los siguientes: Original y una copia del RUC actualizado, una copia de la escritura de constitución de la empresa, una copia del nombramiento del representante legal de la compañía, una copia a color de la cédula de identidad y una copia del certificado de votación del representante legal de la empresa y la factura original de la compra de los extintores de incendios, los cuales deben ser recargados anualmente y cuya factura es indispensable para obtener la renovación de este permiso. En caso de que el trámite sea realizado por una persona que no sea el representante legal, deberá portar un poder que autorice dicho trámite junto con una copia de su cédula de identidad.

Cámara de Comercio

Requisitos:

Copia de resolución de la superintendencia de compañía:

- Llenado de solicitud de afiliación

- Copia de la escritura de la compañía
- Copia de nombramiento del representante legal
- Copia de cédula de identidad
- Papeleta de votación del representante legal
- Tres fotos tamaños carnet o pasaporte
- Copia del Ruc

Permisos Municipales de funcionamiento

El último paso es obtener el permiso de funcionamiento del establecimiento. Este documento es emitido en el municipio de Esmeraldas, la tasa de habilitación tiene un costo de US $ 32.00 para los locales de hasta 50 m^2 (dimensiones consideradas suficientes para el funcionamiento de la empresa), este trámite dura 10 días laborables que corresponden a la inspección del local por parte del personal municipio. Este permiso debe ser renovado anualmente.

Los documentos necesarios para obtener el mencionado documento son los siguientes: Formulario y tasa de habilitación, RUC actualizado, copia de la escritura de constitución de la empresa, copia del nombramiento del representante legal de la compañía, copia a color de la cédula de identidad del representante legal de la empresa, original y copia del permiso de los bomberos, croquis del lugar. En caso de ser propietario del inmueble donde funcionará la empresa se deben adjuntar los siguientes documentos: Copia de la patente del predio y permiso de creación de establecimientos (Estos documentos no serán necesarios ya que el local donde funcionará la oficina será alquilado). En caso de que el trámite sea realizado por una persona que no sea el representante legal de la empresa se deberá portar un poder que autorice dicho trámite junto con una copia de la cédula de identidad del delegado.

Registro actividad turística

Toda empresa natural o jurídica para ejercer actividad turística debe tener su certificado de registro y su licencia de funcionamiento en el Ministerio de Turismo.

Requisitos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.

2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.

3. Copia del R.U.C.

4. Copia de la cédula de identidad.

5. Copia de la papeleta de votación

6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.

7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI.

8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

9. Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)

10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento.

ANEXO 22

DETALLE DE LOS REQUERIMIENTOS

EQUIPO Y MAQUINARIA PARA EL SERVICIO

EQUIPO Y MAQUINARIA PARA EL SERVICIO				
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD (Año)**	**Precio unitario**	**Total anual**
Cocina ind. de cuatro quemadores	Unidades	1	455,04	455,04
Licuadora	Unidades	1	30,00	30,00
Refrigeradora	Unidades	1	689,04	689,04
Sanduchera	Unidades	1	12,99	12,99
Monitores 32" Plasma LED	Unidades	1	462,96	462,96
Gas 4 kg.	Unidades	2	78,00	156,00
Amplificador	Unidades	1	168,00	168,00
Microondas	Unidades	1	120,00	120,00
Olla arrocera industrial	Unidades	1	200,00	200,00
TOTAL				**2.294,03**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

EQUIPOS DE OFICINA

EQUIPOS DE OFICINA				
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**	**Precio Unitario**	**Total Anual**
Aire Acondicionado Panasonic	Unidades	1	600,00	600,00
Teléfono	Unidades	1	45,00	45,00
TOTAL				**645,00**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

