

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL



**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COFFE-BAR
CRISTIANO EVANGÉLICO EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL”**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TUTOR:

Ing.Ind, Pedro Gustavo Correa Mendoza, MSc

AUTORES:

Amada Eugenia Bonilla Serrano

Néstor Pablo Brunos Cevallos

GUAYAQUIL-ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guayaquil, 18 de mayo de 2015

Cerifico que el proyecto de investigación titulado “Estudio de factibilidad para la creación de un coffe-bar cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”, ha sido elaborado por los señores egresados Amada Eugenia Bonilla Serrano y Néstor Pablo Brunes Cevallos bajo mi tutoría y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el tribunal Examinador que se designe al efecto.

Ing.Ind. MSc. Pedro Correa Mendoza
Tutor

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por haberme permitido llegar a la culminación de una de mis metas, doy gracias a cada una de las personas quienes contribuyeron, para que este sueño de ser una profesional, sea una realidad.

A mis profesores quienes supieron entregar sus conocimientos y sembrar en cada uno de sus alumnos el deseo de progresar y ser útiles a la sociedad, en especial al director de mi tesis, por su dedicación al analizar y revisar el proyecto.

Amada Eugenia Bonilla Serrano

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios quien me dio la vida y la fortaleza para salir adelante y poder terminar este proyecto de investigación.

A mis padres quienes constituyen el pilar fundamental donde me apoyo cuando siento desistir y en especial a mi madre por su ayuda y constante oración.

A mi abuela por ser mi ejemplo a seguir.

A mi novio y compañero de tesis, amigo incondicional quien me ha apoyado en estos momentos difíciles.

Amada Eugenia Bonilla Serrano

AGRADECIMIENTO

Quiero comenzar estas líneas de agradecimiento nombrando a dos personas muy importantes en todos estos años de estudios quienes han sido los pilares de mi vida y de mi carrera universitaria esas personas son mis padres. Mi madre, una mujer luchadora quien siempre me da fuerzas y alientos para seguir adelante en este camino tan difícil y cansado ella me acompañaba siempre en las malas noches. A mi querido padre, quien con su apoyo económico siempre se preocupó que no me faltara nada, a mis dos lindas hermanas quienes son mis mejores amigas, mis consejeras.

A mi tutor de proyecto de grado el Ing. MSc. Pedro Correa Mendoza quien tuvo la paciencia necesaria y supo darnos todos sus conocimientos para poder realizar con éxito nuestro proyecto.

A mi querida novia y compañera, gracias por estar siempre en todo momento, para darme fuerzas para seguir adelante.

La lista es interminable, pero quiero culminar dando gracias a todos los profesores quienes brindaron sus conocimientos y unas gracias infinitas a los profesores que más que profesores me brindaron su amistad.

GRACIAS A TODOS.

Néstor Pablo Brunes Cevallos

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis dos pilares a esos dos seres espectaculares que tengo en mi vida que es mi madre, mi consejera , mi guía, la luz de mi vida , una mujer admirable, luchadora que a pesar de tantos golpes de la vida está en pie de lucha .

A mi padre quien la vida me lo quito en el momento que más lo necesitaba en el proceso de mi tesis cuanto el esperaba este momento incluso, el verme convertido un ingeniero comercial este logro es para ti papá, sé que estarás espiritualmente,a mi lado no estarás físicamente conmigo en ese gran día, pero siempre me lo decías (con tu terno nuevo) dándome el aliento y la inteligencia necesaria para verme salir adelante y esto es para ti por las veces que me esperaste sentado en ese mueble que llegue por eso y muchas cosas más este logro es para ti, mi querido padre.

Néstor Pablo Brunos Cevallos

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo I.....	1
1 Introducción	1
1.1. Tema	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.3. Definición del problema de investigación	2
1.3.1 Formulación del problema de investigación	2
1.3.2 Sistematización del problema.....	3
1.3.3 Justificación del problema de investigación	4
1.4. Objetivos	5
1.4.1 Objetivo general.....	5
1.4.2 Objetivos específicos.....	5
1.5. Delimitación y alcance de la investigación	6
Capítulo II	8
2 Antecedentes de la investigación	8
2.1 Características del cantón Guayaquil.....	8
2.1.1 Historia.....	8
2.1.2 Geografía	10
2.1.3 Economía	11
2.1.4 Atractivos turísticos	13
2.2 Reseña histórica.....	16
2.2.1 Reseña histórica de los bares	16
2.2.2 Reseña histórica de las cafeterías	18
2.2.3 Fusión del bar y la cafetería.....	19

2.2.4 ¿Por qué hacer un coffe-bar para cristianos evangélicos?.....	22
2.3 Fundamentación teórica.....	22
2.3.1 Marco teórico	22
2.3.2 Marco conceptual.....	25
2.3.3 Marco legal	28
2.3.3.1 Requisitos para la constitución de una empresa.....	31
2.4 Formulación de Hipótesis.....	44
2.4.1 Hipótesis General.....	44
2.4.2 Hipotesis Específicas.....	44
2.5. Variables.....	45
2.6 Indicadores.....	45
2.6.1 Método de Análisis Situacional FODA.....	45
Capítulo III	47
Metodología	47
3.1 Universo muestra	47
3.1.1 Tipo de estudio de diseño.....	47
3.1.2 Población y muestra.....	47
3.1.3 Segmentación del mercado	50
3.1.3.1 Segmentación geográfica	51
3.1.3.2 Segmentación demográfica	51
3.1.3.3 Segmentación psicograficas	51
3.1.3.4 Hábitos de costumbres	52
3.2. Métodos, técnicas e instrumentos	52
3.2.1 Método de investigación	52
3.2.2. Método teórico	52

3.2.3. Método empírico.....	53
3.2.4. Técnicas de observación	53
3.2.4.1. Observación indirecta.....	53
3.2.4.2. La técnica de la encuesta	54
3.2.4.3. La técnica de la lectura científica	54
3.3. Aplicación de instrumentos.....	55
3.3.1. Investigación de mercado.....	55
3.3.2. Diseño de la investigación cuantitativa	55
3.3.2.1. Descripción, estructura y tabulación de la encuesta.....	55
3.4. Procesamientos de datos.....	66
3.4.1. Tratamiento de la información	66
3.5. Recursos	66
3.5.1. Instrumentos	66
3.5.1.1 Fungibles	66
3.5.1.2 Permanentes	67
3.5.2. Presupuesto.....	68
3.6. Resultados	68
3.6.1 Beneficios y Desventaja del Proyecto	69
3.7. Viabilidad de la investigación.....	69
Capítulo IV	70
4. Propuesta	70
4.1 Tema.....	70
4.2 Propuesta.....	70
4.3 Plan estratégico.....	70
4.3.1 Nombre de la empresa	70

4.3.2 Razón social.....	71
4.3.3 Tipo de empresa.....	71
4.3.4 Eslogan.....	71
4.3.5 Logotipo.....	71
4.3.6 Objetivo general.....	72
4.3.7 Objetivos específicos.....	72
4.3.8 Misión	73
4.3.9 Visión	73
4.3.10 Matriz F.O.D.A.	73
4.3.10.1 Factores Internos de la Empresa.....	73
4.3.10.2 FACTORES EXTERNOS DE LA EMPRESA	75
4.3.11 Fuerzas de Porter	77
4.3.11.1 Amenaza de nuevos competidores:	77
4.3.11.2 Poder de negociación de los proveedores:	78
4.3.11.3 Poder de negociación de los clientes:.....	78
4.3.11.4 Amenaza de los productos sustitutos:	78
4.3.11.5 Rivalidad entre los competidores existentes:	78
4.3.12 Estrategias corporativas	79
4.3.12.1 Estrategia (diferencial):	79
4.3.12.2 Posicionamiento esperado	79
4.3.13 Valores	79
4.3.13.1 Valores corporativos	80
4.3.14 Estrategia de mercado	81
4.3.14.1 Producto:	82
4.3.14.2 Precio:.....	88

4.3.14.2.1 Estrategias para la insertación en el mercado.....	88
4.3.14.2.2 Cambios de precios	88
4.3.14.3 Promoción:	89
4.3.14.3.1.Publicidad.....	90
4.3.14.4 Plaza/Distribución	93
4.4 Estructura organizacional.....	93
4.4.1 Perfiles de los empleados.....	94
4.4.1.1 Perfil del gerente general.....	94
4.4.1.2 Perfil del encargado de cocina.....	95
4.4.1.3 Perfil de saloneros	96
4.5. Localización estimada.....	97
4.6. Activos.....	100
4.6.1 Requerimientos de equipos	100
4.6.1.1 Maquinarias y equipos	100
4.6.1.2 Equipo de cómputo.....	101
4.6.1.3 Equipo de oficina.	101
4.6.1.4 Muebles y enseres.	102
4.6.2 Presupuesto de inversión.....	102
4.6.2.1 Activos fijos.	102
4.6.2.2 Activos diferidos	103
4.6.2.3 Capital de trabajo.	103
4.6.2.3.1 Arriendo.....	103
4.6.2.3.2 Mano de obra	104
4.6.2.3.3 Insumo gastronomico.....	105
4.6.2.3.4 Servicios básicos.....	105

4.6.2.3.6 Sueldos.....	106
4.6.2.3.7 Materiales de administración.....	106
4.6.2.3.8 Materiales indirectos	107
4.6.2.3.9 Gastos de ventas.....	107
4.6.2.3.8 Capital de trabajo.....	108
4.6.2.4 Inversión inicial.....	108
4.6.2.5 Estructura de financiamiento.....	109
4.6.2.5.1 Detalle de capital.....	109
4.6.2.5.2 Amortización.....	110
4.6.2.5.3 Tabla de amortización	111
4.6.2.5.4 Depreciación.....	112
4.6.2.6 Balance inicial	112
4.6.2.7 Costos totales.....	113
4.6.2.7.1 Costos proyectados.....	113
4.6.2.7.2 Precio de venta al publico	114
4.6.2.7.3 Valor total de producción.....	115
4.6.2.7.2 Punto de equilibrio	115
4.6.2.7.2.1 Comprobacion del punto de equilibrio.....	116
4.6.2.7.3 Estado de situación financiera.....	117
4.6.2.7.4 Estado de resultado proyectados.....	118
4.6.2.7.5 Flujo de efectivo	119
4.6.2.7.6 Valor Anual Neto	120
4.6.2.7.7 Tasa Interna de Retorno.....	120
4.6.2.7.8 Periodo de recuperacion.....	120
CONCLUSIONES	13621
RECOMENDACIONES	13722

Bibliografía.....	13823
Anexos.....	13926

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Las Peñas.	14
Figura 2. Bares antiguos.....	17
Figura 3. Cafeterías antiguas.....	19
Figura 4. Bar-cafetería.....	21
Figura 5. Población sector norte de la ciudad de Guayaquil.	49
Figura 6. Población cristiana evangélica en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.	50
Figura 7. Fórmula para encontrar la muestra poblacional.....	54
Figura 8. Satisfacción en cafeterías existentes.....	56
Figura 9. Conocimiento de un lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos.	57
Figura 10. Funcionamiento de un lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos... 58	
Figura 11. Cover por presentaciones.....	59
Figura 12. Valor a cancelar por cover.....	60
Figura 13. Frecuencia de asistencia.....	61
Figura 14. Veces que asistirían.	62
Figura 15. Días que asistirían.....	63
Figura 16. Actividades que estarían de acuerdo y que se realizarán.....	64
Figura 17. Celebraciones que realizarían en el coffe-bar.....	65
Figura 18. Logotipo.....	71
Figura 19. Productos.	82
Figura 20. Cronograma de actividades según fechas especiales.....	83
Figura 21. Fan Page en Facebook.	92
Figura 22. Av. Las monjas.	93
Figura 23. Mapa de Urdesa.	97
Figura 24. Localización del local a alquilar.	98
Figura 25. Estructura de El Chaí.....	99

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	45
Cuadro 2.	45
Cuadro 3.	51
Cuadro 4.	51
Cuadro 5.	56
Cuadro 6.	57
Cuadro 7.	58
Cuadro 8.	59
Cuadro 9.	60
Cuadro 10.	61
Cuadro 11.	62
Cuadro 12.	63
Cuadro 13.	64
Cuadro 14.	65
Cuadro 15.	68
Cuadro 16.	84
Cuadro 17.	84
Cuadro 18.	84
Cuadro 19.	84
Cuadro 20.	85
Cuadro 21.	85
Cuadro 22.	86
Cuadro 23.	86
Cuadro 24.	87
Cuadro 25.	87
Cuadro 26.	87
Cuadro 27.	91
Cuadro 28.	92
Cuadro 29.	100
Cuadro 30.	101
Cuadro 31.	101
Cuadro 32.	102
Cuadro 33.	102
Cuadro 34.	103
Cuadro 35.	103
Cuadro 36.	104
Cuadro 37.	104
Cuadro 38.	105
Cuadro 39.	105
Cuadro 40.	106
Cuadro 41.	106

Cuadro 42.	106
Cuadro 43.	107
Cuadro 44.	107
Cuadro 45.	108
Cuadro 46.	108
Cuadro 47.	109
Cuadro 48.	109
Cuadro 49.	110
Cuadro 50.	112
Cuadro 51.	112
Cuadro 52.	113
Cuadro 53.	113
Cuadro 54.	114
Cuadro 55.	115
Cuadro 56.	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Fuerzas de Porter.....	77
Gráfico 2. Estructura Organizacional.....	94

Diseño de la investigación

1 Introducción

1.1 Tema

Estudio de Factibilidad para la creación de un Coffe Bar Cristiano Evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

1.2. Planteamiento del problema

En Ecuador, en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, existe una diversidad de bares, discotecas, karaokes, café y un sin número de lugares donde las personas sin importar su nivel social o económico pueden salir a divertirse entre amigos; nuestra sociedad día a día integra a sus habitantes a diferentes tipos de culturas, religiones, preferencias sexuales, tribus urbanas, entre otros casos. En la actualidad existe un sector de la población que está creciendo de forma acelerada, y que conforman un grupo muy sólido son quienes tienen y practican la religión evangélica.

Los cristianos evangélicos son creyentes de Cristo, este grupo de fieles están separados en dos tendencias como son los Pentecostales (son aquellos que recalcan la doctrina del bautismo en el Espíritu Santo, quienes afirman que la práctica de hablar lenguas desconocidas se produce del éxtasis por voluntad del Santo Espíritu) y los Bautistas (son aquellos que creen que el bautismo solo se lo tienen que otorgar a las personas CREYENTES y ADULTAS, pero no a los niños y que el bautismo es solo por inmersión) y cada una de ellas están conformados por

pequeños grupos con diversas denominaciones, estas tendencias coinciden en la predicación y doctrina, pero la práctica y adoración son diferentes.

Para este grupo de personas trataremos de cubrir una necesidad sin satisfacer en su totalidad que es la distracción nocturna sana, en un ambiente sin alcohol, alejado del sexo, drogas y lo más importante que no sean discriminados por su postura religiosa.

Con estos antecedentes hemos visto la necesidad de la creación un Coffe Bar Cristiano evangélico, que brinde bebidas sin alcohol donde se puedan festejar fechas importantes y a la vez puedan degustar piqueos o snack, un lugar donde se comparta con familiares y amigos e invitar a personas de otras enseñanzas religiosas para que también se diviertan y escuchen música cristiana.

Definición del problema de investigación

1.3.1 Formulación del problema de investigación

¿Qué incidencia tendría sobre la comunidad cristiana evangélica la creación de un coffe bar cristiano en la ciudad de Guayaquil?

Por medio de este proyecto de investigación se cubrirá con el nicho insatisfecho que existe en la comunidad cristiana evangélica de la ciudad de Guayaquil, el cual tendrá un rendimiento muy satisfactorio en la rentabilidad de la microempresa.

Podemos estar seguros que la microempresa será de completa elección para la comunidad ya que será en la actualidad la única que ofrecerá diversión y distracción nocturna para los mismos.

1.3.2 Sistematización del problema

- ¿Cuáles son las características del consumidor de los servicios del coffe bar cristiano evangélico?
- ¿Qué tipo de servicios demanda el mercado cristiano evangélico en la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cuáles son las estrategias utilizadas por empresas similares que tengan éxito en la oferta de servicios a cristianos evangélicos?
- ¿Cuáles serían los precios de los servicios en relación de lo que se pueda promocionar a razón de lo que tiene el mercado?
- ¿Determinar la infraestructura financiera para la creación del coffe bar cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil
- ¿Qué tipo de estrategia se puede utilizar para crear la fidelidad de los potenciales clientes del coffe bar cristiano evangélico?

1.3.3 Justificación del problema de investigación

El proyecto de emprendimiento que se está desarrollando está dedicado a las personas que tienen una religión diferente, como son los hermanos cristianos evangélicos de la ciudad de Guayaquil, quienes a largo de este tiempo hemos podido analizar que no tienen un lugar específico, un sitio donde se identifiquen y diviertan amena y sanamente al 100%.

En la actualidad los jóvenes cristianos evangélicos no tienen un sitio donde ir a divertirse los fines de semana en especial los días sábados después de los cultos de sus respectivos templos; mientras que otras personas con costumbres distintas acuden a bares o restaurantes, donde tal vez la música, el humo del cigarrillo o la venta de bebidas alcohólicas, provocan en las personas que practican la religión evangélica un estado de incomodidad e inconformidad.

Se ha observado que en la ciudad de Guayaquil, no hay bares con características similares a este proyecto, una necesidad insatisfecha en referencia a un centro de diversión para cristianos evangélicos y que puede ser motivo para llevar a cabo una idea de negocios muy productiva, lucrativa e ingeniosa. Se desea ofrecer a este grupo de personas una alternativa innovadora de distracción que satisfaga sus necesidades y sus creencias religiosas, donde todo el lugar, esté dedicado y ambientado a ellos y en el cual se puedan sentirse a gusto, cómodos, seguros e identificados.

Esta comunidad hoy cuenta con varios servicios como canales de televisión, emisoras de radio, y cuentas de Internet, todos estos dedicados exclusivamente para esta grupo de personas, existen gran variedad de lugares donde los jóvenes cristianos pueden asistir como son los centros comerciales, las salas de cines, bolos, librerías y parques.

A muchos de estos les gusta cambiar de ambiente, por lo cual nos queremos enfocar a ellos y brindarles un lugar de distracción, Por lo que consideramos esto una buena oportunidad tanto para el negocio como para la comunidad evangélica.

Disfrutando de los platos y bebidas que dentro del local puedan adquirir con frases propias de la religión, tertulia relacionada con sus afectos espirituales religioso y puedan escuchar música en vivo religiosa reavivada al espíritu de Cristo, en el cual puedan cantar y danzar; además cuenten con otra opción para sus eventos y reuniones, en un lugar donde pasen un rato agradable y tranquilo, y que se acoplen perfectamente a este ambiente.

Pero este bar no solo beneficiará a los evangélicos, sino también a otro tipo de personas como turistas que deseen estar en un lugar sano y seguro.

Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Proponer la creación de un coffe-bar Cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos específicos

- Proponer la mezcla de marketing adecuada para la utilización de los servicios que propone el coffe bar cristiano evangélico.

- Cuantificar el mercado específico de consumidores que accederán a los servicios que brinde el coffe bar cristiano evangélico.
- Determinar el perfil y la segmentación del posible consumidor con previas investigaciones de gustos y preferencias del posible mercado meta.
- Encontrar mercados factibles y de gran potencial de adquisición al cual podamos dirigir nuestros servicios, con el propósito de obtener bases para cálculos de estimación de ventas mediante presupuestos.
- Determinar la viabilidad de invertir en recursos tanto tangibles como intangibles para poder brindar el servicio de distracción al mercado cristiano evangélico mediante el estudio de dos variables importantes usando métodos como el VAN y la TIR.

Delimitación y alcance de la investigación

Se desea estudiar la factibilidad de la puesta en marcha de un coffe bar cristiano evangélico que determina la viabilidad de su implementación más no la inversión en la realización de la misma.

Este proyecto se realizará en la ciudad de Guayaquil específicamente en la parte norte de la misma, ya que en esta parte de la ciudad se encuentra ubicado la mayoría de las iglesias cristianas evangélicas de la ciudad o por lo menos las más representativas con una gran mayoría de personas congregadas. Tomando en cuenta la población cristiana evangélica concentrada en esta ciudad para el muestreo estadístico.

La ventaja competitiva radica en que siendo el primer bar para personas cristiano evangélico, se podrá obtener poder de negociación en algunas de las partes de la cadena de abastecimiento, como por ejemplo ciertos proveedores con quienes se puede hacer convenios, ya que son cristianos evangélicos.

Esto permitirá obtener bajos costos de adquisición pudiendo ofrecerle a los consumidores, servicios con precios que se ajusten a sus bolsillos. Adicional a esto su valor agregado se palpará en las características que el bar ofrecerá, como shows de música cristiana en vivo, tocada por intérpretes de las diferentes Iglesias de Guayaquil, así también la decoración del local que tendrá en cada uno de sus rincones una inspiración del CRISTO VIVO que estos miembros profesan, plasmando pinturas en sus mesas, en sus comidas y bebidas, dinámicas, etc., Creando un ambiente divertido donde cada visitante pueda descubrir en el interior de este bar una parte de la cultura cristiana logrando que llegue a la mente y al corazón de nuestros clientes de una manera acertada.

Marco teórico

2 Antecedentes de la investigación

2.1 Características del cantón Guayaquil

2.1.1 Historia

Guayaquil, (oficialmente **Santiago de Guayaquil**) es la ciudad más poblada y más grande de la República del Ecuador. El área urbana de Guayaquil, también conocido como **Gran Guayaquil**, se alinea entre las ciudades más grande América Latina.

Es además un importante centro de comercio con afluencias a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, político, cultural y de entretenimiento. La ciudad es cabecera cantonal del cantón homónimo y la capital de la provincia del Guayas.

Localizada en la costa del Pacífico en la región litoral del Ecuador, al este de la ciudad está a orillas del Río Guayas a unos 20 kilómetros de su desembocadura en el Océano Pacífico, mientras está rodeada por el Estero Salado en su parte suroccidental y el inicio de la cordillera de Chongón-Colonche, una cadenas de montañas de media altitud, en el noroeste.

El golfo de Guayaquil es la entrante de agua más grande del Océano Pacífico en Sudamérica, sus salientes extremas se fijan en Cabo Blanco en el Perú y la Punta de Santa Elena en Ecuador, cubriendo una distancia de 230km.