COSTOS DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**	**Precio Unitario**	**Total Anual**
Computadora portatil	Unidades	1	417,63	417,63
Impresora Canon	Unidades	1	70,00	70,00
Programa de Karaoke	Unidades	1	25,00	25,00
TOTAL				**512,63**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	Precio unitario	Total anual
Juegos de 1 mesa y 4 sillas azules	Juegos	8	130,00	1.040,00
Juegos de 1 mesa y 2 sillas azules	Juegos	4	100,00	400,00
Juegos de 1 mesa y 8 sillas azules	Juegos	2	260,00	520,00
Soporte para TV	Unidades	1	15,99	15,99
Mesa Pin pon	Unidades	1	149,00	149,00
Mesa de billar	Unidades	1	800,00	800,00
Escritorio	Unidades	1	78,00	78,00
Silla Giratoria	Unidades	1	35,00	35,00
TOTAL			**1.567,99**	**3.037,99**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

La decoración de los restaurantes es la carta de presentación, todo entra por la vista y son los detalles los que pueden hacer una gran diferencia entre la cantidad y tipo de comensales que ingresen al comercio. (Fans, 2010)

MENAJE DE COCINA

MENAJE DE COCINA					
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	Precio unitario	Total mensual	Total anual
Vajillas de cerámica 12 piezas	Juegos	7	12,99	90,93	90,93
Cubiertos (12 piezas)	Juegos	7	15,99	111,93	111,93
Charol plástico	Unidades	3	1,99	5,97	5,97
Colador plástico	Unidades	2	3,59	7,18	7,18
Jarra plástica 2,5 lt con 4 vasos	Juegos	4	3,99	15,96	15,96
Jarros pequeños cristianos	Unidades	10	5,00	50,00	50,00
Saten de teflon	Unidades	3	6,99	20,97	20,97
Frasco pástico para golosinas	Unidades	1	0,99	0,99	0,99
Servilletero	Unidades	14	1,59	22,26	22,26
Tabla para picar	Unidades	2	4,99	9,98	9,98
Vasos de vidrio	Unidades	10	0,59	5,90	5,90
Jarro de cerámica Ecuador	Unidades	5	0,99	4,95	4,95
Rayador	Unidades	1	2,99	2,99	2,99
Encendedor	Unidades	1	1,99	1,99	1,99
Ollas	Unidades	2	12,00	24,00	24,00
TOTAL			**76,67**	**376,00**	**376,00**

.

UTENSILIOS DE LIMPIEZA

UTICENSILIOS DE LIMPIEZA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	Precio unitario	Total anual
Escoba agatha	Unidades	3	2,99	8,97
Trapeador	Unidades	3	2,99	8,97
Franela 1 metro	Unidades	3	3,45	10,35
Tacho plástico para basura grande	Unidades	2	5,99	11,98
Papel higiénico	Unidades	120	0,30	36,00
Esponja cocina	Unidades	24	0,50	12,00
Fundas para basura	Unidades	12	0,69	8,28
Inciensos	Unidades	24	0,50	12,00
TOTAL			**17,41**	**108,55**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

MATERIALES DE LIMPIEZA

MATERIALES DE LIMPIEZA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	Precio unitario	Total anual
Aceite para muebles	Unidades	3	3,29	9,87
Cloro huracán 4000cc	Unidades	5	3,99	19,95
Desinfectante mediano	Unidades	5	1,99	9,95
Detegente deja	Unidades	5	2,49	12,45
Lavavajilla	Unidades	6	1,69	10,14
Limpia vidrios	Unidades	4	1,99	7,96
Limpiador Tips	Unidades	5	2,35	11,75
Jabon Lux	Unidades	6	1,99	11,94
TOTAL			**19,78**	**94,01**

Elaborado por: Nadia Cifuentes, 2013 **Fuente:** Investigación de campo.