La ciudad se divide en 16 parroquias urbanas, aunque dentro de una nueva administración municipal, su organización consiste de 74 sectores. Es la ciudad con mayor densidad poblacional en el Ecuador, con un total de, 2526927 habitantes, en su aglomeración urbana incluyendo la población urbana de Guayaquil, la población urbana de Durán y la parroquia de Samborondón de la Puntilla (excluyendo la parroquia dauleña de la Aurora). Actualmente la ciudad de Guayaquil tiene una población flotante con la que alcanza los 2684016 habitantes dentro de su área metropolitana, teniendo en cuenta una tasa anual promedio de crecimiento poblacional de 2,70%. La ciudad de Guayaquil está compuesta de 345 km² de superficie, de los cuales 316 km², equivalentes al 91,9% del total, pertenece a la tierra firme (suelo); mientras que los restantes 29 km², equivalentes al 8,1%, pertenecen a los cuerpos de agua que comprenden ríos y esteros.

Fundada definitivamente en 1547 como astillero y puerto comercial al servicio de corona española, como “Santiago de Guayaquil”, luego de varios intentos de fundación, ha servido de punto principal en la economía de la nación. Ha sido sede de grandes revoluciones y levantamientos a lo largo de la historia siendo la primera ciudad ecuatoriana en obtener de forma definitiva su independencia de España en 1820.

Luego fue capital de la provincia libre de Guayaquil, que más tarde fue anexada por la fuerza a al gran Colombia. Desde 1830 forma parte de la República del Ecuador como importante eje económico y político. La revolución marxista expulsó al militarismo extranjero, la revolución liberal liderada por el Gral. Eloy Alfaro, en mayo, cambio el gobierno y la constitución de la época, son importantes hitos en la historia de la nación que se han desarrollado en la ciudad.

Santiago de Guayaquil se destaca entre las ciudades ecuatorianas por su elevado uso de tránsito masivo, y por su densidad total y diversidad de su población. El puerto de la ciudad es uno de los más importantes de la costa de Pacífico oriental. El 70% de las exportaciones privadas del país salen por sus instalaciones, ingresando el 83% de las importaciones. Además, por su posición de centro comercial, se ha denominado a la ciudad como la “capital económica del país”, debido a la cantidad de empresas, fábricas y locales comerciales que existen en toda la ciudad.

2.1.2 Geografía

La geografía de Guayaquil está caracterizada por su posición costera en la parte noroccidental de América del Sur, en la región litoral del Ecuador y su ubicación entre el río Guayas y el Estero Salado. La geografía de la ciudad, con su cercanía al Océano y su condición de puerto, ha contribuido con un importante factor para hacer de Guayaquil, la ciudad con mayor densidad poblacional de la República del Ecuador.

La ciudad de Guayaquil está ubicada en la parte noroeste de América del Sur, con pocas elevaciones y alejadas de la Cordillera de los Andes. El poco relieve de la ciudad y del Cantón están formado por cerros que atraviesan la ciudad y luego se unen a un sistema montañoso menor llamado “Chongon-Colonche” al oeste de la ciudad.

La red fluvial del Guayas cerca de Guayaquil por el este, mientras que es atravesada y cercada al oeste por el Estero Salado. Tiene fácil acceso al Océano Pacífico por medio del golfo de Guayaquil.

2.1.3 Economía

Guayaquil es una ciudad de amplia actividad comercial. La revista América Economía en su edición de abril de 2002, incluyó al ranking 2003 de las ciudades de América, del que se destaca la aparición de Guayaquil en el sexto puesto entre las ciudades que presentan mayores facilidades para emprender negocios (ciudades emprendedores) alcanzando un índice de 3.88 ubicándose después de Monterrey (5.34), Sao Paulo (4.56), Santiago (4.40) y México D.F. (4.26).

La actividad comercial y los beneficios que brindan se ven también a nivel corporativo, las oportunidades del sector privado al desarrollar modelos de negocios que generen valor económico, ámbito y social, están reflejadas en el desarrollo de nuevas estructuras y edificaciones, la inversión privada en Guayaquil ha formado parte en el proceso del crecimiento de la ciudad, los proyectos inmobiliarios, urbanizaciones privadas, y centros de negocios y oficinas, han ido en aumento, convirtiendo a la ciudad en un punto estratégico y atractivo para hacer negocios en el Ecuador.

La ciudad de Guayaquil ha sido desde la época colonial un importante centro de comercio en la región. Los principales ingresos de guayaquileños son el comercio formal e informal, los negocios, la agricultura y la acuicultura; el comercio de la gran mayoría de la población consta de pymes y microempresas, sumándose de forma importante la economía informal que da ocupación a miles de guayaquileños. A pesar de ello Guayaquil es una ciudad con mayores índices de subempleo (alrededor de 40% de la PEA) y desempleo (alrededor del 11% de la PEA) del Ecuador.

Guayaquil mantiene una infraestructura de importaciones y exportaciones de productos con estándares internacionales. Entre sus principales puentes de comercio naviera en las costas de Pacífico; y el aeropuerto internacional José Joaquín de Olmedo.

Adicional, cuenta con una infraestructura de carreteras y vías a otras ciudades y provincias, consideradas las mejores del país.

El proyecto de regeneración urbana busca principal objetivo, por medio de regeneraciones de los cascos comerciales, incremento de las plusvalías prediales.

Estos proyectos impulsados en la ciudad por parte de las últimas alcaldías han logrado este objetivo tras invertir grandes suma de dinero. La actual administración municipal tiene como meta convertir a Guayaquil en un lugar para el turismo internacional de primera clase y de negocios internacionales.

Guayaquil, la ciudad con mayor influencia sobre el PIB Guayas, tiene una oferta urbanística por la vía a la costa, a Daule y a Samborondon que crece. Mientras que los productores de camarón, banano, cacao, café y arroz se han beneficiado de un precio mayor.

La actividad comercial y los beneficios que brindan se ven también a nivel corporativo, las oportunidades del sector privado al desarrollar modelos de negocios que generen valor económico, ambiental y social, están reflejadas en el desarrollo de nuevas estructuras y edificaciones, la inversión privada en Guayaquil ha formado parte en el proceso del crecimiento de la ciudad, los proyectos inmobiliarios, urbanizaciones privadas y centros de

negocios y oficinas han ido en aumento, convirtiendo a la ciudad en un punto estratégico y atractivo para hacer negocios en el Ecuador.

2.1.4 Atractivos turísticos

A través de los años ha continuado con su tradición comercial, y actualmente en un proceso fundamentalmente económico, apuesta al turismo, reflejándose en los cambios en el ornato de la ciudad, con un mejoramiento en la autoestima de los ciudadanos, ha sido un proceso que ha tomado años, desde las últimas administraciones municipales. Guayaquil se ha desarrollado de este modo en un destino turístico nacional e internacional siendo sede de ferias y eventos internacionales.

La zona del centro de la ciudad de Guayaquil es uno de los mejores lugares más importantes para el turismo nacional y extranjero, ya que es la más antigua y colonial. La zona del malecón 2000 es de gran interés turístico y es cercano al centro. La previsor es el edificio más grande de la ciudad de Guayaquil. El Barrio Las Peñas es otro sitio de interés, cuenta con 300 escalones aproximadamente y cuenta con un mirador al finalizar las escalinatas donde se puede apreciar la vista de la ciudad en su plenitud.

Uno de los lugares más significativos para turistas. Es el Malecón 2000, llamado así debido al nombre de la Fundación que ejecutó el proyecto. El nombre original es Malecón Simón Bolívar. Esta obra es un proyecto de regeneración del antigua malecón. Con dos puntos 5 kilómetros de magnitud ofrece a sus visitantes, además de seguridad, grandes monumentos de la historia de la ciudad, museos, jardines, fuentes, miradores, centros comerciales, restaurantes, bares, patios de comida, el primer cine IMAX del Ecuador, muelles desde donde

se puede abordar embarcaciones para realizar paseos diurnos y nocturnos sobre el majestuoso Río Guayas y sobre el Malecón y sus muelles también encalla el buque insignia de la Armada del Ecuador, el Buque Escuela Guayas, ya que se encuentra ubicado el YAC CLUB NAVAL, propiedad de la MARINA ECUATORIANA, El malecón del salado es otro punto de turismo de la ciudad ,ya que en él se puede de disfrutar en familia y en pareja de paseos por el estero en pequeñas embarcaciones y admirar su flora fauna, también de su vida nocturna se puede disfrutar ya que hay discotecas dentro del malecón y restauran.

Figura 1.
Las Peñas.



Elaborado: por los autores

Las Peñas es el barrio más antiguo de Guayaquil. En los últimos años se ha transformado para pasar a ser una de las principales atracciones de la ciudad.

- **Puerto Santa Ana** : es un mega proyecto arquitectónico similar al Coconut Walk de Miami o al Puerto Madero de Argentina, es un lugar residencial, comercial y potencialmente turístico que cuenta con varios edificios de construcciones contemporáneas y departamentos lujosos. Su primera etapa fue inaugurada en el 2007. En el Puerto Santa Ana se encuentra ubicado el museo de uno de los equipos de futbol más representativo de la ciudad y del país con la mayor cantidad de seguidores el Barcelona sporting club.

- **Parque Histórico Guayaquil:** ubicado fuera del perímetro urbano. El lugar tiene un bosque de manglar que puede ser recorrido por los visitantes a través de un sendero de madera. En el manglar existen 28 especies de animales en cautiverio, entre ellas el venado de cola blanca, el mapache, el pecarí. También hay tigrillos, osos perezosos, monos y cocodrilos. Estos sumados a los pericos, águilas, arpías y papagayos. El sitio también cuenta con una réplica de Guayaquil antiguo, algunas de las edificaciones son originales y fueron transportadas al parque. En el parque se puede descubrir la fauna principal y la historia no solo de la ciudad si no de la provincia antigua.
- **Puerto hondo:** sitio turístico para disfrutar la flora y fauna con una reserva de manglar importante para la ciudad tiene una playa y de agua dulce y servicios de comida típica y tradicional.
- **Cerro Blanco:** está ubicado en el km 16 vía a la costa. Se puede admirar flora y fauna de bosque seco se disfruta del turismo de aventura en una reserva ecológica con opción de camping de un día para otro.
- **Cerro Santa Ana:** está ubicado al noreste de la ciudad, junto al Barrio Las Peñas y se observa el norte de la ciudad. el cerro está lleno de cafeterías, bares, tiendas de artesanías y está conectado con un patio de comida del malecón 2000.
- **Parque Seminario:** se encuentra ubicado en la parroquia Rocafuerte. en este parque se puede apreciar un monumento de Simón Bolívar, así como también una gran variedad de iguanas. El parque Seminario también es conocido como el parque de las iguanas por la gran cantidad de iguanas que hay en el lugar.

- **Catedral metropolitana de Guayaquil:** se encuentra ubicada en el corazón de Guayaquil fue construida en el año 1547, cuenta con hermosas torres semi gótico, fue la iglesia matriz a mediados del siglo XVI. Originalmente la catedral fue construida de madera, durante 159 la edificación se encontraba sobre el cerro Santa Ana, junto a la casa del cabildo y la plaza de armas, luego el templo fue destruido por un pavoroso incendio en 1962.

2.2 Reseña histórica

2.2.1 Reseña histórica de los bares

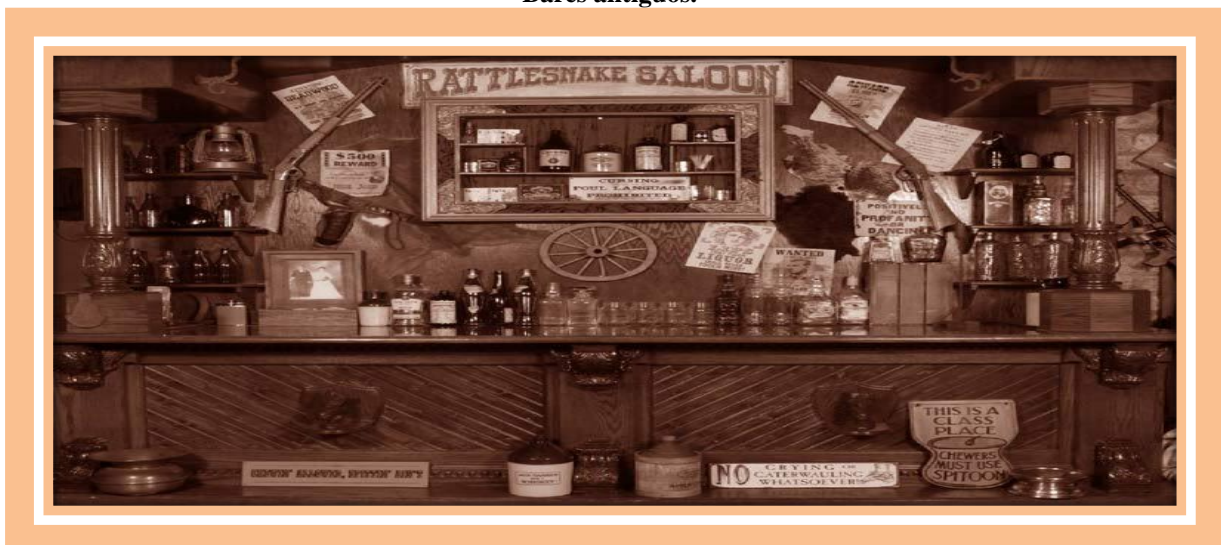
El origen de los primeros bares de la historia es bastante remoto, tendríamos que remontarnos a la antigua Grecia, en la época de Pompeya hasta la Edad Media, periodo en el que se desarrollaron los *establecimientos donde se vendían bebidas a los que llamaron “Tabernas”*, que eran pequeñas tiendas en las que se podían consumir vinos y bebidas. Desde Grecia, las tabernas se expanden hasta Roma, y de ahí al resto de los países europeos, concretamente en España, se contempla la profesión de tabernero desde el siglo XVIII. Alrededor de 1680, en París, surgieron las primeras *“Cantinas”*, *que eran casas expendedoras de bebidas alcohólicas y que permitían vender vino para consumirlo allí mismo.*

Cuando nos preguntamos sobre el origen de lo que hoy conocemos como bar, seguramente que a muchos nos viene a la mente las típicas tabernas y *salones del salvaje oeste americano*. Una imagen que solemos asociar es la de varios tipos jugando una partida de cartas, con un vaso de whisky en la mesa, y sin perder de vista sus pistolas. Y en ciertos aspectos, los bares de hoy tienen su origen en estos “lugares de descanso” que surgieron durante los siglos XVIII y XIX.

De hecho, el origen de la palabra bar surge en estos lugares, ya que procede de la palabra inglesa “*BARRIER*“, que significa *barrera o barra fija*, ya que era el nombre que se daba al mueble mostrador que separaba la zona para atender a los clientes. La barra del bar divide el espacio en dos partes; la zona pública donde los clientes permanecen de pie o sentados en sillas altas; y detrás de la barra, o zona privada, en la que permanece la persona encargada de servir las bebidas. Ciertas leyendas cuentan, que el hecho de poner una barra alta de madera se debía a que los barman necesitaban un lugar para refugiarse en aquellos tiempos tumultuosos en los que de repente se iniciaban los tiroteos o las peleas, incluso les servía para distanciar a los clientes de las botellas y de la caja registradora.

Ya en la época del lejano oeste se comenzó a dar importancia a la **música para bares**, como recordaremos haber visto en multitud de películas, se solían presentar los típicos espectáculos con pianista, cantantes y bailarinas de canción, y todo ellos para atraer a un mayor número de clientes.

Figura 2.
Bares antiguos.



Elaborado: por los autores

2.2.2 Reseña histórica de las cafeterías

Una cafetería o, simplemente, un café son un despacho de café u otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas. Una cafetería comparte algunas características con un bar y otras con un restaurante.

La tradición del café como un lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para consumir, es representativa de algunas ciudades del mundo. A esa tradición pertenecen en la cultura occidental ciudades como París, Viena, Londres, donde con la excusa del café se pasa el tiempo, mientras que en países consumidores de café como Italia el tiempo destinado al sitio es mínimo.

En algunos países se le llama cafetería a un restaurante donde no se ofrece servicio de camareros, y donde los clientes utilizan una bandeja, para pasar a una barra de menús para ordenar sus platos, y luego a la caja para pagar, principalmente en centros de trabajo y escuelas.

En lugares como Estados Unidos, una cafetería no enfatiza bebidas alcohólicas; típicamente, ni siquiera ofrece bebidas alcohólicas, en lugar se enfoca específicamente en el café, té o chocolate con leche. Otras comidas pueden variar entre pan, caldo, sándwiches, y postres que complementan su comercio. En los Estados Unidos, cafeterías tradicionalmente no brindan bebida alcohólica ni café en los de escuela de enseñanza primaria. Esto es porque cafeterías americanos tradicionalmente son vestíbulos comedores.

Las cafeterías son habituales en cualquier lugar donde exista tráfico de gente con poco tiempo para un refrigerio, por ejemplo, en las inmediaciones de lugares de trabajo, en las escuelas, estaciones de tren o aeropuertos.

Figura 3.
Cafeterías antiguas.



Elaborado: por los autores

La primera cafetería tal y como se conoce en la actualidad fue instalada en París con el nombre de Café Procope en 1652, frecuentada la cafetería por hombres ilustres como Voltaire, Diderot, Rousseau , Benjamín.

2.2.3 Fusión del bar y la cafetería.

En vista de que no existe ninguna información sobre antecedentes o historia de los café-bar en la ciudad de Guayaquil, se ha tomado como ejemplo el de otros países como España.

En los últimos años debidos a diversos factores y causas, ha habido un considerable aumento en 2 tipos de establecimientos, que unidos por un denominador común –la hostelería-

presentan unas diferencias, no solo en cuanto al servicio que ofrecen sino también en cuanto a clientela, horarios de trabajo, etc. estos son: La cafetería y el bar americano.

Si hacemos un pequeño recorrido histórico de la trayectoria seguida en España por estas industrias desde principios de siglo, podemos ver la evolución que han tenido hasta nuestros días, a consecuencia de los cambios producidos por la coyuntura turística, etc.

En los primeros años del siglo pasado, casi con el comienzo de la Gran Guerra, el bar americano surge con fuerza, pero es privativo de ciertas clases sociales que podían permitirse el lujo de saborear los primeros combinados. Los hombres importantes de aquella época hacían sus tertulias y reuniones en estos establecimientos.

Por otra parte, los cafés predecesores de la cafetería reunían lo que podríamos denominar la clase media alrededor del clásico café, el chocolate, la zarzaparrilla o alguna otra bebida de la época... Este público aprovechaba al máximo su consumo, ya que su estancia duraba normalmente toda la tarde. Igual que hoy vamos al cine, ellos iban al café.

En la escala más inferior estaban las pequeñas “tascas” o tabernas, donde el obrero por la mañana temprano “inauguraba su estómago” con la copa de agua ardiente (esta costumbre no se ha perdido) y, a la salida del trabajo o los domingos, alternaba con sus “cuartillos de vino” en bota o botella con caña, siendo sus aspiraciones alcohólicas muy limitadas.

Estos tres tipos de establecimientos han marcado una época casi hasta el año 50. La década siguiente podríamos decir que fue de transición, pero en esos años empieza a surgir un nuevo tipo de establecimiento, se van creando una nueva concepción del servicio... es la cafetería.

Por el contrario, el bar americano se mantiene en cánones, pero cada vez tiene más adeptos, es menos clasista.

También es este periodo de transición, la tasca o taberna va cambiando, surge el bar con sus “freiduras” donde el obrero toma su aperitivo, el vermouth o la caña de cerveza, que suele acompañar con unos calamares fritos o una gambas al ajillo.

A partir del año 60, un fenómeno propio de nuestra época viene a cambiar, las estructuras típicas en muchos de los establecimientos hosteleros... es el “boom turístico”

El café-bar se caracteriza por el servicio de comida rápida y la numerosa afluencia de clientes.

La decoración es mínima y los precios son relativamente bajos.

En conclusión, hoy la cafetería y el bar se han fusionado y se le denomina “café-bar” con el objetivo de dar más comodidad a la clientela y de darles un momento agradable.

Figura 4.
Bar-cafetería.



Elaborado: por los autores

2.2.4 ¿Por qué hacer un coffe-bar para cristianos evangélicos?

Al ser dos personas jóvenes y tener muchas amistades cristianas evangélicas y al conversar con ellas, nos pudimos dar cuenta que ellos no tienen un lugar ambientado o un lugar dirigido a este nicho y por ende tienen que buscar, lugares de esparcimiento donde ellos puedan asistir, como por ejemplo, cines, salas de bolos o planificar una reunión en casa, de allí la idea de la creación de este coffe-bar cristiano evangélico

Al tener en cuenta que la fusión del café – bar es rendir un mejor servicio, se segmentó y sectorizó en la ciudad de Guayaquil (sector norte), pretendiendo que este mercado insatisfecho pueda tener un lugar al cual asistir y pasar un rato en armonía.

Este proyecto cambia los parámetros de un café-bar normal, ya que no se va a ofrecer bebidas alcohólicas, ni mucho menos música en tono elevado, por ende tendremos un coffe-bar que ofrecerá días de karaoke y alabanzas, danzas, shows teatrales con mensajes positivos, presentaciones de grupos de música cristiana, etc.

2.3 Fundamentación teórica

2.3.1 Marco teórico

Es una idea distinta de bar dentro de la ciudad de Guayaquil. Ya que este bar está enfocado a un nicho diferente al resto, siendo este el grupo de los hermanos cristianos evangélicos de esta ciudad. Brindando servicios como: canciones cristiana en vivo, bebidas y piqueos con nombres que se asemejen o sean referenciales a la creencia de esta doctrina. Se dará este servicio todos los fines de semanas de jueves a domingo en el horario nocturno.

El objetivo principal de este proyecto es el incursionar en el mercado con una propuesta innovadora, con la intención de que los profesantes del credo evangélico tengan una alternativa de diversión sana y al agrado de los ojos del Padre Celestial.

La ventaja con la que competimos es que al ser el primer bar para cristianos evangélicos en la ciudad de Guayaquil, podemos obtener un gran poder de negociación y convenios con los proveedores que también sean cristianos evangélicos.