MATERIALES DE OFICINA

MATERIALES DE OFICINA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	Precio unitario	Total anual
Bolígrafos 4 unidades	Unidades	2	1,99	3,98
Resmas de Papel	Unidades	4	4,50	18,00
Cartucho para impresora negra	Unidades	1	20,38	20,38
Cartucho para impresora color	Unidades	1	25,76	25,76
Cuaderno grande espiral	Unidades	1	1,99	1,99
Flash Memory 8w	Unidades	1	12,00	12,00
TOTAL			**66,62**	**82,11**

ANEXO 23

COSTEO DE LOS PLATOS

ARROZ CON CHULETA ASADA				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
Arroz Gustadina	1,0	kg	$ 1,31	$ 0,13
Chuleta	2,0	libras	$ 3,20	$ 0,32
Lechuga Crespa	1,0	funda	$ 0,50	$ 0,50
Sal	1,0	Onza	$ 0,03	$ 0,03
Tomate	8,0	Unidad	$ 0,11	$ 0,89
Costo materia prima				**$ 1,87**
Mano de Obra				$ 0,34
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,05
Costo de Producción				$ 2,26
Utilidad 35%				$ 0,79
Precio de Venta				$ 3,05
Precio unitario				$ 3,05
Precio de venta al público				**$ 3,50**

CHICHARRON DE PESCADO				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
Pescado	20	Libras	$ 1,50	$ 30,00
Limones	20	Unidades	$ 0,05	$ 1,00
Aliño completo	1	Frasco	$ 1,50	$ 1,50
Sal	1	Funda	$ 0,20	$ 0,20
Mostaza	1	Funda de 370gr	$ 2,05	$ 2,05
Harina	4	Libras	$ 0,50	$ 2,00
Aceite	2	Litro	$ 2,00	$ 4,00
Salsa de tomate	1	funda de 200gr	$ 0,70	$ 0,70
Mayonesa	1	funda de 200gr	$ 0,88	$ 0,88
Chifles	1	funda	$ 5,00	$ 5,00
Costo materia prima				**$ 47,33**
Mano de Obra				$ 0,54
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,13
Costo de Producción				$ 48,00
Utilidad 35%				$ 16,80
Precio de Venta				$ 64,81
Precio unitario				$ 3,24
Precio de venta al público				**$ 4,00**

DULCE DE 3 LECHES				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
Huevos	12,00	unidad	$ 0,15	$ 1,80
Harina	0,25	libra	$ 2,00	$ 0,50
Azúcar	0,25	libra	$ 2,00	$ 0,50
Tres leches	1,00	litro	$ 4,00	$ 4,00
Mantequilla	0,25	cucharada	$ 1,00	$ 0,25
Frutillas	0,50	libra	$ 2,00	$ 1,00
Costo materia prima				**$ 8,05**
Mano de Obra				$ 1,86
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,50
Costo de Producción				$ 10,41
Utilidad 35%				$ 3,64
Precio de Venta				$ 14,05
Precio unitario				$ 1,40
Precio de venta al público				**$ 2,00**

PASTEL CON LECHE CONDENSADA				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
Huevos	3	unidad	$ 0,15	$ 0,45
Harina	3	tazas	$ 0,32	$ 0,96
Azúcar	1,5	tazas	$ 0,18	$ 0,18
Leche	1	tazas	$ 0,33	$ 0,33
Leche condensada	1	onzas	$ 1,25	$ 0,13
Mantequilla	0,25	libra	$ 1,25	$ 1,25
Costo materia prima				**$ 3,28**
Mano de Obra				$ 1,86
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,50
Costo de Producción				$ 5,64
Utilidad 35%				$ 1,97
Precio de Venta				$ 7,61
Precio unitario				$ 0,76
Precio de venta al público				**$ 1,00**

HAMBURGUESA				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
Pan	1	Unidad	$ 0,10	$ 0,10
Lechuga	0,05	Hojas	$ 0,40	$ 0,02
Tomate	0,05	Libras	$ 0,60	$ 0,03
Carne Molida	0,17	Libras	$ 1,50	$ 0,25
Pepino	0,05	Unidad	$ 0,40	$ 0,02
Aceite vegetal	0,0625	Litro	$ 1,45	$ 0,09
Salsa de Tomate sachet	1	Unidad	$ 0,05	$ 0,10
Mayonesa sachet	1	Unidad	$ 0,05	$ 0,10
Costo materia prima				**$ 0,71**
Mano de Obra				$ 0,54
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,13
Costo de Producción				$ 1,38
Utilidad 35%				$ 0,48
Precio de Venta				$ 1,87
Precio unitario				$ 1,87
Precio de venta al público				**$ 2,00**

DESAYUNO CONTINENTAL				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
Café, chocolate o bolsa de té	150	Gramos	0,022	$ 3,30
tostadas	30	Unidad	0,06	$ 1,80
jugo	10	Vaso	0,297	$ 2,97
mantequilla	150	gramos	0,003	$ 0,45
mermelada	150	Gramos	0,004	$ 0,60
azucar	100	Gramos	0,001	$ 0,10
leche	250	ml	0,001	$ 0,25
Costo materia prima				**$ 9,47**
Mano de Obra				$ 1,00
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,14
Costo de Producción				$ 10,61
Utilidad 35%				$ 3,71
Precio de Venta				$ 14,32
Precio unitario				$ 1,43
Precio de venta al público				**$ 2,50**

SANDUCHES				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
Pernil	400	Gramos	$ 0,01	$ 4,40
vinagre blanco	50	ml	$ 0,00	$ 0,05
sal	50	Gramos	$ -	$ 0,01
pimienta	30	Gramos	$ 0,01	$ 0,15
limon	25	Gramos	$ 0,00	$ 0,05
pan	10	unidades	$ 0,06	$ 0,60
cebolla colorada	80	Gramos	$ 0,00	$ 0,08
tomate	80	Gramos	$ 0,00	$ 0,08
lechuga	100	Gramos	$ 0,00	$ 0,10
Costo materia prima				**$ 5,52**
Mano de Obra				$ 0,67
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,15
Costo de Producción				$ 6,34
Utilidad 35%				$ 2,22
Precio de Venta				$ 8,56
Precio unitario				$ 0,86
Precio de venta al público				**$ 1,50**

JUGOS				
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**UNIDAD**	**V/UNITARIO**	**V/TOTAL**
fruta (PULPA)	2000	gramos	$ 0,0010	$ 2,00
azucar	100	Gramos	$ 0,0010	$ 0,10
agua	500	ml	$ -	$ -
Costo materia prima				**$ 2,10**
Mano de Obra				$ 0,50
Costos Indirectos de fabricación				$ 0,13
Costo de Producción				$ 2,73
Utilidad 35%				$ 0,95
Precio de Venta				$ 3,68
Precio unitario				$ 0,37
Precio de venta al público				**$ 0,50**

ANEXO 24

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
Constitución de la Compañía	$	627,00
Registro en la IEPI	$	476,00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	$	8,00
Permiso de Funcionamiento	$	32,00
Permiso de Salud	$	65,00
Patente Municipal	$	13,00
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN	**$**	**1.221,00**

ANEXO 25

DEPRECIACION DE EQUIPOS Y MAQUINARIA

Activo fijo	Valor actual	%depreciación	Vida útil	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Equipos de computación	512,63	0,33	3	170,86	170,86	170,86								512,58
Equipos de oficina	645,00	0,10	10	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	64,50	645,00
Muebles y enseres	3.037,99	0,10	10	303,80	303,80	303,80	303,80	303,80	303,80	303,80	303,80	303,80	303,80	3.037,99
Equipos y maquinarias para el servicio	2.294,03	0,10	10	229,40	229,40	229,40	229,40	229,40	229,40	229,40	229,40	229,40	229,40	2.294,03
			Dep. anual	768,56	768,56	768,56	597,70	597,70	597,70	597,70	597,70	597,70	597,70	6.489,60
			Dep. mensual	64,05	64,05	64,05	49,81	49,81	49,81	49,81	49,81	49,81	49,81	540,80