Servicio al cliente

Vanessa Carolina Pérez Torres (2010) ‘Cuando los trabajadores demuestran que conocen los productos y se sienten seguros al responder las preguntas al cliente, son más efectivos en el procesos de atención de sus necesidades.’ (Pág. 59)

Marketing

Ricardo Palomares Borja (2013) ‘La arquitectura comercial ejerce una importante influencia psicológica en el comportamiento del consumidor, apelando directamente a sus sentimientos, emociones, actitudes y creencias. (pág. 35)

Ricardo Palomares Borja (2013) ‘La identidad de la marca comercial se especifica mediante el nombre, termino, símbolo, signo, diseño o una combinación de los mismos, formando un rotulo comercial o corporativo, cuyo objetivo es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores. (pág. 59).

Marketing

José María Sainz de Vicuña Ancin (2009) ‘Dado que la elaboración de un plan de marketing es proceso laborioso, participativo, reflexivo y estructurado en etapas- que necesariamente deben realizarse por secuencia-, el tiempo mínimo para la confección de un plan será tres meses.

Este será todavía mayor si en la fase de análisis, la empresa necesita hacer alguna investigación de mercado para que el plan se sustente sobre una base sólida, objetiva y actualizada.(pág.161).

Ventas

Ignacio Soret Los Santos, Emilio Gimenez Diaz-Oyuelos (2013) Las ventas históricas deben de seguir una norma de comportamiento. Es muy difícil construir un modelo útil si las ventas de los periodos de referencias son aleatorias. (Pág. 56).

Economía

Francisco Pérez García (2012) Recuperar la competitividad-precio dentro de la moneda única requiere una devaluación interna, es decir reducir precios y costos, incluidos los laborales. (Pág. 12).

Francisco Pérez García (2012) La pérdida de competitividad internacional genera déficits y necesidad de financiación exterior que puede obligar a los países a realizar ajustes para recuperar la necesidad de competir. (Pág. 36)

2.3.2 Marco conceptual

Cristianos: El término griego latinizado *Kjri·sti·a·nós*, que tan solo aparece en tres ocasiones en las escrituras griegas cristianas, designa a los seguidores de Cristo Jesús, es decir, los defensores del cristianismo. (Hch 11:26; 26:28; 1Pe 4:16.) una persona "cristiana" es aquella que sigue el "cristianismo", una idea religiosa que comprende religiones como: catolicismo, protestantismo y hasta judaísmo...esta idea fue implementada por Jesucristo, de allí la palabra "cristiano".

Evangélicos: Se refiere a las personas que son portadoras del evangelio; evangelio significa 'BUENAS NUEVAS' refiriéndose al nuevo pacto que fue concebido a partir de la muerte y resurrección de Jesucristo.

Pentecostales: son creyentes en el movimiento del espíritu santo; se dice que desde el momento que el espíritu santo llega a la vida de esta persona esta queda salva.

Bautista: Las personas bautista creen en el bautismo por inmersión en el agua; se dice que desde el momento que la persona se bautiza empieza un proceso de conversión.

Éxtasis: Estado de la persona que siente un placer, una admiración o una alegría tan intensos que no puede pensar ni sentir nada más.

Factibilidad: Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

Coffe bar: Es un lugar donde puedes conversar y beber, descansar un rato y estar en ambiente, no como en las discotecas que solo se baila y a penas puedes platicar.

Snack: Son un tipo de alimento que en la cultura occidental no es considerado como uno de los alimentos principales del día (desayuno, almuerzo, comida, merienda o cena). Generalmente se utilizan para satisfacer temporalmente el hambre, proporcionar una mínima cantidad de energía para el cuerpo o simplemente por placer.³ Comúnmente se sirven en reuniones o eventos.

Estrategia: En el ámbito de la empresa se utiliza el término de estrategia empresarial para hablar de la serie de pasos o pautas que una compañía debe seguir para obtener el mayor beneficio. Un ejemplo de estrategia empresarial suele ser adquirir empresas del mismo sector para eliminar a la competencia.

Tertulia: Es una reunión informal y periódica de gente interesada en un tema o en una rama concreta del arte, la ciencia o la filosofía, para debatir e informarse o compartir y contrastar ideas y opiniones. Por lo general, esta reunión se da por la tarde o la noche en un cenáculo o bar.

Viabilidad: esta se deriva del francés viable, que a su vez se compone de dos vocablos latinos: vita que puede traducirse como ‘vida’ y el sufijo bilis, que es equivalente a ‘posibilidad’.

La viabilidad económica en cambio se relaciona con los recursos financieros existentes para poner en marcha un proyecto y con las ganancias que, eventualmente, se espera obtener.

Tangible: Con origen en el término latino *tangibilis*, la palabra tangible se utiliza para nombrar lo que puede ser tocado o probado de alguna forma. En un sentido más amplio, también hace referencia a aquello que puede percibirse con precisión.

Rentabilidad: Es la capacidad de producir o generar un beneficio en general sobre la inversión o esfuerzo realizado.

V.A.N: (valor actual neto) es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja todo llevado al valor presente (el valor real de dinero cambia con el tiempo).

Es por otro lado una de las metodologías estándar para la evaluación de un proyecto. Es por eso que se indica que cuando el:

VAN es mayor a cero nos indica que el proyecto sí tiene rentabilidad.

VAN es igual a cero nos indica que el proyecto no tiene rentabilidad ni pérdida.

VAN es menor a cero nos indica que el proyecto nos va a generar pérdidas.

T.I.R: Es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de

oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Cadena de abastecimiento: No es más que todas las actividades relacionadas con la transformación de un bien, desde la materia prima hasta el consumidor final, muchas veces nos llega a nuestras manos un producto, sin darnos cuenta que ha pasado por un proceso para que llegue a ser el producto que tenemos, ese proceso es el que conocemos como cadena de abastecimiento.

En una cadena de abastecimiento estará presente la logística porque tiene como objetivo: abastecer los materiales necesarios en cantidad necesaria, calidad y tiempo requeridos al costo más bajo posible, lo cual será traducido al mejor servicio al cliente.

Ventaja competitiva: Consiste en una o más características de una empresa que puede manifestarse de muy diversas formas. Una ventaja competitiva puede derivarse tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto de una ubicación privilegiada, o simplemente de un precio más reducido que el de los rivales o competidores.

2.3.3 Marco legal

La Constitución Política del Ecuador en el art. 319 expresa que: “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas”.

Mediante este artículo el Estado busca presentar diferentes maneras de producción que respalden el buen vivir de la población y así mismo eliminen aquellas alternativas que puedan perjudicar e ir en contra de sus derechos, promoviendo un mayor enfoque a la producción interna.

Además expone en el Art. 320 que en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. Hace mayor énfasis en que, independientemente de la forma de producción, ésta debe apegarse a principios y normas de calidad y a todo aquello que vaya orientado hacia la eficiencia y la eficacia.

El artículo 334 establece que el Estado impulsará el acceso equitativo a los factores de producción, buscando evitar la concentración de factores y más bien dirigiéndose a un enfoque netamente igualitario a través de políticas específicas, apoyando el desarrollo de los procesos de producción.

El artículo 335 dice que “El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos”.

El Estado representa un papel importante en los procesos productivos, e incluso intervendrá y sancionará cuando la ocasión lo amerite con el fin de evitar prácticas injustas en el mercado.

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en su artículo 56 expresa que el Registro Único de las MIPYMES se crea como una base de datos a cargo del

Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente.

El registro único de las MIPYMES buscará categorizar a las empresas basados en diferentes parámetros ya establecidos en el COPCI. Así mismo, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector que será de relevancia para diversas actividades coordinadas por un órgano competente que se encargará del control de estas empresas.

En el artículo 62 se aclara que “el Consejo sectorial de la política económica determinará y vigilará el acceso de todos los actores productivos al financiamiento de la banca pública; establecerá los lineamientos e incentivos para apoyar el acceso al financiamiento privado, en particular de los actores de la economía popular y solidaria, de las micro, pequeñas y medianas empresas; y, determinará los mecanismos para fomentar la profundización del mercado de valores, para incentivar el acceso de todos los actores de la producción y procurar la reducción de los costos de intermediación financiera. La autoridad competente en materia de financiamiento público podrá establecer programas de crédito especiales para estos sectores, con la participación del sistema financiero privado.”

Este artículo describe el apoyo del estado hacia las MIPYMES en cuanto al financiamiento llegando incluso a buscar facilidades de créditos para estos sectores.

Artículo 64.- “Garantías.- La autoridad reguladora financiera establecerá un régimen especial de garantías para el financiamiento privado y público de las MIPYMES, y para el desarrollo de iniciativas de capital de riesgo, tanto públicas como privadas”

Artículo 65.- “Fondo Nacional de Garantías.- Se crea el fondo nacional de garantías, de carácter público, para facilitar el acceso de las MIPYMES al financiamiento de sus actividades. Para efectos financieros, las garantías que respaldan este fondo serán consideradas como garantías auto liquidables y cuya cobertura respecto del crédito garantizado será de uno a uno. El Fondo formará parte del sistema de garantía crediticia del Ecuador, bajo la regulación de la Superintendencia de Bancos y Seguros.”

Artículo 68.- “Crédito para apertura de capital e inversión.- Las empresas privadas que requieran financiamiento para desarrollar nuevas inversiones, y que a su vez quisieran ejecutar un programa de apertura de su capital, en los términos de esta legislación, podrán beneficiarse de los programas de crédito flexible que implementará el gobierno nacional para la masificación de estos procesos, con tasas de interés preferenciales y créditos a largo plazo”.

Los artículos 64, 65 y 68 dan a conocer las garantías con las que cuentan las MIPYMES, las mismas que buscan facilitarles el acceso a créditos ya sea para el financiamiento de sus actividades o incluso cuando desean realizar nuevas inversiones.

Todos los artículos antes mencionados aportan al presente proyecto de investigación ya que conceptualizan de una forma clara el papel del Estado y los beneficios así como las sanciones que éste impone a las MIPYMES.

2.3.3.1 Requisitos para la constitución de una empresa

Después de definir el marco legal del sector, es importante mencionar los requisitos necesarios para poder comenzar la actividad micro-empresarial del coffe-bar cristiano evangélico en la ciudad de Guayaquil y estos son:

✓ **Tipo de empresa.**

La empresa deberá ser registrada en la superintendencia de compañías. Se constituirá como sociedad anónima.

Este tipo de sociedad se prefirió por los siguientes motivos:

- Se puede transmitir acciones para la venta.
- Los creadores tiene derecho de los activos de la compañía, y no sobre los bienes de los accionistas.
- Cada accionista participa directamente de los beneficios que genere el negocio.

✓ **Constitución de la compañía**

El acta de constitución de una empresa (Anexo 1) informa acerca de los datos relevantes de la creación de una empresa, se especifican detalles como: fecha de creación, actividad, nombre de los socios, entre otros. El trámite para la constitución es el siguiente:

- 1.- Se emitirá el nombre a la Superintendencia de Compañías, para su aprobación.
- 2.- Luego se procederá a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Superintendencia de Compañías.
- 3.- Después de la aprobación de la minuta, se abrirá la cuenta de integración en el Banco de Guayaquil llevando: original y copia de la minuta, copia de cédula de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital. Todos los requisitos mencionados deberán presentarse con copias notariadas.

4.- Seguido de la apertura de la cuenta y aprobación por el Banco; el notario procederá a realizar la escritura Pública.

5.- Luego de elevar la minuta a escritura pública, se llevará a la Superintendencia de Compañías 3 copias certificadas de la escritura y aprobación de nombre para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente (10 x 15 cm).

6.- La Superintendencia entregará las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.

7.- Se llevará al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Superintendencia.

8.- Se llamará al Registro Mercantil para que conceda el número de partida o de registro que debe presentarse en los nombramientos antes de llevarlo a la institución

9.- Se llevará a la Superintendencia toda la documentación con formulario 01A, 01B, para que el SRI conceda el funcionamiento de la Compañía

10.- Luego que el SRI entregue el RUC, se sacará una copia del mismo y se llevará a la Superintendencia de Compañías para obtener la carta de solicitud para el Banco y poder retirar el capital que se aportó (capital pagado).

El costo de la constitución de la empresa al momento de realizar el presente proyecto de investigación es de \$1.400 en el cual están incluidos rubros del capital pagado y honorarios del abogado.

Para iniciar una empresa debemos de tener en cuenta estos menesteres:

- Contar con un abogado de confianza.
- Registrar la empresa en la Superintendencia de Compañías.

- Depositar el 25% del capital de la empresa en una cuenta.
- Contratar a un notario para certificar la incorporación del estatuto de la empresa.
- Esperar a que el Superintendente de Compañías a pruebe la constitución de la empresa.
- Publicar un resume de ese estatuto en uno de los diarios que circulan en el área en que estará localizada la empresa.
- Afiliarse a una de las cámaras.
- Esperar a que se registre el estatuto en el Registro Mercantil.
- Obtener un Registro Único de Contribuyente (R.U.C).

Registro Único de Contribuyentes:

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la administración tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la administración tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

Personas naturales

Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.

Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral

Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Sociedades

Formulario 01A y 01B

Escrituras de constitución nombramiento del representante legal o agente de retención

Presentar el original y entregar una copia de la cédula del representante legal o agente de retención

Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal o agente de retención.

Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Procedimiento:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Unico de Contribuyentes (R.U.C.).

Costo:

Sin costo directo para el contribuyente

- Comprar facturas en imprentas autorizadas por el Servicios de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).
- Inscribir todos los contratos de sus empleados en el Ministerio de Trabajo.
- Ser inspeccionado por el Municipio y;
- Obtener una “tasa de habilitación” y una patente comercial del Municipio.

Hacer todo esto se tomara en promedio 65 días.

Requisitos para permiso de funcionamiento.

- Nombramiento de representantes legales.
- RUC.
- Permiso de Cuerpo de Bomberos-predio urbano.
- 2 carpetas de trámite municipal.

- Autorización para realizar el trámite.
- Certificación de uso de suelo.
- Informe de medio ambiente.
- El costo del permiso de funcionamiento es de \$200 dólares.

Requisitos para la tasa de habilitación

- Obtener la consulta de uso de suelo.

¿Qué es la consulta de uso de suelo?

Es el documento que indicará inicialmente si la actividad solicitada es permisible y las condiciones adicionales con las cuales deberá cumplir el local.

¿Cómo se obtiene la consulta de uso de suelo?

Lo puede obtener de dos maneras:

- A través de la página WEB del Municipio (www.guayaquil.gob.ec) en la sección de **SERVICIOS EN LÍNEA**, sin necesidad de acercarse al Municipio.
- A través de la ventanilla municipal #54 adjuntando los siguientes requisitos:
 1. Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha).
 2. Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de trámite)

Nota: Este procedimiento a través de la Ventanilla Municipal #54 es circunstancial, posteriormente el trámite se lo efectuará en la ventanilla de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública.

Locales ubicados en centros comerciales

Deben presentar el Certificado de Uso de Suelo del Centro Comercial, el cual debe ser solicitado a la Administración del Centro Comercial.

IMPORTANTE

Para evitar demoras es conveniente que al recibir el Certificado de Uso de Suelo el Usuario verifique que la información contenida en el documento sea la correcta:

El **código catastral** en el que se permite el uso de suelo corresponda al código catastral del predio en el que funciona el local comercial.

La **actividad comercial** otorgada como factible sea la actividad desempeñada en el local, la cual deberá equivaler a la registrada en el RUC y la Tasa por Servicio Contra Incendios.

Previa a la obtención de la tasa de habilitación es imprescindible leer las observaciones, condiciones, requisitos y restricciones en la consulta de uso de suelo, con las cuales debe cumplir el establecimiento.

- Ingresar en la Ventanilla Municipal #41 (10 de Agosto y Pichincha) la siguiente documentación.

Se establecen los siguientes requisitos únicos para la obtención de la tasa de habilitación y control, determinados en el Art 7 de la Reforma a la Ordenanza que regula la emisión de la tasa de habilitación y control de actividades económicas en establecimientos.

1. Copia de Patente Municipal del año exigible.
2. Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso, provisional vigente o definitiva. Presentar original y copia.

Se exige la tasa definitiva en el caso de establecimientos de alta afluencia de público, tales como: centros comerciales, bares, discotecas, así como para los sitios de almacenamiento y expendio de combustible.

3. Consulta de Uso de Suelo No Negativa.
4. Copia de última actualización del RUC.
5. Tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación (comprar en las ventanillas municipales ubicadas en Clemente Ballén y Malecón).
6. Copia del nombramiento, cédula y certificado de votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica).
7. Copia de cédula y certificado de votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural).
8. Sólo en caso de que el local sea arrendado o concesionado, deberá presentar Copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas.
9. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada.

Importante:

1. Todos los documentos deben ser vigentes, y deben contener siempre la dirección exacta del local y el nombre del solicitante ya sea persona natural o jurídica.
2. Se determinan requisitos adicionales que aplican sólo para ciertas actividades.

Pago de Tasa Municipal de Turismo

Sólo para los locales en los que se realicen actividades turísticas que son: hoteles, moteles, paradores turísticos, hostales y demás actividades contempladas en la Ley de Turismo.

Se obtiene en la Dirección de Turismo, en el primer piso del Edificio Ex-Crillón al frente del Palacio Municipal.

Previo a la obtención de este documento debe tener el Certificado del Ministerio de Turismo (Av. Fco de Orellana, Edificio Gobierno del Litoral, 8vo Piso).

Certificado de la dirección municipal de medio ambiente

Sólo para los locales que vayan a ser destinados a las actividades de mediano y alto impacto tales como: industrias procesadoras de alimentos, metal mecánicas, canteras, discotecas y centros nocturnos, así como gasolineras y cualquier negocio de almacenamiento y expendio de combustible que cuenten con la autorización correspondiente emitida por la Dirección

Nacional de Hidrocarburos, establecidas en la Reforma a la ordenanza sustitutiva de edificaciones y construcciones del Cantón de Guayaquil.

Se obtiene en la Dirección de Medio Ambiente, en el tercer piso del Edificio Ex-Crillón.

Nota: Si una vez obtenido el Certificado de Medio Ambiente, este posee alguna observación, deberá acercarse a la comisaria correspondiente para la firma del acta de compromiso, la misma que deberá adjuntar a la carpeta del trámite para la tasa de habilitación.

- **Patente Municipal**

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

La inscripción se debe realizar en la jefatura de Rentas del Municipio, debe cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual para el ejercicio de la actividad.

Para inscribir una microempresa se requiere:

- Copia de la cédula de identidad.
- Informe sobre la dirección de la microempresa.

El plazo es de 30 días, contados a partir del inicio del negocio.

El costo es de \$700, está determinado por la naturaleza, volumen y locación del negocio. Estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, en el sector centro, en el nuevo pasaje comercial en la Avenida 9 de Octubre frente a la II Zona Militar.

La exoneración del pago de la patente la tienen exclusivamente los artesanos calificados.

Permisos Beneméritos Cuerpo de Bomberos (Guayaquil)

- Copia del R.U.C. (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- Original y copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área de establecimiento.
- Copia de la calificación artesanal en caso de ser artesano (Dependiendo de la actividad si lo requiere).
- Autorización por escrito del contribuyente o de la compañía indicando la personas que va a realizar el trámite y copia de las cédulas de identidad de la persona que lo autoriza y del autorizado.
- Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de identidad.
- **Requisitos para el registro de la marca:**

Para registrar la marca, los pasos a seguir son:

Primero se procede a realizar la búsqueda fonética de denominación (este trámite dura 5 días hábiles).

Para el efecto se debe presentar una carta o enviar un correo electrónico en el que se detalle la denominación cuya búsqueda va a solicitar, así como adjuntar el valor de \$51.00 (\$16.00 que corresponden a tasa que cobra Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI, y \$35.00 que corresponden a honorarios a favor de la Cámara de Comercio de Guayaquil).

Una vez realizada y revisado el resultado de la búsqueda fonética, se inicia el trámite de registro de marca y/o nombre comercial, para el efecto se deberá presentar:

1. Carta dirigida a la Cámara de Comercio de Guayaquil, solicitando que se realice el trámite de registro de marca y/o de nombre comercial.

La carta deberá contener:

- Datos generales a favor de quién se va a registrar el título de registro de marca (nombres completos, nacionalidad, dirección, teléfonos, correo electrónico);

- Detalles de la marca a registrar (nombre, logo, tipo de signo, naturaleza del signo, descripción clara y completa del signo, especificación individualizada de los productos o servicios, signo que acompaña al lema comercial).

2. Solicitud de registro de signos distintivos, suscrita por el peticionario, llenada a máquina o en computador.

3. Dos copias de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del peticionario.

4. Copia notariada del nombramiento del representante legal, en caso de ser compañía.

5. Si la marca es figurativa o mixta deberá presentar seis etiquetas a color tamaño 5 x 5 cm., en papel adhesivo.

6. Declaración de exoneración de responsabilidades, debidamente suscrita por el socio, por medio de la cual el socio declara que si se presenta trámite de oposición, inmediatamente cesará el patrocinio de la asesora legal y la Cámara de Comercio de Guayaquil no reembolsará al socio el valor cancelado por concepto de honorarios profesionales.

Finalmente, cuando el IEPI conceda el registro de la marca a favor del socio, se deberá solicitar la emisión de título de registro de marca/nombre comercial.

2.4 Formulación de Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

La creación de un coffe-bar cristiano evangélico, que cubrirá la necesidad insatisfecha de emociones lúdicas, para la comunidad cristiana evangélica, de la ciudad de Guayaquil.

2.4.2 Hipotesis Específicas

- Un coffe-bar cristiano evangélico que satisficiera, las necesidades espirituales de los hermanos evangélicos.
- La música y la tertulia con componentes cristianos, reforzará la fe de los hermanos cristianos evangélicos.