DEPRECIACIÓN DE ADMINIST R Y VTAS	539,16
DEPRECIACIÓN EQUIPO Y MAQ	229,40

ANEXO 26


Menú
✓ Desayuno Continental (tostadas. café leche o chocolate. jugo. huevos revueltos o duros. mermelada o mantequilla.) ✓ $2.50
✓ Hamburguesa Sencilla (pan. carne molida. lechuga. tomate) ✓ $2.00
✓ Chicharrón de Pescado ✓ $4.00
✓ Chuleta asada (chuleta. arroz. ensalada) ✓ $3.50
✓ Sándwiches de Pernil ✓ $1.50
✓ Bolones ✓ $2.00
Dulces
✓ De tres leches ✓ $2.00
✓ Pastel con leche condensada ✓ $1.00
Bebidas
✓ Jugos (mora. naranja. sandía) ✓ $0.50
✓ Colas ✓ $0.75
✓ Aguas ✓ $0.50
✓ Fuze Tea ✓ $1.00
De cierto te bendeciré con abundancia y te multiplicaré grandemente. Hebreos 6:14

ANEXO 27

CÁLCULO DE LAS HORAS DE LOS TRABAJADORES

Jornada normal	**Administrador y contador**		**Cocinera**	**Mesero**
	4 horas diarias = 20 semanales = 80 mensuales+8 viernes total 88			
	Salario	500	370	320
	Valor de la hora	$ 2,08	$ 1,54	$ 1,33
	Horas trabajadas	20 semanales	20	20
	Horas trabajadas	88 mensuales	80	80
	total	$ 183,33	$ 123,33	$ 106,67
Jornada de viernes	**Administrador y contador**		**Cocinera**	**Mesero**
	Valor de la hora	$ 2,08	$ 1,54	$ 1,33
	Recargo hora extra	$ 1,56	$ 1,16	$ 1,00
	Total hora	**$ 3,65**	**$ 2,70**	**$ 2,33**
	No horas en el mes	16 (4horas*4 semanas)	16	16
	Total horas extras	**$ 58,33**	**$ 43,17**	**$ 37,33**
Jornada de sábados	**Administrador y contador**		**Cocinera**	**Mesero**
	Valor de la hora	$ 2,08	$ 1,54	$ 1,33
	Recargo hora extra	$ 2,08	$ 1,54	$ 1,33
	Total hora	**$ 4,17**	**$ 3,08**	**$ 2,67**
	No horas en el mes	24 (6horas*4 semanas)	24	24
	Total horas extras	**$ 100,00**	**$ 74,00**	**$ 64,00**

ANEXO 28

PARTICIPACIÓN DE LA DEMANDA

39.498 DEMANDA INSATISFECHA			
Años	**Demanda anual Insatisecha**	**Participación %**	**Producción anual**
2013	39.498	11%	4.463
2014	40.687	11%	4.598
2015	41.912	11%	4.736
2016	43.174	11%	4.879
2017	44.473	11%	5.025
2018	45.812	11%	5.177
2019	47.191	11%	5.333
2020	48.611	11%	5.493
2021	50.074	11%	5.658
2022	51.582	11%	5.829
2023	53.134	11%	6.004