Variables

**Cuadro 1.
Variables.**

VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLES DEPENDIENTES
No existe bebidas alcohólicas	Concurrencia masiva
Danzar y alabar a Dios	Reunión espiritual
Presentaciones musicales cristianas	Reafirmar la fe

2.6 Indicadores

2.6.1 Método de Análisis Situacional FODA

**Cuadro 2.
Análisis situacional FODA.**

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS INTERNAS	DEBILIDADES INTERNAS
FACTORES EXTERNOS	FO Aprovechando la demanda insatisfecha de los cristianos evangélicos, queremos fomentar la costumbre de asistir a un lugar distinto y	DO Reconociendo la dificultad que se puede tener al ser un local con una propuesta distinta
OPORTUNIDADES EXTERNOS		

	<p>apegado a un ambiente cristiano, donde puedan divertirse y relajarse a la vez.</p>	<p>de distracción, queremos llegar a cambiar el pensamiento de las personas con shows artísticos y tematizado en diferentes días de la semana.</p>
<p>AMENAZAS EXTERNAS</p>	<p>FA</p> <p>Siendo un lugar nuevo, podemos adquirir clientes exclusivos con lo cual podríamos ser el número uno en el pensamiento de todos los cristianos evangélicos</p>	<p>DA</p> <p>Desconocimiento del ámbito nocturno cristiano evangélico y de no poder seleccionar los proveedores idóneos, el negocio no cumpla con las expectativas esperadas.</p>

Elaborado: por los autores

Capítulo III

Metodología

3.1 Universo muestra

3.1.1 Tipo de estudio de diseño

Según la finalidad del estudio de factibilidad de este proyecto, se establece que será de tipo aplicada y por su objetivo será descriptiva y explicativa donde; el método **descriptivo** se preocupa por priorizar algunas características fundamentales o conjuntos homogéneos, utilizando criterios que permiten poner en manifiesto la estructura y comportamiento de los cristianos evangélicos en la ciudad de Guayaquil; mientras que método **explicativo** nos ayuda a determinar los orígenes o las causas de un determinado fenómeno, y conocer por qué suceden ciertos hechos, donde nos hacemos la siguiente pregunta ¿por qué en la ciudad de Guayaquil no hay lugar de distracción sana para los cristianos evangélicos?

3.1.2 Población y muestra

Es un conjunto de elementos finitos o infinitos definido por una o más características en común; entendemos por población a la totalidad del universo que se interesa conocer y es necesario que este bien definido. En nuestro caso tomaremos como población a todos los cristianos evangélicos de la ciudad de Guayaquil.

El muestreo es una de las herramientas básicas de la investigación científica, ya que su función principal es saber que parte del universo o población vamos a tomar en cuenta para

examinarlo, sabiendo que la muestra que vamos a tomar para nuestro estudio de factibilidad del coffe-bar cristiano evangélico será el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Guayaquil existe una extensa libertad de cultos garantizadas por el estado ecuatoriano en varios artículos (11 y 66) de la constitución política de Ecuador.

Situaremos como referencia las diferentes religiones o sectas que se profesan en esta ciudad, la mayoría de las religiones son denominadas cristianas, siendo entre ellas la iglesia católica, la que predomina en la urbe.

Los católicos cuentan con 233 parroquias, 236 sacerdotes diocesanos, 132 sacerdotes religiosos, 89 seminaristas, 9 religiosas de vida contemplativa, 433 miembros de institutos de vidas consagradas.

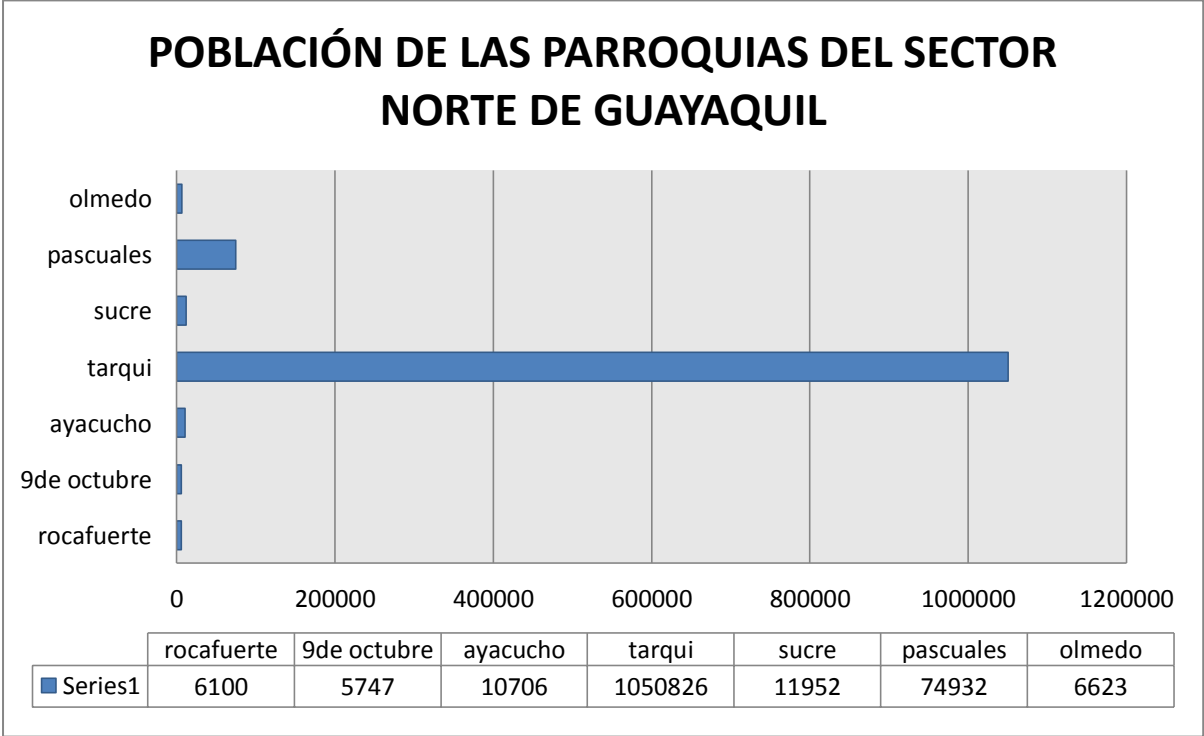
Aproximadamente el 82% de los guayaquileños profesan el catolicismo, la primera religión cristiana establecida desde la fundación de la ciudad y el país, sin embargo, varias confesiones protestantes se encuentran actualmente, tal como la Iglesia Evangélica con alrededor de 150.000 creyentes que es una de las iglesias de mayor crecimiento en Guayaquil. También los miembros de la Iglesia de Jesucristo de los últimos días, quienes poseen un templo central en la ciudad junto con varios centros destaca un gran número de capillas y proclama tener aproximadamente 90.000 adeptos.

La Iglesia Adventista del Séptima Día fue asentada en la ciudad por primera vez y luego se fundó la “Misión Ecuatoriana Adventista del Sur”. Actualmente los adventistas se consideran casi 7.277 adeptos en Guayaquil.

Mientras que los Testigos de Jehová, en un informe mundial detallado por países presentado por la Watch Tower Bible And Tract Society of Pennsylvania, afirman que existe en el Ecuador alrededor de 56.669 seguidores en servicio activo con 720 congregaciones, de las cuales 160 corresponden solo a Guayaquil, donde además existen 87 salones del reino. Guayaquil es la ciudad con mayor crecimiento con un 8% de creyentes en el último año.

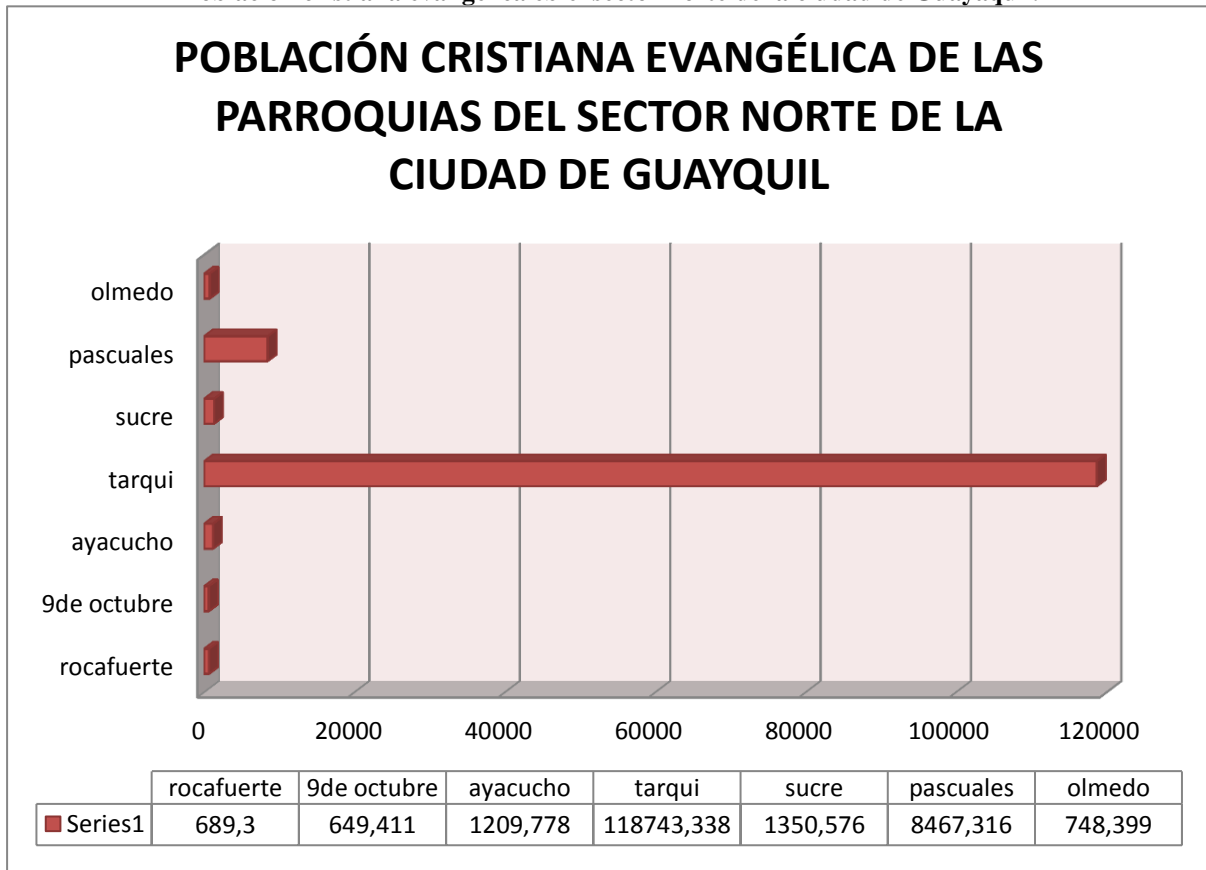
También existe una muy pequeña comunidad judía, compuesta mayoritariamente por los ciudadanos israelíes, e inmigrantes alemanes que se escaparon de Alemania durante la segunda guerra mundial. También existe un templo en la ciudadela Garzota, donde se reúnen todos los budistas que viven en Guayaquil. Existe también, una mezquita musulmana en el sector de urdesa, la primera en Guayaquil, es una comunidad muy pequeña. También hacen presencia en la ciudad la iglesia de Dios Ministerial de Jesucristo Internacional con 2 de sus megasalas de oración.

Figura 5.
Pobalcion sector norte de la ciudad de Guayaquil.



Elaborado: por los autores

Figura 6.
Población cristiana evangelica eb el sector norte de la ciudad de Guayaquil.



Elaborado: por los autores

3.1.3 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores.

Para segmentar el mercado del proyecto propuesto se tomará en cuenta ciertos parámetros que definan el mercado meta:

3.1.3.1 Segmentación geográfica

Cuadro 3.
Segmentación geográfica.

PROVINCIA	GUAYAS	2350.915
CANTÓN	GUAYAQUIL	2291.158
SECTOR	NORTE	1166.886

Elaborado: por los autores

3.1.3.2 Segmentación demográfica

Entre las características demográficas a tomar en cuenta están: la edad, géneros.

Cuadro 4.
Segmentación demográfica.

EDAD	18 AÑOS A MÁS
GÉNERO	MASCULINO Y FEMENINO

Elaborado: por los autores

3.1.3.3 Segmentación psicograficas

Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona.

Para efecto del proyecto serán consideradas las personas cuyo pensamiento esté relacionado con la verdad, sinceridad, en un intento de vida de forma moralmente correcta, a quienes les gusta la diversión sana, sean extrovertidos y deseen conocer cosas nuevas.

3.1.3.4 Hábitos de costumbres

Se pretende que sean personas que acudan a establecimientos cristianos tales como iglesias, conciertos, colegios, quienes asistan a establecimientos que expendan alimentos y bebidas e introduzcan la visita en su rutina diaria de vida.

Métodos, técnicas e instrumentos

3.2.1 Método de investigación

Podemos decir que los métodos de investigación son unas series de pasos, que nos conducen a la búsqueda de conocimientos, estos métodos nos permiten dar una visión más general y aproximado a una determinada realidad sobre los cristianos evangélicos de la ciudad de Guayaquil permitiendo saber sus insatisfacciones al momento de distraerse, y así cumpliremos con los objetivos propuestos.

2.2.2. Método teórico

Deductivo- Inductivo.- Este método servirá para evaluar todos los aspectos relacionados con la distracción nocturna de los cristianos evangélicos de la ciudad de Guayaquil en donde se establecerá la incidencia que tendrá el coffe- bar para este segmento de la sociedad.

Analítico- Sintético.- Al analizar la información recolectada estaremos al tanto de los gustos y preferencias de los cristianos evangélicos al ejecutar el coffe-bar.

2.2.3. Método empírico

Los métodos de investigación empírica conllevan a una serie de procedimientos, que permite revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto a investigar, ya que estos representan un nivel de investigación cuyo proceso procede de la experiencia y de un buen leguaje determinado. Los cuales son detallados a continuación:

2.2.4. Técnicas de observación

La observación como técnica de investigación consiste en la percepción directa del objeto a investigar. La observación es un procedimiento que se utiliza en distintos momentos de la investigación; en su etapa inicial se utiliza para diagnosticar e identificar el problema y es de gran utilidad en el diseño de la investigación. A medida la observación puede convertirse en procedimiento propio para comprobar la hipótesis. Y al finalizar puede llegar a predecir las tendencias del desarrollo de la investigación.

Esta técnica atribuye una percepción más general sobre el entorno en el que nos vamos a enfocar y definir cuáles son las necesidades de este segmento que hemos tomado en cuenta para el estudio de factibilidad del coffe-bar cristiano evangélico.

2.2.4.1. Observación indirecta

Esta es una técnica de documentación que se realiza a través de la información ya sea en lecturas de libros de tipo informativo y nos permite ponernos en contacto con hechos del pasado.

Figura 7.
Formula para encontrar la muestra poblacional.

$$n = \frac{Z^2 P * Q * N}{Ne^2 + Z^2 * P * Q}$$

Elaborado: por los autores

2.2.4.2. La técnica de la encuesta

Es una técnica que recolecta información aun grupo seleccionado de personas con características similares y se utiliza más para la recopilación de datos, por sus resultados es la más utilizada, esta va aplicada a la muestra poblacional que se ha asignado para la temática del proyecto de factibilidad de un coffe-bar cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

2.2.4.3. La técnica de la lectura científica

Nos permite recoger información de tipo bibliográfico. Información que nos permitirá recopilar datos claros y necesarios sobre el tema a investigar o ejecutar y nos ayuda a fundamentar ideas o teorías sobre los cristianos evangélicos.

Aplicación de instrumentos

2.3.1. Investigación de mercado

Para llevar a efecto este proyecto utilizaremos una muestra de 383 personas que participaran como encuestados, quienes fueron obtenidos tras la fórmula de la muestra:

2.3.2. Diseño de la investigación cuantitativa

2.3.2.1. Descripción, estructura y tabulación de la encuesta

Se realizó una encuesta de fácil entendimiento para los encuestados, la cual fue de corta duración y anónima, lo que llevó a la mejor colaboración y principalmente a la sinceridad de cada una de las respuestas.

Se realizaron 383 encuestas, las cuales fueron segmentadas en edad y sexo:

Se encuentran en los rangos:

De 18 a 30 años, 120 personas.

De 31 a 43 años, 53 personas.

De 44 a 56 años, 65 personas.

De 57 años en adelante, 145 personas.

De las cuales 198 fueron mujeres (52%), y 185 fueron hombres (48%).

Todos fueron encuestados en el norte de la ciudad de Guayaquil.

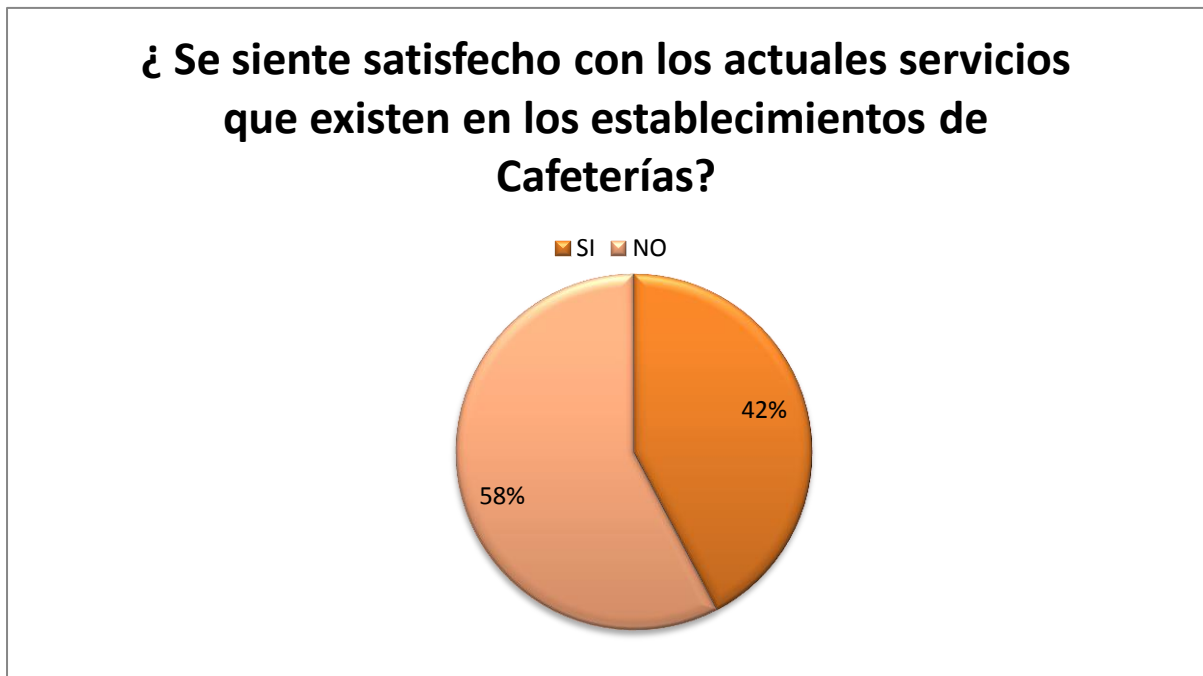
La encuesta fue realizada a personas que practican la doctrina cristiana evangélica

1.-¿ Se siente satisfecho con los actuales servicios que existen en los establecimientos de Cafeterías?

Cuadro 5.
Satisfacción en cafeterías existentes.

SI	162
NO	221
TOTAL	383

Figura 8.
Satisfacción en cafeterías existentes.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

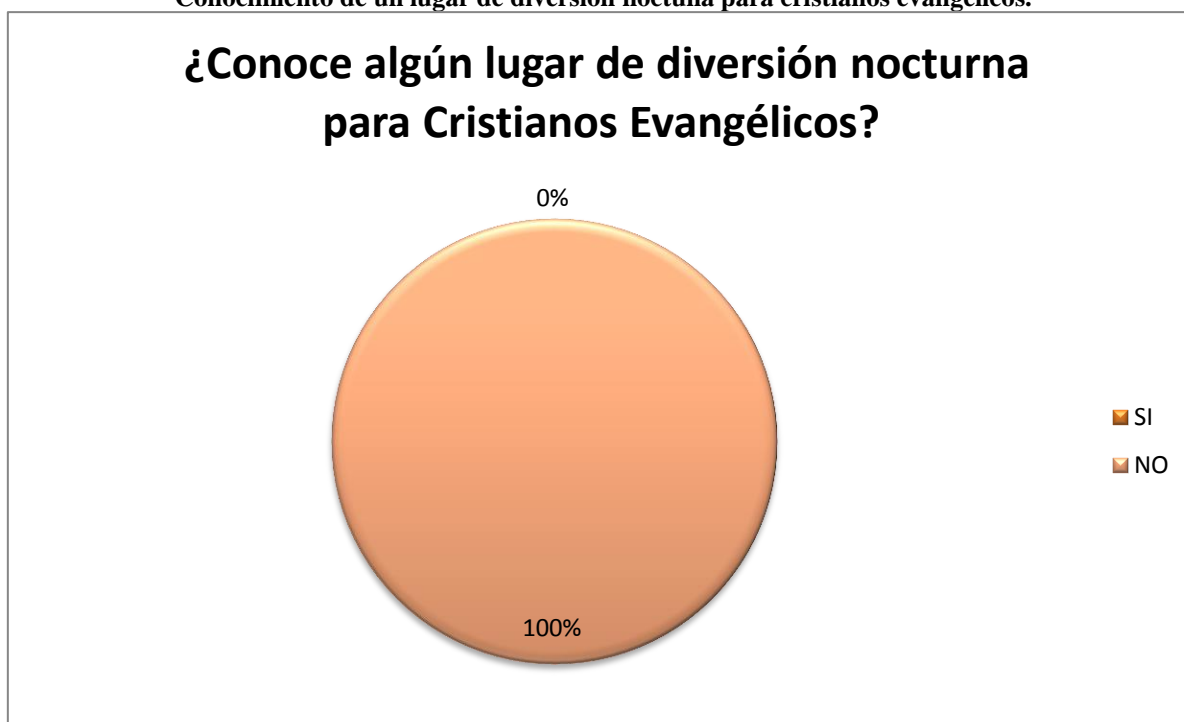
Esta es una pregunta en la cual los encuestados están divididos ya que uno están conformes con la típica cafeterías tradicionales que existen en la ciudad, por otro lado y la mayoría aunque no con mucha diferencia están lo que no están conformes con las cafeterías que hay en la ciudad.

2.- ¿En la actualidad conoce algún lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos?

Cuadro 6.
Conocimiento de un lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos.

SÍ	0
NO	383
TOTAL	383

Figura 9.
Conocimiento de un lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

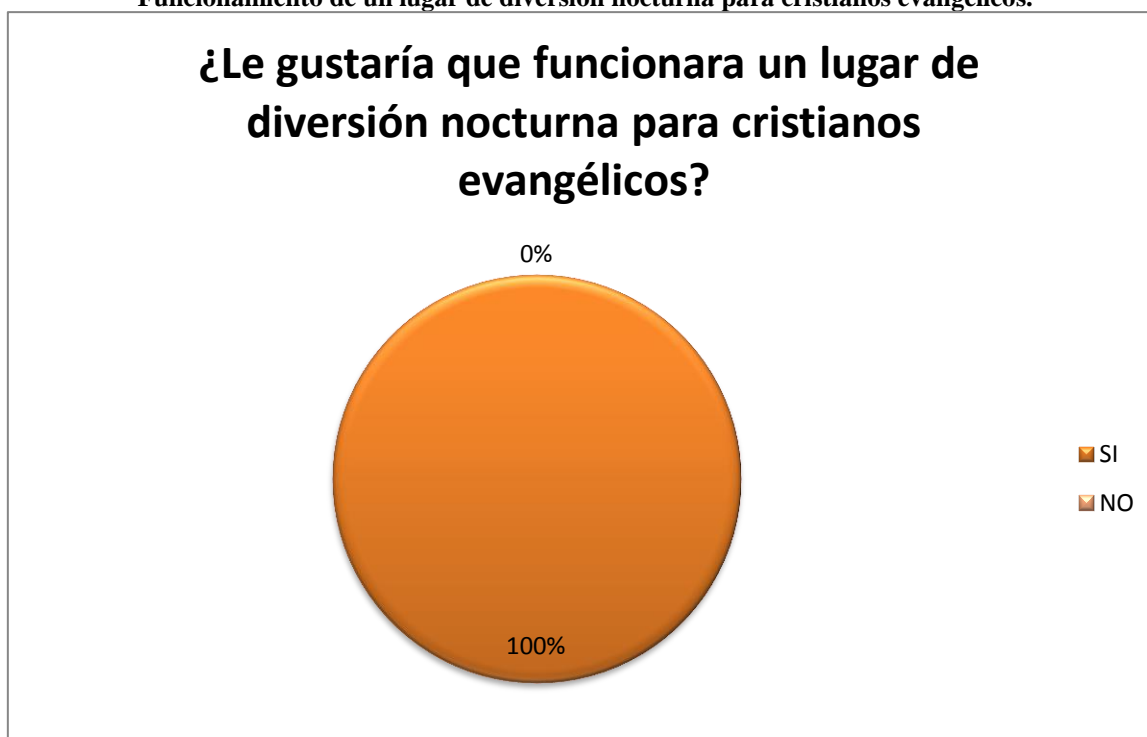
Como se puede apreciar, el 100% de los encuestados dio una respuesta negativa al momento de conocer un lugar en la ciudad de Guayaquil para cristianos que se enfoque a la diversión y distracción nocturna.

3.- ¿Le gustaría que funcionara un lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos?

Cuadro 7.
Funcionamiento de un lugar de diversión nocturna para cristianos evangelicos.

SÍ	383
NO	0
TOTAL	383

Figura 10.
Funcionamiento de un lugar de diversión nocturna para cristianos evangelicos.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

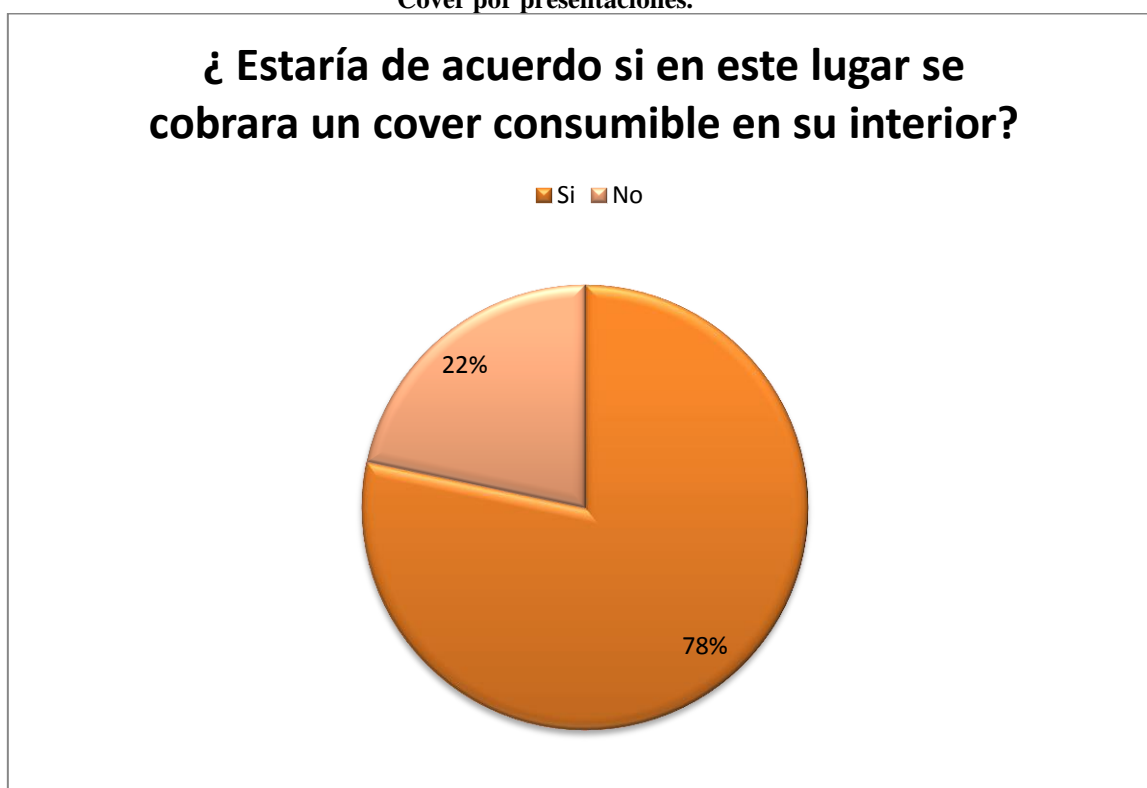
Los encuestados dieron respuestas favorables, para el funcionamiento de un lugar de distracción nocturna, ya que no tienen un lugar para reunirse y poderse distraer después del culto.

4.- ¿Estaría de acuerdo si en este lugar se cobrara un cover consumible en su interior cuando hayan presentaciones?

Cuadro 8.
Cover por presentaciones.

SI	300
NO	83
TOTAL	383

Figura 11.
Cover por presentaciones.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

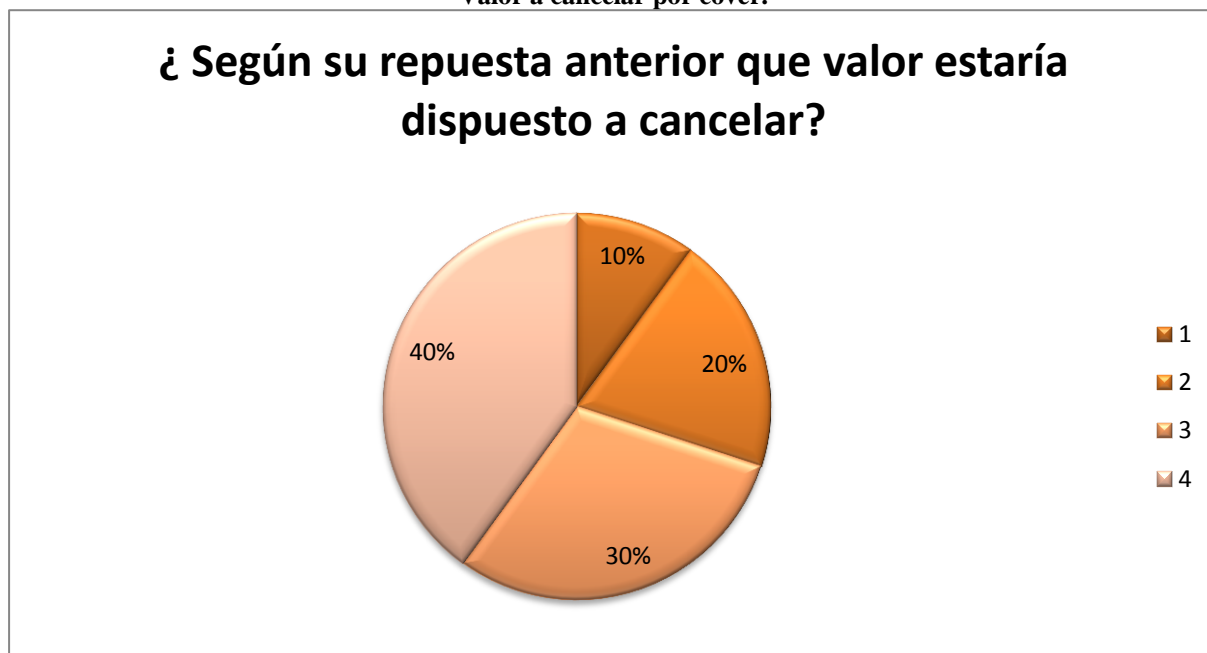
En su mayoría estarían dispuestos a cancelar un valor por el ingreso con la ventaja que es consumible en su interior y no solo por ingresar al establecimiento teniendo claro que es prácticamente el pago adelantado por su consumo en el interior del lugar.

5.- ¿ Según su repuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar?

Cuadro 9.
Valor a cancelar por cover.

\$5	150
\$10	100
\$15	30
\$20	20
TOTAL	300

Figura 12.
Valor a cancelar por cover.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

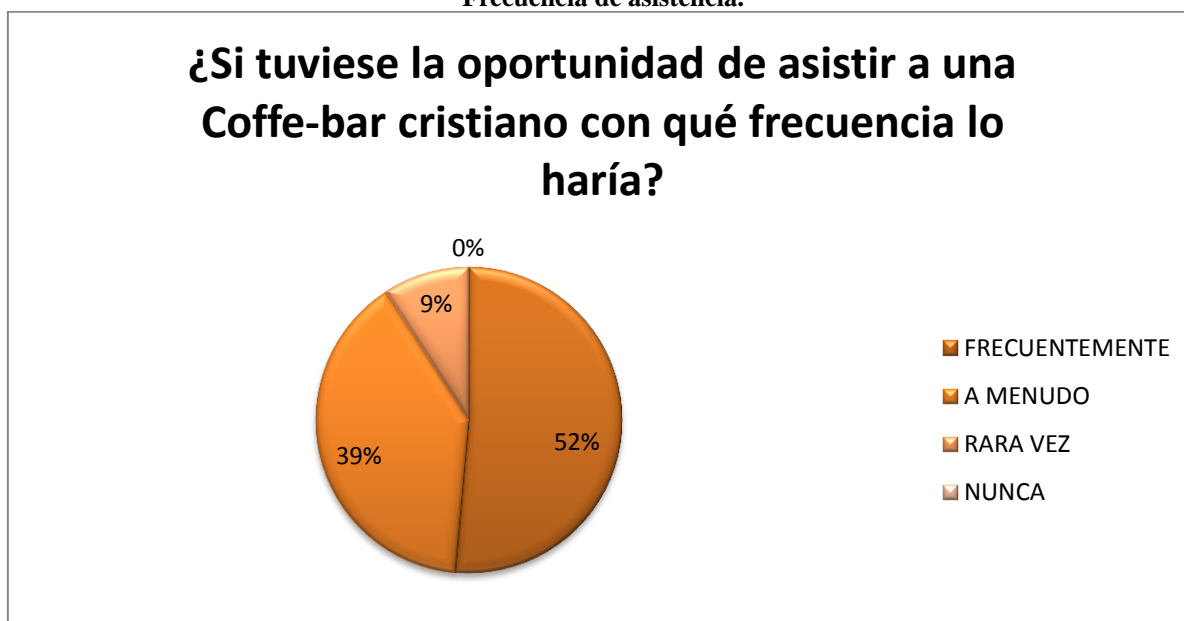
De las personas que dieron una respuesta favorable en la pregunta anterior, en su mayoría estuvieron de acuerdo que el valor idóneo para el cover es de 5 dólares ya que es un valor cómodo y esta al alcance de los bolsillos de los jóvenes cristianos evangélicos aunque el valor que estaba a continuación no esta muy lejos de la aceptación de los encuestados.

6. ¿Si tuviese la oportunidad de asistir a una Coffe-bar cristiano con qué frecuencia lo haría?

Cuadro 10.
Frecuencia de asistencia.

FRECUENTEMENTE	197
A MENUDO	151
RARA VEZ	35
NUNCA	0
TOTAL	383

Figura 13.
Frecuencia de asistencia.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

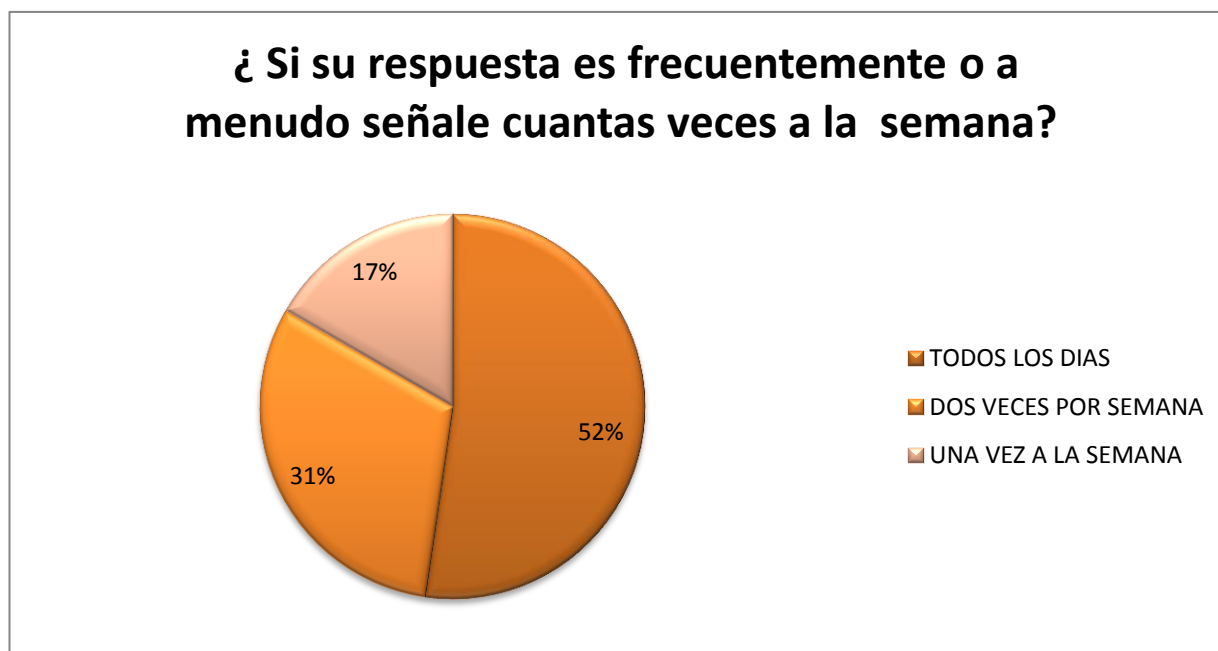
Esta pregunta nos permite conocer con qué frecuencia asistirían al coffe-bar cristiano evangélico y los resultados fueron que el 52% de los cristianos evangélicos irían frecuentemente, el 39% a menudo, el 9% rara vez y el 0% nunca, lo que nos explica que tendríamos un margen de aceptación mayor a la que esperábamos.

7.- ¿Si su respuesta es frecuentemente o a menudo señale cuantas veces a la semana?

Cuadro 11.
Veces que asistirían.

TODOS LOS DÍAS	182
DOS VECES POR SEMANA	108
UNA VEZ A LA SEMANA	58
TOTAL	348

Figura 14.
Veces que asistirían.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

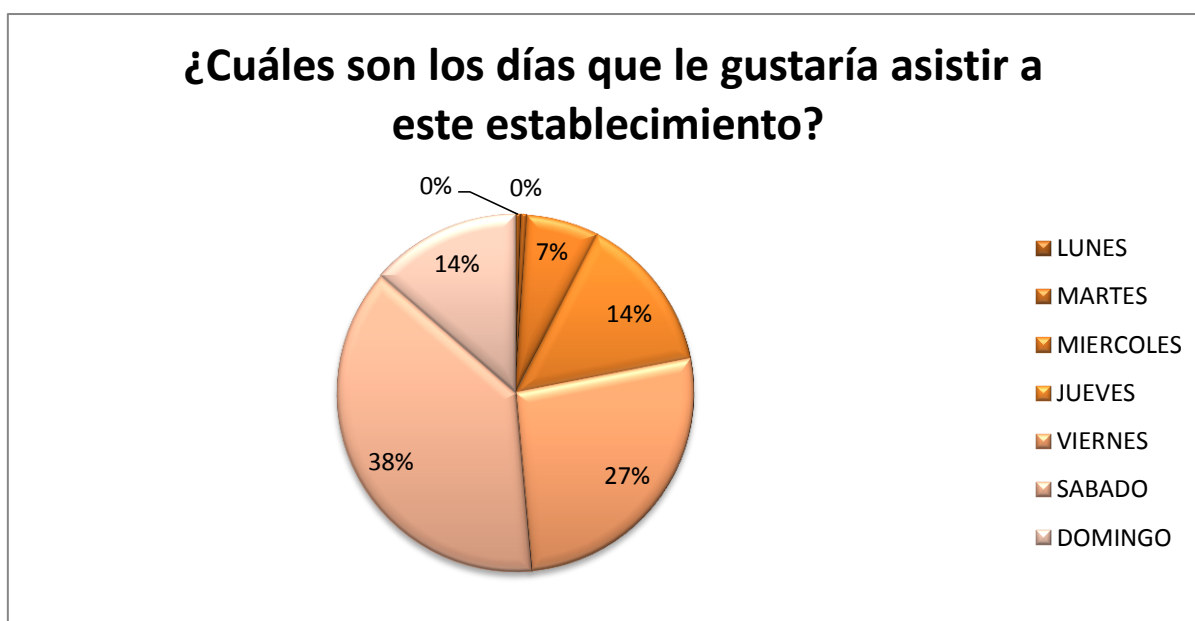
El 17% de los encuestados asistirán por lo menos una vez a la semana, el 31% dos veces por semana y el 52% asistirá todos los días que este abierto el local, teniendo aceptación mayoritaria en los encuestados.

8.- ¿Cuáles son los días que le gustaría asistir a este establecimiento?

Cuadro 12.
Días que asistirían.

LUNES	2
MARTES	2
MIÉRCOLES	25
JUEVES	55
VIERNES	102
SÁBADO	145
DOMINGO	52
TOTAL	383

Figura 15.
Días que asistirían.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

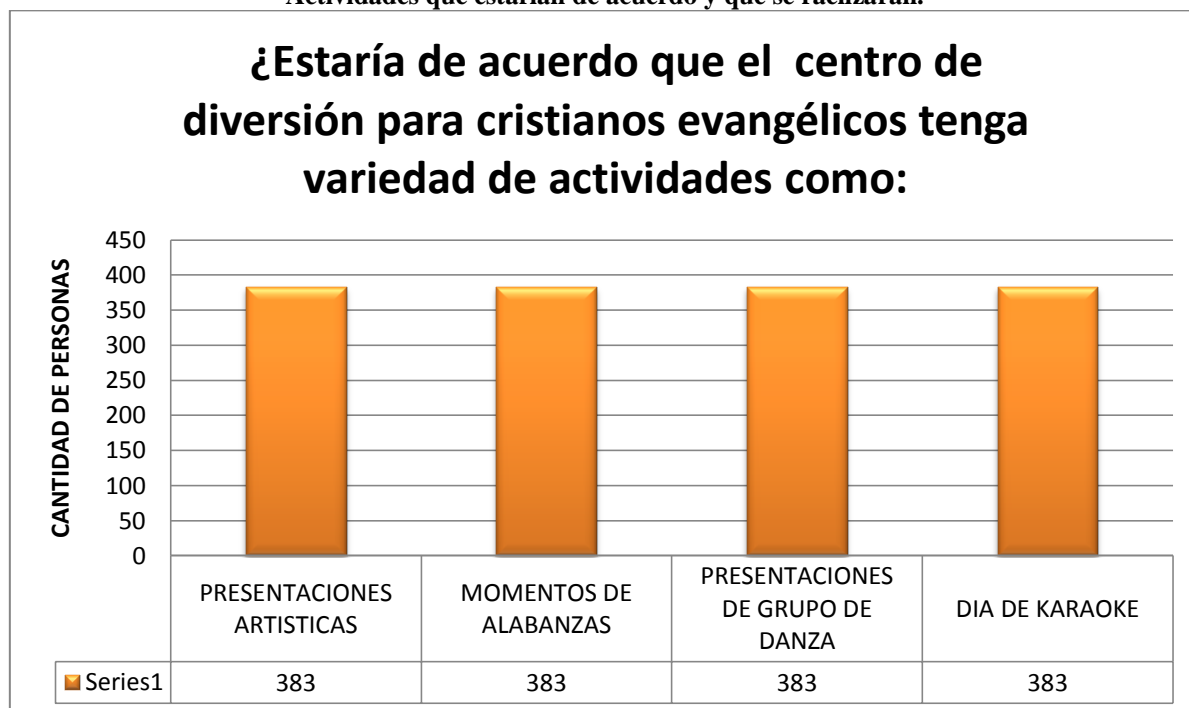
Esta es una de nuestras preguntas claves ya que nos indicaría los días de mayor afluencia para el negocio y los días que no sería necesario abrir el local.

9.- ¿Estaría de acuerdo que el centro de diversión para cristianos evangélicos tenga variedad de actividades como:

Cuadro 13.
Actividades que estarían de acuerdo a que se raelizaran.