ANEXO 29

ESTADO DE RESULTADOS ESCENARIO OPTIMISTA

INGRESOS	AÑO 0	MENSUAL	VIDA UTIL DEL PROYECTO										
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas		4973,78	59.685,36	62.669,63	65.803,11	69.093,27	72.547,93	76.175,33	79.984,09	83.983,30	88.182,46	92.591,59	750.716,08
INVERSIÓN FIJA	6.665,65												
CAPITAL DE TRABAJO	12.442,44												
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.221,00												
TOTAL INGRESOS			59.685,36	62.669,63	65.803,11	69.093,27	72.547,93	76.175,33	79.984,09	83.983,30	88.182,46	92.591,59	750.716,08
COSTO DE VENTA													
Costo de producción		2.409,28	28.911,38	29.781,61	30.678,04	31.601,44	32.552,65	33.532,48	34.541,81	35.581,52	36.652,52	37.755,76	331.589,21
TOTAL COSTO DE VENTA			28.911,38	29.781,61	30.678,04	31.601,44	32.552,65	33.532,48	34.541,81	35.581,52	36.652,52	37.755,76	331.589,21
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			30.773,99	32.888,02	35.125,08	37.491,82	39.995,28	42.642,84	45.442,28	48.401,78	51.529,94	54.835,82	419.126,86
GASTOS OPERACIONALES													
Gastos de Administración y Ventas													
Sueldos		1.131,83	13.582,00	14.030,21	14.493,20	14.971,48	15.465,54	15.975,90	16.503,10	17.047,71	17.610,28	18.191,42	**157.870,84**
Décimo Tercero		94,32	1.131,83	1.169,18	1.207,77	1.247,62	1.288,79	1.331,33	1.375,26	1.420,64	1.467,52	1.515,95	**13.155,90**
Décimo Cuarto		106,00	1.272,00	1.313,98	1.357,34	1.402,13	1.448,40	1.496,20	1.545,57	1.596,58	1.649,26	1.703,69	**14.785,14**
Aporte Patronal		137,52	1.650,21	1.704,67	1.760,92	1.819,03	1.879,06	1.941,07	2.005,13	2.071,30	2.139,65	2.210,26	**19.181,31**
Vacaciones		47,16	565,92	584,59	603,88	623,81	644,40	665,66	687,63	710,32	733,76	757,98	**6.577,95**
Fondo de Reserva		-	-	1.131,83	1.169,18	1.207,77	1.247,62	1.288,79	1.331,33	1.375,26	1.420,64	1.467,52	**11.639,95**
Depreciación		44,93	539,16	556,95	575,33	594,32	613,93	634,19	655,12	676,74	699,07	722,14	**6.266,93**
Publicidad		27,92	335,00	346,06	357,47	369,27	381,46	394,05	407,05	420,48	434,36	448,69	**3.893,88**
Servicios Básicos		124,80	1.497,60	1.547,02	1.598,07	1.650,81	1.705,29	1.761,56	1.819,69	1.879,74	1.941,77	2.005,85	**17.407,40**
Materiales de Limpieza		7,83	94,01	97,11	100,32	103,63	107,05	110,58	114,23	118,00	121,89	125,91	**1.092,73**
Utensilios de limpieza		9,05	108,55	112,13	115,83	119,65	123,60	127,68	131,90	136,25	140,74	145,39	**1.261,73**
Materiales de Oficina		6,84	82,11	84,82	87,62	90,51	93,50	96,58	99,77	103,06	106,46	109,98	**954,41**
Otros Gastos (Constitución)		1.221,00	1.221,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**1.221,00**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			22.079,39	22.678,55	23.426,94	24.200,03	24.998,63	25.823,59	26.675,77	27.556,07	28.465,42	29.404,78	255.309,18
Gastos Financieros													
Intereses bancarios			1.425,95	1.188,71	6.508,63	4.161,95	1.536,47						**14.821,70**
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			1.425,95	1.188,71	913,32	593,67	222,64	-	-	-	-	-	4.344,28
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			23.505,34	23.867,26	24.340,27	24.793,70	25.221,27	25.823,59	26.675,77	27.556,07	28.465,42	29.404,78	259.653,46
UTILIDAD OPERACIONAL			7.268,64	9.020,76	10.784,81	12.698,12	14.774,01	16.819,26	18.766,52	20.845,71	23.064,52	25.431,05	159.473,40
15% Participación trabajadores		15%	1.090,30	1.353,11	1.617,72	1.904,72	2.216,10	2.522,89	2.814,98	3.126,86	3.459,68	3.814,66	**23.921,01**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			6.178,35	7.667,65	9.167,09	10.793,40	12.557,91	14.296,37	15.951,54	17.718,85	19.604,84	21.616,39	135.552,39
22% Impuesto a la Renta		22%	1.359,24	1.686,88	2.016,76	2.374,55	2.762,74	3.145,20	3.509,34	3.898,15	4.313,07	4.755,61	**29.821,53**
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			4.819,11	5.980,77	7.150,33	8.418,85	9.795,17	11.151,17	12.442,20	13.820,71	15.291,78	16.860,78	105.730,87
Pago de Cuota bancaria			1.475,82	1.713,06	1.988,44	2.308,09	2.679,13						
Depreciación de activos fijos			539,16	556,95	575,33	594,32	613,93	634,19	655,12	676,74	699,07	722,14	6.266,93
Gastos de Constitución			1.221,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE RESERVA			5.103,45	4.824,66	5.737,22	6.705,07	7.729,97	11.785,35	13.097,32	14.497,44	15.990,85	17.582,92	111.997,79
Valor de Rescate													
FLUJO NETO			5.103,45	4.824,66	5.737,22	6.705,07	7.729,97	11.785,35	13.097,32	14.497,44	15.990,85	17.582,92	111.997,79
	RENTABILIDAD =		59.685,36	5.103,45	8,55%	1ER. AÑO							