PRESENTACIONES ARTÍSTICAS	383
MOMENTOS DE ALABANZAS	383
PRESENTACIÓN DE GRUPOS DE	383
DÍA DE KARAOKE	383
TOTAL	383

Figura 16.
Actividades que estarían de acuerdo y que se raelizarán.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

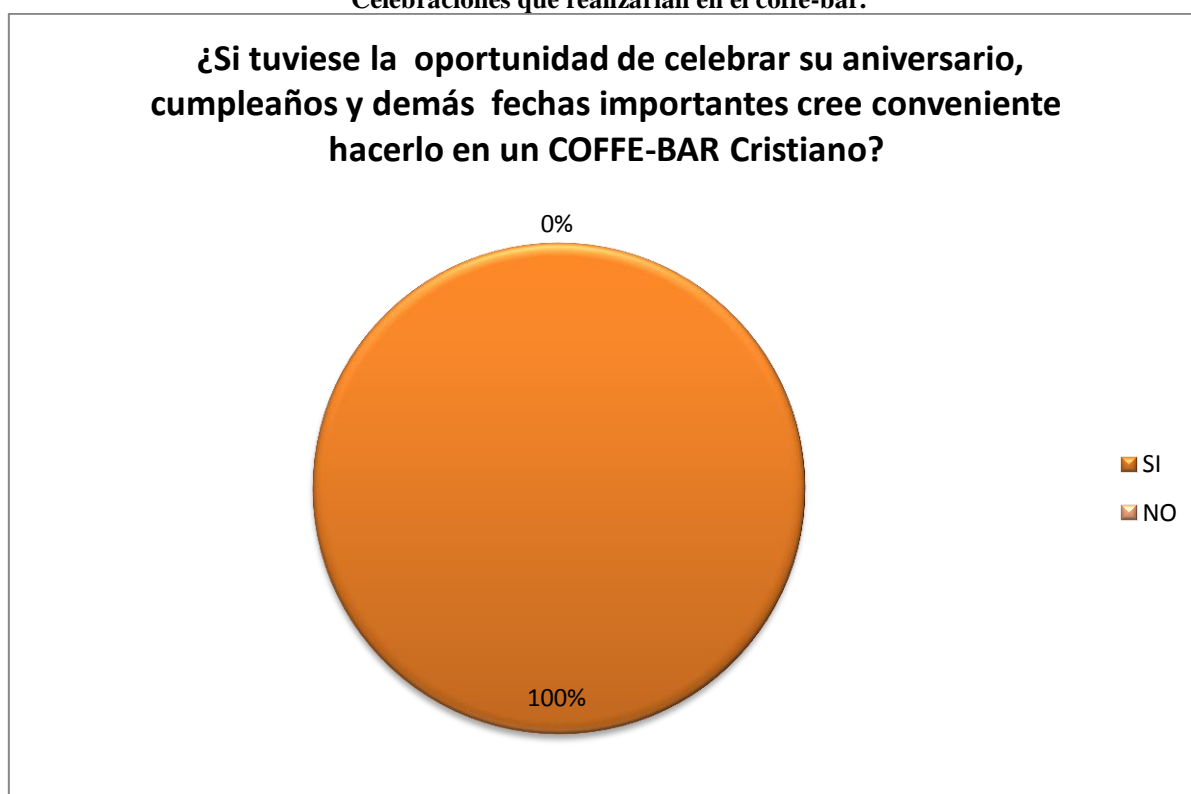
Con esta pregunta nos dan por confirmado que la idea de tener frecuentemente eventos en el local sería un éxito rotundo para el negocio ya que ese tipó de actos llama el interés de los posibles clientes del negocio.

10.-¿ Si tuviese la oportunidad de celebrar su aniversario, cumpleaños y demás fechas importantes cree conveniente hacerlo en un COFFE-BAR Cristiano Evangélico?

Cuadro 14.
Celebraciones que realizarían en el coffe-bar.

SÍ	383
NO	0
TOTAL	383

Figura 17.
Celebraciones que realizarían en el coffe-bar.



Elaborado: por los autores

INTERPRETACIÓN

Aparte de tener donde pasar un rato divertido en cualquier día normal de la semana también pueden celebrar cualquier fecha importante para cada persona y esto es de total agrado para los encuestado y lo cual está reflejado en sus respuestas en las encuetas.

Procesamientos de datos

2.4.1. Tratamiento de la información


La información recopilada, para el presente estudio de factibilidad de la creación de un coffee bar cristiano, serán ordenadas y separadas, de tal manera, que pueda estar disponible para la estructura y comprensión de la información. Tomando en cuenta que la información procesada nos permitirá saber los gustos y preferencias de los cristianos evangélicos del sector norte de la ciudad de Guayaquil.


Recursos


2.5.1. Instrumentos










3.5.1.1 Fungibles

Entre los materiales fungibles para esta investigación hemos utilizado los siguientes:

-  Esferos
- Azul
- Negro
- Multicolores






-  Lápiz de papel

-  Lapicero

-  Sacapuntas metálicos
-  Tinta negra para la impresora
-  Hojas de papel bond
-  Borrador
-  Carpeta
-  Resaltador
-  Verde
-  Naranja
-  Fucsia

3.5.1.2 Permanentes

Entre los materiales no fungibles hemos empleado los siguientes:

-  Impresora HP DESKJET
-  Perforadora
-  Grapadora
-  Silla, Mesa
-  Laptop

2.5.2. Presupuesto

Cuadro 15.
Presupuesto de la encuesta.

DESCRIPCION	CANTIDAD	C/unitario	SUB TOTAL
suministro de oficina	1	20	20
copias	300	0,03	9
tinta	2	5,5	11
resma de hoja	1	4,5	4,5
Subtotal			36,5
Imprevistos		10%	3,65
Total			40,15

Elaborado: por los autores

SON: Cuarenta con 15/100 dólares de los Estados Unidos de América.

Los gastos generados para la elaboración de esta investigación (encuestas) fueron los detallados en los ítems anteriores.

Resultados

Los resultados obtenidos en esta investigación se resumen en el siguiente orden de presentación:

Los cristianos evangélicos requieren un lugar de diversión no existente actualmente en la ciudad de Guayaquil, por lo cual se decidió satisfacer a este nicho.

3.6.1 Beneficios y Desventaja del Proyecto

Con el pasar del tiempo podremos diversificar el mercado y ampliar el giro del negocio no solo con el abrir por las noches, sino también por las tarde y la mañana y funcionar como una cafetería normal y así poder tener otra forma de ingreso para el negocio y poder recuperar la inversión en el menor tiempo posible.

La desventaja que presentaría en el ampliar el giro del negocio es que implicaría o representaría en incurrir en más gastos ya que se contrataría otro personal para las mañanas y tardes y el consumo de servicios básicos aumentaría porque el negocio estaría abierto prácticamente todo el día.

Viabilidad de la investigación

Como se puede analizar en las encuestas realizadas que todas las preguntas tienes como respuestas favorables para el proyecto y el cual nos demuestra que el negocio tendría más del 85% de aceptación dentro del mercado meta. Y esta información es corroborada con el estudio financiero realizado al proyecto y que la recuperación del capital sería en el menor tiempo posible esperado.

Capítulo IV

Propuesta

4.1 Tema

Estudio de factibilidad para la creación y ejecución de un coffe-bar cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

4.2 Propuesta

La idea del proyecto de investigación será de dos socios, y consiste en la creación de un coffe-bar para cristianos evangélicos; donde se pretende llegar a los jóvenes cristianos evangélicos, que se congregan en el sector norte de la ciudad de Guayaquil; con el afán de que tengan un lugar sano de diversión, donde se sientan cómodos y puedan realizar celebraciones de forma moderada.

El objetivo principal es la creación de un coffe bar cristiano evangélico que brinde un servicio de diversión sano con un ambiente acorde a la religión y creencias de ellos.

4.3 Plan estratégico

4.3.1 Nombre de la empresa

El nombre de la empresa será EL CHAI, que está en lengua hebrea y significa Dios viviente, reconocido en el antiguo testamento en JOS 3:10 el Dios de la creación viviente que permea todas las cosas.

El nombre comercial será COFFE- BAR CRISTIANO "EL CHAI"

4.3.2 Razón social

La razón social es: El chaí S.A

4.3.3 Tipo de empresa

Esta empresa será inscrita en la Superintendencia de Compañías, y se constituirá como sociedad anónima.

4.3.4 Eslogan

"El renacer en el compartir"

4.3.5 Logotipo

Figura 18.
Logotipo.



Elaborado: por los autores

4.3.6 Objetivo general

- Determinar la factibilidad de la creación de un Coffe Bar Cristiano Evangélico, ubicado en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, que brinde servicio de diversión sana a la comunidad Cristiana.

4.3.7 Objetivos específicos

- Segmentar al mercado en un solo grupo con varias características específicas para conocer un perfil más real y concreto del mercado meta.
- Analizar los diferentes gustos y preferencias de los clientes en cuanto a productos y servicios complementarios.
- Recolectar información por medio de un diseño de investigación como lo son las encuestas.
- Analizar la información obtenida mediante un sistema de tabulación.
- Definir los potenciales productos a ofrecer en este tipo de establecimiento.
- Establecer la oferta directa e indirecta para el presente proyecto.
- Establecer la posible demanda para conocer si el proyecto está apto para ingresar al mercado.
- Realizar un balance oferta y demanda para conocer la necesidad de la población en cuanto a lo que tiene contra lo que se necesita.

4.3.8 Misión

Introducir en el mercado una organización que satisfaga plenamente las necesidades de los cristianos evangélicos, siendo un complemento espiritual para cada uno de ellos.

4.3.9 Visión

Ser una empresa reconocida en el campo de diversión nocturna sano y llegar a ser un símbolo en la distracción de los cristianos.

4.3.10 Matriz F.O.D.A.

4.3.10.1 Factores Internos de la Empresa

FORTALEZAS

Como fortalezas destacamos los siguientes aspectos:

- Mejoramiento e innovación continua.

Estar a la vanguardia con la música cristiana de moda

- Diversidad de músicas, shows en vivo, donde presentaremos actividades de entretenimiento (karaoke, juegos de pin pon, etc)

Tener actividades constantes en el café para las personas que asisten al mismo.

- Alimentos higiénicamente elaborados y variados.

Tener una gran gama de platos y piqueos a cómodos precios.

- Decoración, ambiente agradable y acogedor.

Renovar cada cierto tiempo el lugar siempre de forma temática que este de acorde con el ambiente del negocio.

- Infraestructura.
- Personal capacitado, permitiendo así una excelencia en el servicio que se ofrece.

Capacitar constantemente al personal en todo lo que se trate del negocio sea esto en música en el área de cocina o en el área de servicio al cliente para poder tratar como se debe a cliente.

DEBILIDADES

- Cambiar el pensar de las personas quienes para divertirse no es necesario ingerir bebidas alcohólicas.

Será una tarea muy difícil ya que la mayoría de las personas tienen la idea de que para poder divertirse y pasar un rato divertido con los amigos o familiares es necesario ingerir bebidas alcohólicas o muchas veces consumir drogas.

- No tener experiencia en el ámbito de distracción nocturna.

Tratándose de dos jóvenes católicos en realzar este proyecto que desean incursionar en el ámbito de la diversión nocturna cristiana evangélica puede haber la posibilidad de que tengamos el apoyo suficiente sobre lo que es la diversión de las personas cristianas evangélicas.

4.3.10.2 Factores Externos de la Empresa

OPORTUNIDADES

- Demanda insatisfecha.

Las personas cristianas evangélicas no tienen un lugar diferente donde divertirse sanamente a más de las salas de cines centros comerciales y salas de bolos.

- Inexistencia de competencia directa.

No hay un lugar que se dedique a este mismo ámbito sobre la diversión nocturna de los hermanos cristianos evangélicos en la ciudad.

- Ubicación estratégica.

Nuestra ubicación del local será muy importante ya que nos ubicaremos en un sector importante de la ciudad de Guayaquil donde se asienta la mayoría de las iglesias cristianas referentes.

- Aumento de población de cristiana evangélica.

Será una gran oportunidad para la incrementación de nuestros clientes

AMENAZAS

- Negocio nuevo competencia.

Creación de nuevos locales con el mismo giro de nuestro negocio.

- La inestabilidad política del país.

Creación de nuevas políticas sobre los lugares de diversión nocturna de cualquier índole.

- Precios competitivos.

Al no tener mucho conocimiento sobre el ámbito de diversión nocturna no poder colocar precios competitivos en el coffe bar.

- Desconocimiento de los proveedores.

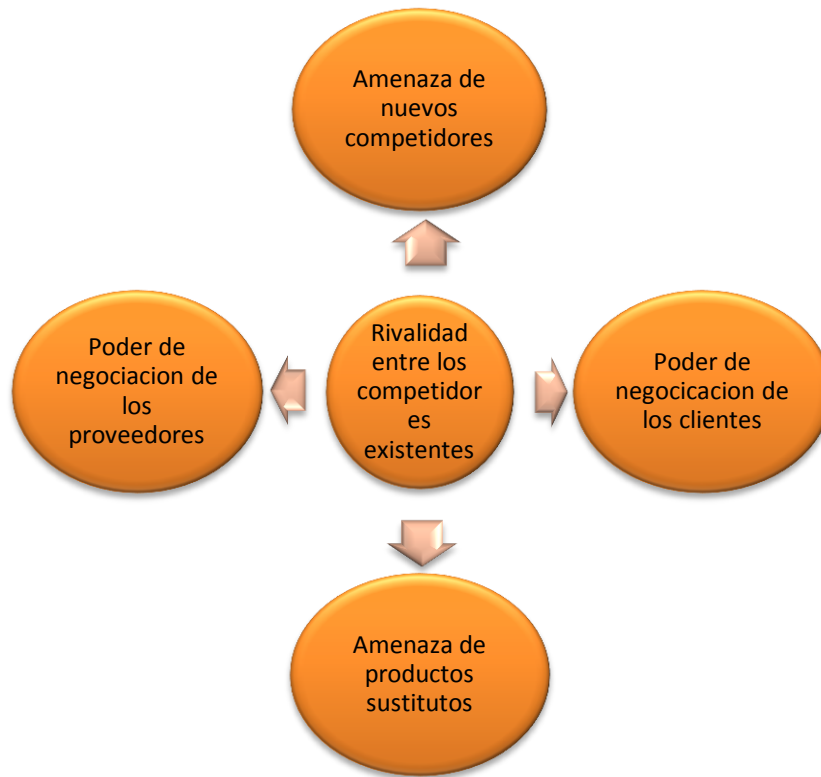
No saber qué tipo de proveedores será el idóneo para el negocio.

- Inestabilidad económica.

- Créditos bancarios.

4.3.11 Fuerzas de Porter

**Gráfico 1.
Fuerzas de Porter.**



Elaborado: por los autores

4.3.11.1 Amenaza de nuevos competidores:

Esta fuerza pretende enfocarse a las barreras de entradas y salidas que hay en el mercado; cuanto más fácil sea entrar en el mercado mayor será las amenazas, ya que otras empresas puedan ingresar al mismo segmento.

En el caso de El chaí S.A. las principales barreras de entradas es la implementación total del coffe-bar, ya que estas no son obstáculos para que puedan competir.

4.3.11.2 Poder de negociación de los proveedores:

El poder de negociación de los proveedores es alto, porque aunque no existe un coffe-bar para cristianos evangélicos, si existe coffe-bar, para personas que profesan otras doctrinas los cuales utilizan los mismos elementos que se implementarán para la diversión de los mismos.

4.3.11.3 Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación de los clientes es bajo, ya que en la actualidad no hay empresas que ofrezcan el mismo servicio, que ofrece El chaí S.A.; para la diversión y distracción sana de los cristianos evangélicos.

4.3.11.4 Amenaza de los productos sustitutos:

En Guayaquil, existen varios lugares donde los cristianos evangélicos pasan momentos amenos, como lo son las salas de cines, las salas de bolos, las bibliotecas, etc., que aunque no son iguales, pueden reemplazarnos al momento de decidir donde ir.

4.3.11.5 Rivalidad entre los competidores existentes:

La rivalidad entre competidores la podemos definir como la rentabilidad de un sector o la respuesta a las cuatro fuerzas anteriores, entre menos competido sea un sector mayor será la rentabilidad de este.

El chaí S.A. es una empresa que en la actualidad no tiene competencia directa, pero si la amenaza de lugares sustitutos para la diversión de los cristianos evangélicos.

4.3.12 Estrategias corporativas

4.3.12.1 Estrategia (diferencial):

La estrategia de diferenciación que utilizara El chaí S.A,será entregar un lugar original donde los cristianos evangélicos puedan compartir y degustar alimentos y bebidas de alta calidad donde se sientan cómodos, y puedan hacer cosas que les guste como, asistir a una presentación de danza o presentaciones artísticas de cantantes o actores cristianos en una ambiente sano y acorde a sus necesidades; El chaí S.A. trabajará con esta estrategia la cual nos permitirá tener un valor agregado.

4.3.12.2 Posicionamiento esperado

Al ser nuevos en el mercado, El chaí S.A. desea generar una actitud favorable no solo en los cristianos evangélicos, sino al público en general, a través de una marca representativa, obteniendo una aceptación rápida frente a los lugares sustitutos, y esperando ser líderes en el servicio de alimentación y distracción nocturna sana.

4.3.13 Valores

Carrera, Alloza, Carrera (2013) Los valores son generados de actitudes sociales favorables o desfavorables, según el grado, en que se perciba que la corporación responde a los valores enraizados en la comunidad, es decir, que la empresa no puede pedir valores si la cabeza principal de ella no los tiene.

- Puntualidad
- Espíritu de servicio
- Respeto
- Humildad
- Honradez
- Lealtad
- Disciplina

4.3.13.1 Valores corporativos

La organización estará dirigida por valores corporativa los cuales resaltarán el direccionamiento del negocio.

Como los son:

Liderazgo

Permitirle al personal, fomentar nuevas ideas aplicables a la empresa. Para que así se sienta seguro, siendo líderes en el servicio y atención al cliente.

Agilidad

Es la facilidad y rapidez con la que se realizaran todas las labores y procesos, atender de forma fluida y satisfactoria al cliente.

Cumplimiento.

Es la realización de nuestras labores, con características de calidad. En nuestra empresa este valor se verá reflejado en la salida y entrega del producto.

Equidad

Brindar las mismas oportunidades ofrecidas a los trabajadores versus al crecimiento de la empresa o en los días festivos donde hay más concurrencia de clientes.

Compromiso

Este valor nos permitirá pasar de una promesa a los hechos generando resultados satisfactorios y verídicos al cliente.

4.3.14 Estrategia de mercado

El marketing mix es una de las mejores herramientas que se utilizan, para velar la satisfacción de los clientes, el cual se define por cuatro elementos importantes:

- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Promoción
- ✓ Plaza/Distribución

Ya que la empresa es nueva en el mercado, se implementarán estrategias de penetración enfocadas a las redes sociales (que son muy visitadas en la actualidad) y obtener un efecto positivo en aceptación.

4.3.14.1 Producto:

El producto que se ofrecerá es una cafetería dirigida a los cristianos evangélicos sin límite de edad, en este lugar se brindará alimentos, bebidas, servicios y entretenimiento, en un ambiente sano y acogedor siendo un factor de mucha importancia y deberá ir acorde con los demás aspectos del proyecto.

Figura 19.
Productos.



Elaborado: por los autores

En fechas especiales se contará con cronograma de actividades detallados a continuación:

Figura 20.
Cronograma de actividades según fechas especiales.

FECHAS ESPECIALES			
FECHAS	EVENTOS	ACTIVIDADES	CELEBRACION
ENERO	AÑO NUEVO	PRESENTACION ESPECIAL DE ARTISTAS INVITADOS, SHOP DE COCTEL GRATIS PARA LAS PRIMERAS 50 PERSONAS QUE INGRESEN AL LOCAL	BIENVENIDA DEL NUEVO AÑO
FEBRERO	DIA DEL AMOR Y LA AMISTAD	PRESENTACION DE GRUPO	DECORACION ESPECIAL EN LOS PLATOS Y BEBIDAS, REFERENCIAL AL DIA DEL AMOR
MARZO	DIA DE LA MUJER	PRESENTACION DE GRUPO DE DANZA,	DECORACION ESPECIAL EN LOS PLATOS Y BEBIDAS
ABRIL	SEMANA SANTA	PRESENTACION DE GRUPO DE TEATRO CRISTIANO: MENSAJE DE RESURRECCION	DECORACION ACORDE AL DIA
MAYO	DIA DE LA MADRE	PRESENTACION DE ARTISTAS INVITADOS, DETALLE A LAS MADRES	DECORACION ACORDE AL DIA
JUNIO	DIA DEL NIÑO DIA DEL PADRE	SERENATA Y TEATRO PARA PAPÁS	DECORACION ACORDE AL DIA
JULIO	FUNDACION DE GUAYAQUIL	SHOWS VARIADOS	DECORACION FESTIVIDADES DE GUAYAQUIL
OCTUBRE	FIESTAS OCTUBRINAS	SHOWS VARIADOS	DECORACION ACORDE AL DIA
NOVIEMBRE	DIFUNTOS	COLADA MORADA	
DICIEMBRE	NAVIDAD	VENTA DE CUPCAKES Y GALLETERIA CON IMÁGENES NAVIDEÑAS	DECORACION ACORDE AL DIA
	DESPEDIDA DEL AÑO	POR LA COMPRA DE TABLA JOSE, GRATIS PORCION DE PAPAS FRITAS	DECORACION ACORDE AL DIA

Elaborado: por los autores

Carta propuesta:

En la carta se presentarán platos fríos y calientes, snacks, bebidas y postres.

Para innovar en el coffe-bar se preparará algo diferente como son tablitas calientes y frías, las que consisten en una variedad de picadillos de queso, pollo o embutidos, el diferencial será que el cliente tendrá la opción de decidir el picadillo que más prefiera y diseñar la tablita a su gusto, las decoraciones de los platos serán según las fechas festivas o especiales, los postres es parte de lo mejor que se ofrecerá, y estará dividido entre, helados, pasteles, frutas, galletas etc. En la carta como parte complementaria tendrá bebidas naturales como jugos batidos aguas chocolates fríos y calientes, café y aguas aromáticas.