ANEXO 30

ESTADO DE RESULTADOS ESENARIO PESIMISTA

INGRESOS	AÑO 0	MENSUAL	VIDA UTIL DEL PROYECTO										
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas		4500,09	**54.001,04**	**51.300,99**	**48.735,94**	**46.299,14**	**43.984,19**	**41.784,98**	**39.695,73**	**37.710,94**	**35.825,39**	**34.034,12**	**433.372,47**
INVERSION FIJA	6.665,65												
CAPITAL DE TRABAJO	12.442,44												
GASTOS DE CONSTITUCION	1.221,00												
TOTAL INGRESOS			**54.001,04**	**51.300,99**	**48.735,94**	**46.299,14**	**43.984,19**	**41.784,98**	**39.695,73**	**37.710,94**	**35.825,39**	**34.034,12**	**433.372,47**
COSTO DE VENTA													
Costo de producción		2.409,28	28.911,38	27.465,81	26.092,52	24.787,89	23.548,50	22.371,07	21.252,52	20.189,89	19.180,40	18.221,38	**232.021,35**
TOTAL COSTO DE VENTA			**28.911,38**	**27.465,81**	**26.092,52**	**24.787,89**	**23.548,50**	**22.371,07**	**21.252,52**	**20.189,89**	**19.180,40**	**18.221,38**	**232.021,35**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			**25.089,67**	**23.835,18**	**22.643,42**	**21.511,25**	**20.435,69**	**19.413,90**	**18.443,21**	**17.521,05**	**16.645,00**	**15.812,75**	**201.351,12**
GASTOS OPERACIONALES													
Gastos de Administración y Ventas													
Sueldos		1.131,83	13.582,00	14.030,21	14.493,20	14.971,48	15.465,54	15.975,90	16.503,10	17.047,71	17.610,28	18.191,42	**157.870,84**
Décimo Tercero		94,32	1.131,83	1.169,18	1.207,77	1.247,62	1.288,79	1.331,33	1.375,26	1.420,64	1.467,52	1.515,95	**13.155,90**
Décimo Cuarto		106,00	1.272,00	1.313,98	1.357,34	1.402,13	1.448,40	1.496,20	1.545,57	1.596,58	1.649,26	1.703,69	**14.785,14**
Aporte Patronal		137,52	1.650,21	1.704,67	1.760,92	1.819,03	1.879,06	1.941,07	2.005,13	2.071,30	2.139,65	2.210,26	**19.181,31**
Vacaciones		47,16	565,92	584,59	603,88	623,81	644,40	665,66	687,63	710,32	733,76	757,98	**6.577,95**
Fondo de Reserva		-	-	1.131,83	1.169,18	1.207,77	1.247,62	1.288,79	1.331,33	1.375,26	1.420,64	1.467,52	**11.639,95**
Depreciación		44,93	539,16	556,95	575,33	594,32	613,93	634,19	655,12	676,74	699,07	722,14	**6.266,93**
Publicidad		27,92	335,00	346,06	357,47	369,27	381,46	394,05	407,05	420,48	434,36	448,69	**3.893,88**
Servicios Básicos		124,80	1.497,60	1.547,02	1.598,07	1.650,81	1.705,29	1.761,56	1.819,69	1.879,74	1.941,77	2.005,85	**17.407,40**
Materiales de Limpieza		7,83	94,01	97,11	100,32	103,63	107,05	110,58	114,23	118,00	121,89	125,91	**1.092,73**