**Cuadro 16.
Café.**

<i>Café</i>		
Express	\$	1.51
Cappuccino	\$	2.56
Café moka	\$	2.75
Café moka crema	\$	2.82
Nescafé con leche	\$	1.74
Descafeinado	\$	1.52

Elaborado: por los autores

**Cuadro 17.
Té.**

<i>Té</i>		
Té con leche	\$	1.81
Té Inglés	\$	1.59
Té de hierbas	\$	1.59

Elaborado: por los autores

**Cuadro 18.
Chocolates.**

<i>Chocolates</i>		
Chocolate caliente	\$	2.30
Chocolate helado	\$	2.30

Elaborado: por los autores

**Cuadro 19.
Jugos y batidos.**

<i>Jugos y batidos</i>		
Jugos naturales de diferentes frutas	\$	2.17
Batido de diferentes frutas	\$	2.39
Milk shake	\$	2.30

Elaborado: por los autores

**Cuadro 20.
Cocteles ñin alcohol.**

<i>Cocteles sin alcohol</i>	
<u>Orgullo puritano</u>	\$ 2.34
Arándano, almíbar de durazno, sidra de manzana sin alcohol y hielo picado)	
<u>Soda de kiwi</u>	\$ 2.02
(kiwi, lima, sprite y hielo picado)	
<u>Edén</u>	\$ 2.36
(piña, almíbar de piña, kiwi. Leche condensada y hielo picado)	
<u>Abel</u>	\$ 2.26
(Mojito de fresa: fresa, hielo, hoja de menta, zumo de lima, azúcar morena y guitig limón)	
<u>Diluvio de sabor</u>	\$ 2.34
(Smoothie de naranja: naranja, platano, yogurt natural, miel y hielo efecto granizado)	
<u>Abrahan</u>	\$ 2.71
(melocotón, granadilla, zumo de naranja, crema de leche, jarabe de cereza, canela y hielo)	

Elaborado: por los autores

**Cuadro 21.
Bebidas.**

<i>Bebida</i>	
Gaseosas	\$ 1,00
Agua mineral	\$ 1,00
Agua sin gas	\$ 1,00

Elaborado: por los autores

**Cuadro 22.
Helados.**

<i>Helados</i>	
Copa 2 sabores	\$ 1.47
Copa 3 sabores	\$ 1.50
<u>Torre de babel</u>	\$ 2.09
(Copa suiza: 3 sabores, merengue, chantilly, salsa de chocolate, palos de barquillos y cereza)	
<u>Arca de Noé</u>	\$ 1.65
(Banana Split: banana, 3 sabores, merengue, chantilly y salsa de chocolate)	
<u>Mar Rojo</u>	\$ 3.33
(Peach Melba: helado de vainilla, durazno, fresas, jarabe de fresas y crema chantilly)	
<u>Zarza Ardiente</u>	\$ 2.19
(Freddo: helado de cerezas, jarabe de cereza, chantilly, barquillo de vainilla, avellanas y chocolate)	

Elaborado: por los autores

**Cuadro 23.
Postres.**

<i>Postres</i>	
Mousse de maracuyá	\$ 2.61
Cheese cake	\$ 4.87
Mil hojas	\$ 2.25
Tres leches	\$ 3.02
Frutillas con crema	\$ 1.56
Frutillas con chocolate	\$ 2,88
Carlota de piña	\$ 6,18
Selva negra	\$ 4,13

Elaborado: por los autores

**Cuadro 24.
Snacks.**

<i>Snacks</i>		
Papas fritas	\$	1.90
Doritos con queso cheddar	\$	4.59

Elaborado: por los autores

**Cuadro 25.
Sanduches.**

<i>Sanduches</i>		
<u>Juan</u>	\$	2.45
(Sanduche mixto: jamón, queso y salsa especial)		
<u>Mateo</u>	\$	2.67
(sanduche de perrnil de cerdo)		
<u>Marcos</u>	\$	2.61
(Sanduche de pavo)		
<u>Lucas</u>	\$	3.73
Sanduche 3 quesos, jamón y orégano)		

Elaborado: por los autores

**Cuadro 26.
Tablas.**

<i>Tablas</i>		
<u>Isaac</u>	\$	3.61
(Queso, jamón, aceituna verde, aceituna negra, salsa especial)		
<u>Jacob</u>	\$	2.78
(Queso cheddar, queso mozzarella, y quesos maduros)		
<u>José</u>	\$	5.64
(4 Alitas picantes, pechuga de pollo, chorizas, lomo y 4 pinchos de camarones asados en salsa de maracuyá)		

Elaborado: por los autores

4.3.14.2 Precio:

Para la aplicación de los precios, tomaremos en cuenta la economía de los cristianos evangélicos, por medio de un sondeo, el cual determino que están en un rango de \$2 a \$20 cada plato de la carta del coffe-bar cristiano evangélico, este irá en función de la rentabilidad, participación, estrategia competitiva y de los objetivos que se ha trazado desde el principio.

4.3.14.2.1 Estrategias para la insertación en el mercado

Se asignará un precio más bajo, con el fin de atraer la mayor cantidad de clientes a el local y de esta manera obtendremos más participación en el mercado.

Esta estrategia la utilizaremos para captar la atención de los cristianos evangélicos con el fin de que ya no busquen en otros lugares, sino que vayan directamente al coffe-bar.

4.3.14.2.2 Cambios de precios

Al enfocarse en estrategias adecuadas para fijación de precios, evaluaremos cuales son las más convenientes, para incrementar o disminuir los precios, y poder ajustar los mismos si fueran necesarios, en los dos casos se preverá la reacción de los consumidores y de la competencia.

Para lo cual se utilizara estrategias como:

Precio psicológicos.- el cual consiste en establecer una valor que termine en número impar generalmente es en 5 o en 9, podremos poner un ejemplo, si un producto tiene el precio de \$3

según esta estrategia se le puede marcará un precio de \$2.99, y de esta forma el cliente tendrá la sensación de haber adquirido un producto de \$2 cuando en realidad compro uno de \$3.

Recorte de precios.- esta postura puede ser tomada por varias razones, la principal es cuando hay mucha cantidad de producto almacenado y se requiere vender lo antes posible el stock o cuando la empresa disminuyo la participación en el mercado y necesita dominarlo con precios bajos.

Aumento de precios.- esta es una medida que no siempre se utiliza con agrado ya que los consumidores se sienten que se aprovecha de ellos, los aspectos por lo que se toman esta medida esa:

Elasticidad

Costo de la materia prima elevado

Compensar el valor que paga el cliente, con la calidad y el servicio del producto.

4.3.14.3 Promoción:

Se hará un conjunto de actividades, las cuales harán conocer los servicios y productos que ofrecerá el coffe-bar cristiano y de esta manera incrementar las ventas.

Las promociones dirigen el producto hacia el consumidor, por medio de herramientas o materiales controlados por la empresa al mercado meta.

3.3.14.3.1. Publicidad

Para dar a conocer el coffe-bar cristiano, realizaremos varias publicidades en 3 etapas distintas, como lo son: las etapas de pre-lanzamiento, posicionamiento y mantenimiento; divulgadas en medios publicitarios.

Estas son:

➤ Medios auditivos: Este medio se utilizara en la etapa de pre-lanzamiento y en la etapa de mantenimiento, ya que el mismo tiene gran cobertura a nivel nacional, y es de mucha ayuda al momento de dar a conocer algún producto o servicio que se desea incorporar o promocionar en el mercado.

La publicidad en radio se dará una semana antes de la inauguración y dos semanas después, todos los días en horarios y programaciones especiales, y se disminuirá gradualmente en las semanas siguientes, aproximadamente entre la cuarta y quinta semana.

La empresa trabajará con una emisora de radio la misma que transmitirá información sobre el día de la inauguración y anuncios de El Chaí S.A, en espacios diseñados a la publicidad, conocidos como cuñas radiales.

La estación de radio que se escogió, para el anuncio del coffe-bar cristiano El Chaí S.A. Es:

Radio HCJB2 102.5 FM

Esta estación de radio fue escogida por el grado de aceptación que tiene en la familia cristiana evangélica, puesto que tiene programas para adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores muy interesantes; llegando de esta forma a las personas que va dirigido el proyecto.

El coffe-bar cristiano evangélico El Chaí S.A. será anunciado por el locutor para lo cual se le detallará lo que se ofrecerá en el local, como lo es el entretenimiento, la dirección, los teléfonos, fan page, whatsapp, para reservaciones etc.

La radio tiene programación muy interesantes para jóvenes-adultos tres veces al día, por lo cual en esta programaciones se harán los anuncios de El Chaí S.A. y serán de 30 segundos cada anuncio,(cada anuncio tiene un costo de \$3).

Cuadro 27.
Publicidad en radio.

ESTACIÓN	MENCIÓN	DÍAS	COSTO	# DIAS	TOTAL
RADIAL		LUNES A			
RADIO HCBJ2	3	VIERNES	9	21	\$189

Elaborado: por los autores

➤ Medios gráficos: Utilizaremos este medio en la fase de posicionamiento y mantenimiento, los medios gráficos que utilizaremos son: los diarios son publicaciones periódicas y es uno de los medios más utilizados;

Constan de mayor credibilidad, al utilizar este medio nuestro mensaje tiene permanencia ya que el lector puede volver a leer el diario y tienen amplio peso informativo.

➤ Medios on-line: Internet es el medio de publicidad de gran revolución en estos tiempos, para lo cual se creará una página Web del coffe-bar cristianos El Chaí S.A. y a la vez una fan page en Facebook para dar a conocer los shows, presentaciones tanto de teatro, danza y alabanzas que se tendrá ese día.

Figura 21.
Fan Page en Facebook.



Elaborado: por los autores

➤ Medio exterior: En estos medios podemos utilizar varias estrategias para dar a conocer a El Chaí S.A. , como lo son las volantes, las cuales estarán presentes en las diversas iglesias evangélicas más reconocidas tanto en el norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil.

Cuadro 28.
Volantes.

CADA MILLAR	EN UNA SEMANA	SEMANAS	EN 3 SEMANAS	VALOR
\$ 6,50	4	3	12	\$ 78,00

Elaborado: por los autores

4.3.14.4 Plaza/Distribución

Este establecimiento estará ubicado en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, puesto que es de gran crecimiento comercial, turístico y económico.

Esta ubicación nos favorecerá en la venta directa hacia el consumidor, optando por una relación directa con el cliente

Figura 22.
Av. Las monjas.



Elaborado: por los autores

4.4 Estructura organizacional

Este proyecto de factibilidad busca crear una empresa, con personal multidisciplinario de profesionales que velarán por la buena atención al cliente.

Al ser una empresa pequeña será de responsabilidad limitada, donde se considera que no se requiere de un excesivo personal, como en el organigrama divisional que mostramos aquí:

**Gráfico 2.
Estructura Organizacional.**



Elaborado: por los autores

4.4.1 Perfiles de los empleados

4.4.1.1 Perfil del gerente general.

Objetivo del cargo.- Este perfil será ejercido por los creadores del proyecto, y a la vez uno de ellos asistirá como representante legal de la empresa, sus funciones serán la de fijar políticas operativas y de calidad en base a los parámetros fijados, deberán ser capaces de tomar decisiones de forma rápida enfocadas a garantizar el cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales.

Formación académica.- Ingeniero Comercial

Asignación salarial.- \$600.00

Funciones del cargo.-

- Coordinar el trabajo de compras, bodega servicio y cocina
- Firma de cheques para el pago del personal
- Desarrollar estrategias de marketing para el éxito del coffe-bar
- Proponer la renovación de la imagen del coffe-bar si fuera necesario
- Será responsable de informar capacitar y motivar al personal
- Velará por el buen funcionamiento del coffe-bar
- Coordinar con la persona encargada de cocina, todo lo referente a la carta (costos y precios de los alimentos)
- Registrar la facturación de la empresa
- Visualizar nuevos mercados para en un futuro abrir una sucursal
- Elaborar reportes financieros para la toma de decisiones

4.4.1.2 Perfil del encargado de cocina

Objetivo del cargo.- ejecutar todas las actividades del área de cocina relacionada con la elaboración de los alimentos o pedidos de coffe-bar, tomando en cuenta la presentación y gusto de los clientes.

Formación académica.- estar cursando los últimos años de licenciatura en gastronomía u obtener un certificado de alguna institución que avale su experiencia.

Asignación salarial.- \$420.00

Función del cargo

- Manipulación y preparación impecable de los alimentos
- Coordinar las funciones de compras contabilidad y costos.
- Realizar oportunamente la solicitud compras de acuerdo a lo requerido.
- Localizar el proveedor y fijar los precios de materia prima
- Inspeccionar la calidad de los alimentos y mano de obra
- Controlar el almacenamiento de los alimentos en bodega

4.4.1.3 Perfil de salonereros

Objetivo del cargo.- será el anfitrión del coffe-bar quien velará para que cada persona que ingrese al lugar se ubique en el sitio que más le agrada y se sienta cómodo.

Formación académica.- bachiller

Asignación salarial.- sueldo básico \$354.00

Función del cargo

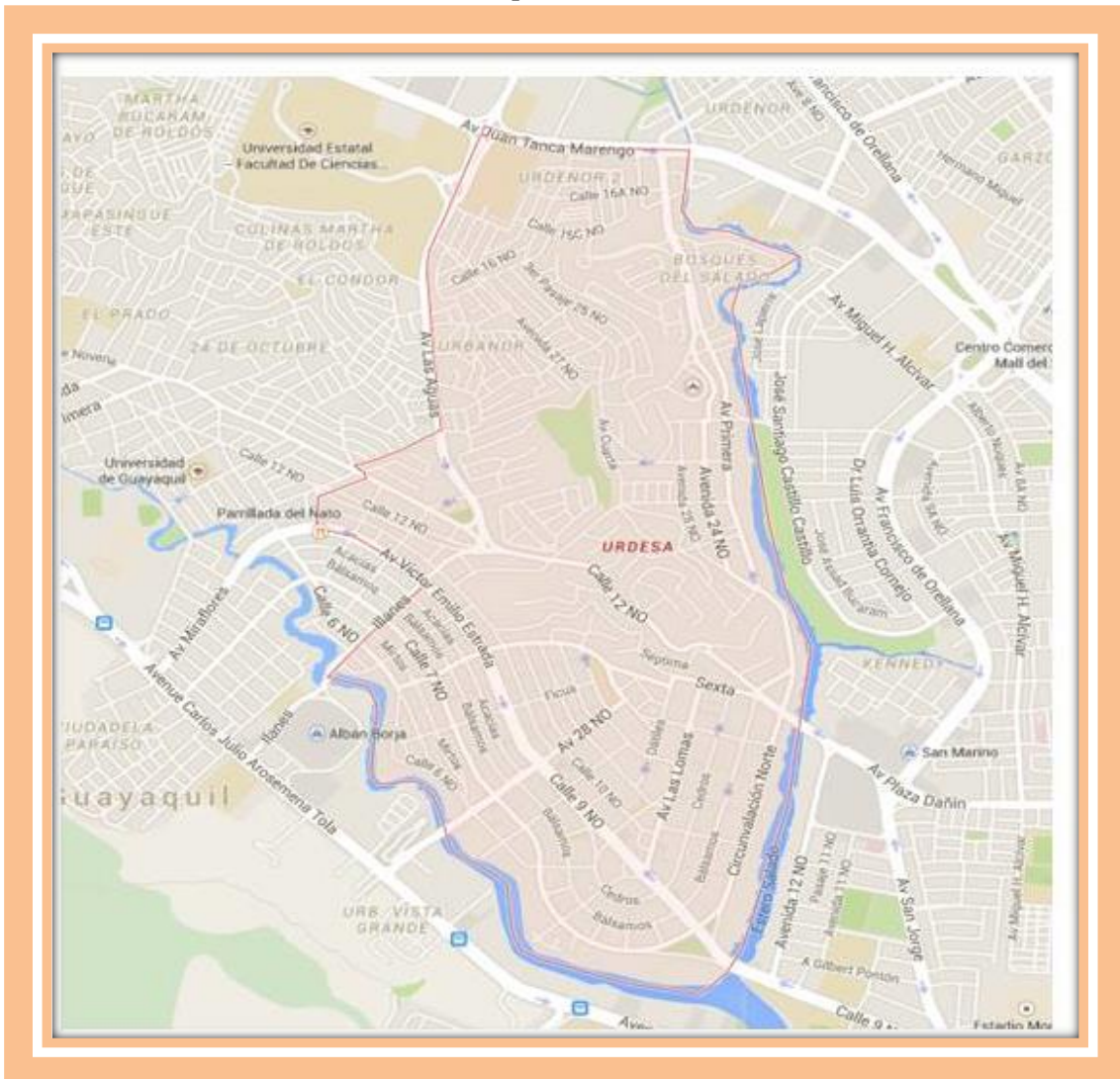
- Se encargará de la bienvenida al cliente
- Limpiará las mesas
- Llevará las bebidas o alimentos a los clientes
- Será responsable del montaje de las mesas
- Tendrá conocimiento de lo que lleva cada plato o bebida que entregue

- Tomará la orden del cliente
- Llevará la cuenta al cliente
- Entrega el dinero al cajero
- Despedirá al cliente.

Nota. Cada cierto día se escogerá a un salonerero para que haga la función de cajero.

Localización estimada

Figura 23.
Mapa de Urdesa.



Elaborado: por los autores

El local estará ubicado en la ciudad de Guayaquil en el sector norte, Urdesa central, avenida las Monjas y Pérez Concha, el mismo que cuenta con 400 metros cuadrados y tiene aire acondicionado central, este tendrá un valor de alquiler de \$750.00 más I.V.A, quiere decir que el valor del alquiler es de \$840.00 dólares americanos.

Figura 24.
Localización del local a alquilar.



Elaborado: por los autores

Al realizar la distribución del área del trabajo tomaremos en cuenta los siguientes aspectos:

El uso efectivo de las instalaciones, para tener la circulación adecuada de las personas hacia distintos lugares (baño, bar etc.).

Excelentes condiciones de trabajo lo que permitirá la disminución de costo y el incremento de productividad.

La infraestructura del local estar dividido de la siguiente forma:

- Oficina del gerente general
- El cajero estará en un lugar del bar, con la máquina registradora respectiva, y se encargará de coger el pedido
- La cocina, la cual estará justo en la parte trasera del bar
- Los baños
- Habrá una tarima
- Y las mesas y sillas respectivas, para los clientes

Figura 25.
Estructura de El Chaí.



Elaborado: por los autores

Activos

4.6.1 Requerimientos de equipos

4.6.1.1 Maquinarias y equipos

Para realizar este proyecto de emprendimiento se necesitará de varios recursos, como lo son las maquinarias para la elaboración de los productos a vender.

Cada una de estas maquinarias son utilizadas para la elaboración de distintas bebidas y alimentos y a la vez mantenerlos en refrigeración tal cual sea el caso.

Cuadro 29.
Maquinaria y equipo.



Maquinaria y Equipo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina de ind. 4 quemadores plancha y horno	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Freidora con plancha	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Nevera	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
Extractor de olores	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Microondas	3	\$ 380,00	\$ 1.140,00
Batidora eléctrica	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Licuada 2 lt	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Licuada 8 lt	1	\$ 652,74	\$ 652,74
Capuccinera	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Cafetera electrica 10 tz	3	\$ 80,00	\$ 240,00
abre latas electrico	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Congelador	1	\$ 3.355,00	\$ 3.355,00
Juguera de 3 pozos 12 lt cada pozo	2	\$ 1.480,00	\$ 2.960,00
Tostadora	3	\$ 680,00	\$ 2.040,00
Refrigeradora de puerta transparente	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
Cilindro de Gas 45kg	2	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 17.237,74

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.1.2 Equipo de computación.

Cuadro 30.
Equipo de computación.



Equipo de computación

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora completa	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Impresora hp	2	\$ 315,00	\$ 630,00
TOTAL			\$ 1.830,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: por los autores

4.6.1.3 Equipo de oficina.

Cuadro 31.
Equipo de oficina.



Equipo de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja registradora	2	\$ 150,00	\$ 300,00
telefono inalambrico panasonic	2	\$ 56,85	\$ 113,70
calculadora casio	4	\$ 42,10	\$ 168,40
TOTAL			\$ 582,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado: por los autores

4.6.1.4 Muebles y enseres.

Cuadro 32.
Muebles y enseres.



Muebles y enseres


CONCEPTO	
MUEBLES (anexo 1)	\$ 4.420,00
CRISTALERIA (anexo 2)	\$ 862,00
VAJILLA (anexo 3)	\$ 2.062,00
UTENSILLOS Y ACCESORIOS (anexo 4)	\$ 549,50
DECORACION (anexo 5)	\$ 490,00
UTILERIA (anexo 6)	\$ 4.975,00
EQUIPO DE SONIDO (anexo 7)	\$ 3.632,50
	\$ 16.991,00

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2 Presupuesto de inversión

4.6.2.1 Propiedad, planta y equipo.

Cuadro 33.
Propiedad, planta y equipo.




Propiedad, planta y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 17.237,74
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.830,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 582,10
MUEBLES Y ENSERES	\$ 16.991,00
TOTAL	\$ 36.640,84

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.2 Otros activos

Cuadro 34.
Otros activos.




Otros activos	
DETALLE	VALOR
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	\$ 1.400,00
REGISTRO DE MARCA	\$ 167,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	\$ 200,00
PATENTE MUNICIPAL	\$ 150,00
TOTAL	\$ 1.917,00

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3 Capital de trabajo.

4.6.2.3.1 Arriendos

Cuadro 35.
Arriendos.



		Arriendos	
		MENSUAL	ANUAL
		1,12	
ARRIENDOS	\$ 750,00	\$ 840,00	\$ 10.080,00
DEPOSITO EN GARANTIA	\$ 750,00	\$ 840,00	\$ 840,00

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.2 Mano de obra

4.6.2.3.2.1 Mano de obra primer año

Cuadro 36.
Mano de obra primer año.



Mano de obra primer año

COCINERO (anexo 8)	1	\$ 504,69	\$ 6.056,25
SALONEROS (anexo 9)	4	\$ 5.531,10	\$ 22.124,41
		\$ 6.035,79	\$ 28.180,66

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.2.2 Mano de obra del año siguiente

Cuadro 37.
Mano de obra año siguiente



Mano de obra

COCINERO (anexo 10)	1	\$ 541,13	\$ 5.988,89
SALONERO (anexo 11)	4	\$ 1.843,70	\$ 22.124,41
		\$ 2.384,83	\$ 28.113,30

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.3 Insumos gastronómicos (Materia prima)

La materia prima son los insumos o productos que se utilizará para la elaboración de las bebidas y alimentos a vender en el coffe-bar cristiano El Chaí S.A., se ha tomado las cantidades y valores en razón mensual para obtener el punto de equilibrio y a la vez se ha sacado un cálculo anual, pretendiendo así, tener una proyección de lo que utilizaremos al año.

Cuadro 38.
Insumos gastronómicos



Insumos gastronómicos

mensual	anual
\$ 3.730,73	\$ 44.768,74

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.4 Servicios básicos

Estos los hemos calculado en energía eléctrica por kilovatios hora utilizadas, agua potable, por metros cúbicos, teléfono por minutos y el gas por kilogramo de tanque utilizados (cada tanque tiene 45kg, y utilizaremos 2 tanques).