Utensilios de limpieza		9,05	108,55	112,13	115,83	119,65	123,60	127,68	131,90	136,25	140,74	145,39	**1.261,73**
Materiales de Oficina		6,84	82,11	84,82	87,62	90,51	93,50	96,58	99,77	103,06	106,46	109,98	**954,41**
Otros Gastos (Constitución)		1.221,00	1.221,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**1.221,00**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			**22.079,39**	**22.678,55**	**23.426,94**	**24.200,03**	**24.998,63**	**25.823,59**	**26.675,77**	**27.556,07**	**28.465,42**	**29.404,78**	**255.309,18**
Gastos Financieros													
Intereses bancarios			1.425,95	1.188,71	6.508,63	4.161,95	1.536,47						**14.821,70**
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			**1.425,95**	**1.188,71**	**913,32**	**593,67**	**222,64**	-	-	-	-	-	**4.344,28**
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			**23.505,34**	**23.867,26**	**24.340,27**	**24.793,70**	**25.221,27**	**25.823,59**	**26.675,77**	**27.556,07**	**28.465,42**	**29.404,78**	**259.653,46**
UTILIDAD OPERACIONAL			**1.584,32**	**-32,07**	**-1.696,84**	**-3.282,45**	**-4.785,58**	**-6.409,68**	**-8.232,56**	**-10.035,02**	**-11.820,42**	**-13.592,03**	**-58.302,34**
15% Participación trabajadores		**15%**	237,65	-4,81	-254,53	-492,37	-717,84	-961,45	-1.234,88	-1.505,25	-1.773,06	-2.038,80	**-8.745,35**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			**1.346,68**	**-27,26**	**-1.442,32**	**-2.790,09**	**-4.067,74**	**-5.448,23**	**-6.997,67**	**-8.529,77**	**-10.047,36**	**-11.553,23**	**-49.556,99**
22% Impuesto a la Renta		**22%**	296,27	-6,00	-317,31	-613,82	-894,90	-1.198,61	-1.539,49	-1.876,55	-2.210,42	-2.541,71	**-10.902,54**
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			**1.050,41**	**-21,27**	**-1.125,01**	**-2.176,27**	**-3.172,84**	**-4.249,62**	**-5.458,19**	**-6.653,22**	**-7.836,94**	**-9.011,52**	**-38.654,45**
Pago de Cuota bancaria			1.475,82	1.713,06	1.988,44	2.308,09	2.679,13						
Depreciación de activos fijos			539,16	556,95	575,33	594,32	613,93	634,19	655,12	676,74	699,07	722,14	6.266,93
Gastos de Constitución			1.221,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE RESERVA			1.334,75	(1.177,38)	(2.538,12)	(3.890,04)	(5.238,04)	(3.615,43)	(4.803,07)	(5.976,48)	(7.137,87)	(8.289,38)	(32.387,52)
Valor de Rescate													
FLUJO NETO			1.334,75	(1.177,38)	(2.538,12)	(3.890,04)	(5.238,04)	(3.615,43)	(4.803,07)	(5.976,48)	(7.137,87)	(8.289,38)	(32.387,52)

RENTABILIDAD =	**54.001,04**	**1.334,75**	2,47%	1ER. AÑO