Cuadro 39.
Servicios básicos



Servicios básicos

DETALLE	CONSUMO	VALOR UNITARIO	TOTAL DEL MES	TOTAL ANUAL
ENERGIA ELECTRICA (kw/h)	1200	\$ 0,45	\$ 540,00	
AGUA (m3)	300	\$ 0,83	\$ 249,00	\$ 6.480,00
TELEFONO (min)	210	\$ 0,09	\$ 18,90	\$ 2.988,00
GAS (KG)	90	\$ 0,16	\$ 14,40	\$ 226,80
			\$ 822,30	\$ 172,80
				\$ 9.867,60

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.5 Sueldos

4.6.2.3.5.1 Sueldo primer año

Cuadro 40.
Sueldo primer año



sueldo primer año

GERENE GENERAL Y ADMINISTRADOR (anexo 12)	2	\$ 1.415,63	\$ 16.987,50
Total			\$ 16.987,50

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.5.2 Sueldo para el año siguiente

Cuadro 41.
Sueldo para el siguiente año



Sueldo para el siguiente año

GERENE GENERAL Y ADMINISTRADOR (anexo 13)	2	\$ 9.118,50	\$ 18.237,00
Total			\$ 18.237,00

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.6 Materiales de administración

Cuadro 42.
Materiales de administración



Materiales de administración

DETALLE	MES	ANUAL
SUMINISTROS DE OFICINA (anexo 14)	\$ 25,00	\$ 300,00
SUMINISTROS DE COMPUTACION (anexo 15)	\$ 65,00	\$ 780,00
Total	\$ 90,00	\$ 1.080,00

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.7 Materiales indirectos

Los materiales indirectos son lo que se va a utilizar para el aseo del local, aseo de uso de personal para los empleados y colocar en los baños tanto de caballeros como en el de damas.

Cuadro 43.
Materiales indirectos



Materiales indirectos (anexo 16)

mes	anual
\$ 364,00	\$ 4.368,00

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.8 Gastos de ventas

Tomamos los gastos en los que incurriremos, para la publicidad y otros, de igual manera se ha especificado mensual y anual para los cálculos.

Cuadro 44.
Gastos de ventas



Gastos de ventas

DETALLE	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
PUBLICIDAD	\$ 350,00	\$ 4.200,00
OTROS	\$ 25,00	\$ 300,00
	\$ 375,00	\$ 4.500,00

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.3.9 Efectivo y equivalente del efectivo

Efectivo y equivalente del efectivo o capital de trabajo es el valor monetario que tiene una empresa para poder seguir con su funcionamiento si una empresa no tuviera un capital de trabajo estable o disponible para poder seguir en marcha se la declararía en quiebra ya que no tiene como solventar gastos.

Cuadro 45.
Efetivo y equivalentes del efectivo




	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
ARRIENDO	\$ 840,00	\$ 2.520,00	\$ 10.080,00
DEPOSITO EN GARANTIA	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 6.035,79	\$ 18.107,37	\$ 72.429,48
MATERIA PRIMA	\$ 3.730,73	\$ 11.192,18	\$ 44.768,74
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 364,00	\$ 1.092,00	\$ 4.368,00
SERVICIOS BASICOS	\$ 822,30	\$ 2.466,90	\$ 9.867,60
SUELDO	\$ 1.415,63	\$ 4.246,88	\$ 16.987,50
MATERIALES ADMINISTRACION	\$ 90,00	\$ 270,00	\$ 1.080,00
GASTOS GENERALES DE VENTAS	\$ 375,00	\$ 1.125,00	\$ 4.500,00
TOTAL	\$ 14.513,44	\$ 41.860,33	\$ 164.921,32

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.4 Inversión inicial

Cuadro 46.
Inversión inicial



Inversión inicial	
Propiedad, planta y equipo	\$ 36.640,84
otros activos	\$ 1.917,00
capital de trabajo	\$ 41.860,33
	\$ 80.418,17

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.5 Estructura de financiamiento

Cuadro 47.
Estructura de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Descripción	Valor	porcentaje
Préstamo bancario	\$ 36.640,84	46%
Capital propio	\$ 43.777,33	54%
total	\$ 80.418,17	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.5.1 Detalle del capital social

Cuadro 48.
Detalle del capital social

DETALLE DEL CAPITAL SOCIAL

Accionistas	No de acciones	valor por acción	total	porcentaje
A	\$ 40.209,08	1	40209,0845	50%
B	\$ 40.209,08	1	40209,0845	50%
TOTAL	\$ 80.418,17		80418,169	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.5.2 Amortización

Cuadro 49.
Tabla de amortización



TABLA DE AMORTIZACION

NOMBRE:	AMADA BONILLA SERRANO	PLAZO MENSUAL:	60 Meses
MONTO:	\$ 36.640,84	PERIODO MENSUAL:	12
INTERES:	11,83%	FECHA DE INICIO:	2015
COMISION		FECHA DE TERMINO:	2019
DIVIDENDO			
VARIABLES			
MONTO	\$ 36.640,84		
No PAGO AÑO	12		
No PERIODO (CUOTAS)	60		
TASA PERIODICA	0,94%		
VALOR DE CUOTA	\$ 800,93		

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

TABLA DE AMORTIZACION

No DE CUOTA	VALOR DE CUO	INTERES	AMORTIZACION	SALDO	anual
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 36.640,84	
1	\$ 800,93	\$ 343,00	\$ 457,93	\$ 36.182,91	
2	\$ 800,93	\$ 338,71	\$ 462,22	\$ 35.720,69	
3	\$ 800,93	\$ 334,38	\$ 466,55	\$ 35.254,14	
4	\$ 800,93	\$ 330,01	\$ 470,91	\$ 34.783,23	
5	\$ 800,93	\$ 325,61	\$ 475,32	\$ 34.307,90	
6	\$ 800,93	\$ 321,16	\$ 479,77	\$ 33.828,13	
7	\$ 800,93	\$ 316,67	\$ 484,26	\$ 33.343,87	
8	\$ 800,93	\$ 312,13	\$ 488,80	\$ 32.855,07	
9	\$ 800,93	\$ 307,56	\$ 493,37	\$ 32.361,70	
10	\$ 800,93	\$ 302,94	\$ 497,99	\$ 31.863,71	
11	\$ 800,93	\$ 298,28	\$ 502,65	\$ 31.361,06	
12	\$ 800,93	\$ 293,57	\$ 507,36	\$ 30.853,70	\$ 5.787,14
13	\$ 800,93	\$ 288,82	\$ 512,11	\$ 30.341,59	
14	\$ 800,93	\$ 284,03	\$ 516,90	\$ 29.824,69	
15	\$ 800,93	\$ 279,19	\$ 521,74	\$ 29.302,95	
16	\$ 800,93	\$ 274,31	\$ 526,62	\$ 28.776,33	
17	\$ 800,93	\$ 269,38	\$ 531,55	\$ 28.244,77	
18	\$ 800,93	\$ 264,40	\$ 536,53	\$ 27.708,25	
19	\$ 800,93	\$ 259,38	\$ 541,55	\$ 27.166,69	
20	\$ 800,93	\$ 254,31	\$ 546,62	\$ 26.620,07	
21	\$ 800,93	\$ 249,19	\$ 551,74	\$ 26.068,33	
22	\$ 800,93	\$ 244,03	\$ 556,90	\$ 25.511,43	
23	\$ 800,93	\$ 238,81	\$ 562,12	\$ 24.949,32	
24	\$ 800,93	\$ 233,55	\$ 567,38	\$ 24.381,94	\$ 6.471,76
25	\$ 800,93	\$ 228,24	\$ 572,69	\$ 23.809,25	
26	\$ 800,93	\$ 222,88	\$ 578,05	\$ 23.231,20	
27	\$ 800,93	\$ 217,47	\$ 583,46	\$ 22.647,74	
28	\$ 800,93	\$ 212,01	\$ 588,92	\$ 22.058,81	
29	\$ 800,93	\$ 206,49	\$ 594,44	\$ 21.464,38	
30	\$ 800,93	\$ 200,93	\$ 600,00	\$ 20.864,38	
31	\$ 800,93	\$ 195,31	\$ 605,62	\$ 20.258,76	
32	\$ 800,93	\$ 189,64	\$ 611,29	\$ 19.647,47	
33	\$ 800,93	\$ 183,92	\$ 617,01	\$ 19.030,47	
34	\$ 800,93	\$ 178,14	\$ 622,78	\$ 18.407,68	
35	\$ 800,93	\$ 172,31	\$ 628,61	\$ 17.779,07	
36	\$ 800,93	\$ 166,43	\$ 634,50	\$ 17.144,57	\$ 7.237,37
37	\$ 800,93	\$ 160,49	\$ 640,44	\$ 16.504,13	
38	\$ 800,93	\$ 154,50	\$ 646,43	\$ 15.857,70	
39	\$ 800,93	\$ 148,44	\$ 652,48	\$ 15.205,21	
40	\$ 800,93	\$ 142,34	\$ 658,59	\$ 14.546,62	
41	\$ 800,93	\$ 136,17	\$ 664,76	\$ 13.881,86	
42	\$ 800,93	\$ 129,95	\$ 670,98	\$ 13.210,88	
43	\$ 800,93	\$ 123,67	\$ 677,26	\$ 12.533,62	
44	\$ 800,93	\$ 117,33	\$ 683,60	\$ 11.850,02	
45	\$ 800,93	\$ 110,93	\$ 690,00	\$ 11.160,02	
46	\$ 800,93	\$ 104,47	\$ 696,46	\$ 10.463,56	
47	\$ 800,93	\$ 97,95	\$ 702,98	\$ 9.760,58	
48	\$ 800,93	\$ 91,37	\$ 709,56	\$ 9.051,02	\$ 8.093,55
49	\$ 800,93	\$ 84,73	\$ 716,20	\$ 8.334,82	
50	\$ 800,93	\$ 78,02	\$ 722,91	\$ 7.611,91	
51	\$ 800,93	\$ 71,26	\$ 729,67	\$ 6.882,24	
52	\$ 800,93	\$ 64,42	\$ 736,50	\$ 6.145,73	
53	\$ 800,93	\$ 57,53	\$ 743,40	\$ 5.402,33	
54	\$ 800,93	\$ 50,57	\$ 750,36	\$ 4.651,97	
55	\$ 800,93	\$ 43,55	\$ 757,38	\$ 3.894,59	
56	\$ 800,93	\$ 36,46	\$ 764,47	\$ 3.130,12	
57	\$ 800,93	\$ 29,30	\$ 771,63	\$ 2.358,49	
58	\$ 800,93	\$ 22,08	\$ 778,85	\$ 1.579,64	
59	\$ 800,93	\$ 14,79	\$ 786,14	\$ 793,50	
60	\$ 800,93	\$ 7,43	\$ 793,50	\$ (0,00)	\$ 9.051,02

4.6.2.5.3 Depreciación

**Cuadro 50.
Depreciación**

DEPRECIACION

Detalle	Valor	Valor residual	Base de depreciación	1	2	3	4	5
				2015	2016	2017	2018	2019
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 17.237,74	\$ 3.447,55	\$ 13.790,19	\$ 1.379,02	\$ 1.379,02	\$ 1.379,02	\$ 1.379,02	\$ 1.379,02
EQUIPO DE OFICINA	\$ 582,10	\$ 58,21	\$ 523,89	\$ 52,39	\$ 58,21	\$ 58,21	\$ 58,21	\$ 58,21
MUEBLES Y ENSERES	\$ 16.991,00	\$ 2.548,65	\$ 14.442,35	\$ 1.444,24	\$ 1.444,24	\$ 1.444,24	\$ 1.444,24	\$ 1.444,24
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.830,00	\$ 183,00	\$ 1.647,00	\$ 548,95	\$ 548,95	\$ 548,95	\$ -	\$ -
TOTAL				\$ 3.424,59	\$ 3.430,41	\$ 3.430,41	\$ 2.881,46	\$ 2.881,46
TOTAL DE DEPRECAION ACUMULADA				\$ 6.849,18	\$ 6.860,82	\$ 6.860,82	\$ 5.762,93	\$ 5.762,93

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.6 Balance inicial

**Cuadro 51.
Balance inicial**



EL CHAÍ S.A.
Balance inicial

Activos			
Activos corrientes			
deposito en garantia	\$ 840,00		
efectivo equivalente al efectivo	\$ 14.513,44		
total de activo corriente		\$ 15.353,44	
propiedad planta y equipo			
maquinarias y equipos	\$ 17.237,74		
equipo de computo	\$ 1.830,00		
muebles y enseres	\$ 16.991,00		
equipo de oficina	\$ 582,10		
total de propiedad, planta y equipo		\$ 36.640,84	
otros activos			
costos iniciales de constitucion	\$ 1.917,00		
total de otros activos		\$ 1.917,00	
total de activos			\$ 53.911,28
pasivo			
pasivo corriente			
prestamo bancarios (a corto plazo)	\$ 5.787,14		
total de pasivo corriente		\$ 5.787,14	
pasivo no corriente			
prestamo bancario (a largo plazo)	\$ 30.853,70		
total de pasivo no corriente		\$ 30.853,70	
total de pasivos			\$ 36.640,84
patrimonio			
capital social	\$ 17.270,44		
total de patrimonio			\$ 17.270,44
total de pasivo + patrimonio			\$ 53.911,28

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.7 Costos totales

Cuadro 52.
Costos totales

Costos totales		
	MENSUAL	ANUAL
COSTOS FIJOS	\$ 3.308,65	\$ 40.543,82
ARRIENDO	\$ 840,00	\$ 10.080,00
DEPOSITO EN GARANTIA (ARRIENDO)		\$ 840,00
SUELDO ADMINISTRATIVOS	\$ 1.415,63	\$ 16.987,50
DEPRECIACION	\$ 570,76	\$ 6.849,18
AMORTIZACION	\$ 482,26	\$ 5.787,14
COSTOS VARIABLES	\$ 11.417,82	\$ 92.280,50
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 6.035,79	\$ 27.696,16
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 3.730,73	\$ 44.768,74
GASTOS GENERALES DE VENTAS	\$ 375,00	\$ 4.500,00
MATERIALES DE ADMINISTRACION	\$ 90,00	\$ 1.080,00
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 364,00	\$ 4.368,00
SERVICIOS BASICOS	\$ 822,30	\$ 9.867,60
COSTOS TOTALES	\$ 29.452,94	\$ 132.824,31

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.7.1 Costos proyectados

Cuadro 53.
Costos proyectados

COSTOS PROYECTADOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			4,05%		
ARRIENDO	\$ 10.080,00	\$ 10.488,24	\$ 10.913,01	\$ 11.354,99	\$ 11.814,87
DEPOSITO EN GARANTIA	\$ 840,00				
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 27.696,16	\$ 28.113,30	\$ 29.251,89	\$ 30.436,59	\$ 31.669,27
MATERIA PRIMA	\$ 44.768,74	\$ 46.581,87	\$ 48.468,44	\$ 50.431,41	\$ 52.473,88
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 4.368,00	\$ 4.544,90	\$ 4.728,97	\$ 4.920,50	\$ 5.119,78
SERVICIOS BASICOS	\$ 9.867,60	\$ 10.267,24	\$ 10.683,06	\$ 11.115,72	\$ 11.565,91
DEPRECIACION	\$ 6.849,18	\$ 6.860,82	\$ 6.860,82	\$ 5.762,93	\$ 5.762,93
AMORTIZACION	\$ 5.787,14	\$ 6.471,76	\$ 7.237,37	\$ 8.093,55	\$ 9.051,02
TOTAL DE COSTO DE OPERACIONES	\$ 110.256,81	\$ 113.328,13	\$ 118.143,56	\$ 122.115,69	\$ 127.457,65
SUELDO	\$ 16.987,50	\$ 18.237,00	\$ 18.975,60	\$ 19.744,11	\$ 20.543,75
MATERIALES DE ADMINISTRACION	\$ 1.080,00	\$ 1.123,74	\$ 1.169,25	\$ 1.216,61	\$ 1.265,88
GASTOS GENERALES DE VENTAS	\$ 4.500,00	\$ 4.682,25	\$ 4.871,88	\$ 5.069,19	\$ 5.274,49
	\$ 22.567,50	\$ 24.042,99	\$ 25.016,73	\$ 26.029,91	\$ 27.084,12
	\$ 132.824,31	\$ 137.371,12	\$ 143.160,29	\$ 148.145,59	\$ 154.541,77

Fuente: Investigacion propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.7.2 Precio de venta al público

Cuadro 54.
Precio de venta al público

144 DIAS A LABORAR							
PRODUCTOS	CANTIDADES PROYECTAD AS A VENDER ANUAL	MATERIA PRIMA PROYECTAD A ANUAL	VTP ANUAL	MATERIA PRIMA + VTP	COSTO UNITARIO	PORCENTAJ E DE RENTABILID AD	
						80%	P.V.P
EXPRESS	3168	\$ 126,72	2.522,08	\$ 2.648,80	\$ 0,84	\$ 0,67	\$ 1,50
CAPUCCINO	1584	\$ 986,04	1.261,04	\$ 2.247,08	\$ 1,42	\$ 1,13	\$ 2,55
CAFÉ MOKA	1872	\$ 1.360,01	1.490,32	\$ 2.850,33	\$ 1,52	\$ 1,22	\$ 2,74
CAFÉ MOKA CON CREMA	1728	\$ 1.324,51	1.375,68	\$ 2.700,19	\$ 1,56	\$ 1,25	\$ 2,81
NESCAFE CON LECHE	1728	\$ 285,12	1.375,68	\$ 1.660,80	\$ 0,96	\$ 0,77	\$ 1,73
DESCAFEINADO	1296	\$ 59,62	1.031,76	\$ 1.091,38	\$ 0,84	\$ 0,67	\$ 1,52
TE CON LECHE	864	\$ 180,58	687,84	\$ 868,42	\$ 1,01	\$ 0,80	\$ 1,81
TE INGLES	1440	\$ 120,96	1.146,40	\$ 1.267,36	\$ 0,88	\$ 0,70	\$ 1,58
TE DE HIERBAS	2160	\$ 181,44	1.719,60	\$ 1.901,04	\$ 0,88	\$ 0,70	\$ 1,58
CHOCOLATE CALIENTE	3312	\$ 1.586,45	2.636,72	\$ 4.223,17	\$ 1,28	\$ 1,02	\$ 2,30
CHOCOLATE HELADO	2016	\$ 965,66	1.604,96	\$ 2.570,62	\$ 1,28	\$ 1,02	\$ 2,30
JUGO DE DIFERENTES FRUTAS	2160	\$ 872,64	1.719,60	\$ 2.592,24	\$ 1,20	\$ 0,96	\$ 2,16
BATIDOS DE DIFERENTES FRUTAS	1728	\$ 914,11	1.375,68	\$ 2.289,79	\$ 1,33	\$ 1,06	\$ 2,39
MILK SHAKE	2160	\$ 1.040,04	1.719,60	\$ 2.759,64	\$ 1,28	\$ 1,02	\$ 2,30
ORGULLO PURITANO	1728	\$ 867,46	1.375,68	\$ 2.243,14	\$ 1,30	\$ 1,04	\$ 2,34

SODA KIWI	2160	\$ 702,00	1.719,60	\$ 2.421,60	\$ 1,12	\$ 0,90	\$ 2,02
EDEN	2304	\$ 1.177,34	1.834,24	\$ 3.011,58	\$ 1,31	\$ 1,05	\$ 2,35
ABEL	2016	\$ 925,34	1.604,96	\$ 2.530,30	\$ 1,26	\$ 1,00	\$ 2,26
DILUVIO DE SABOR	1872	\$ 936,00	1.490,32	\$ 2.426,32	\$ 1,30	\$ 1,04	\$ 2,33
ABRAHAN	1008	\$ 714,17	802,48	\$ 1.516,65	\$ 1,50	\$ 1,20	\$ 2,71
COPA DE 2 BOLAS	720	\$ 14,40	573,20	\$ 587,60	\$ 0,82	\$ 0,65	\$ 1,47
COPA DE 3 BOLAS	720	\$ 24,05	573,20	\$ 597,25	\$ 0,83	\$ 0,66	\$ 1,49
TORRE DE BABEL	864	\$ 314,41	687,84	\$ 1.002,25	\$ 1,16	\$ 0,93	\$ 2,09
ARCA DE NOE	864	\$ 100,57	687,84	\$ 788,41	\$ 0,91	\$ 0,73	\$ 1,64
MAR ROJO	2304	\$ 2.424,96	1.834,24	\$ 4.259,20	\$ 1,85	\$ 1,48	\$ 3,33
ZARZA ARDIENTE	2160	\$ 897,26	1.719,60	\$ 2.616,86	\$ 1,21	\$ 0,97	\$ 2,18
PAPAS FRITAS	1440	\$ 369,65	1.146,40	\$ 1.516,05	\$ 1,05	\$ 0,84	\$ 1,90
DORITOS CON QUESO CHEDDAR	1728	\$ 3.024,00	1.375,68	\$ 4.399,68	\$ 2,55	\$ 2,04	\$ 4,58
MOUSSE DE MARACUYA	1296	\$ 841,10	1.031,76	\$ 1.872,86	\$ 1,45	\$ 1,16	\$ 2,60
CHESSE CAKE	864	\$ 1.648,08	687,84	\$ 2.335,92	\$ 2,70	\$ 2,16	\$ 4,87
MIL HOJAS	1008	\$ 454,71	802,48	\$ 1.257,19	\$ 1,25	\$ 1,00	\$ 2,24
TRES LECHES	720	\$ 633,60	573,20	\$ 1.206,80	\$ 1,68	\$ 1,34	\$ 3,02
FRESAS CON CREMA	1296	\$ 84,24	1.031,76	\$ 1.116,00	\$ 0,86	\$ 0,69	\$ 1,55
FRESAS CON CHOCOLATE	1296	\$ 272,16	1.031,76	\$ 1.303,92	\$ 1,01	\$ 0,80	\$ 1,81
CARLOTA DE PIÑA	1584	\$ 3.231,36	1.261,04	\$ 4.492,40	\$ 2,84	\$ 2,27	\$ 5,10
SELVA NEGRA	2160	\$ 1.946,81	1.719,60	\$ 3.666,41	\$ 1,70	\$ 1,36	\$ 3,06
JUAN	1584	\$ 891,00	1.261,04	\$ 2.152,04	\$ 1,36	\$ 1,09	\$ 2,45
LUCAS	1872	\$ 2.382,12	1.490,32	\$ 3.872,44	\$ 2,07	\$ 1,65	\$ 3,72
MARCOS	2304	\$ 1.497,60	1.834,24	\$ 3.331,84	\$ 1,45	\$ 1,16	\$ 2,60
MATEO	1872	\$ 1.385,28	1.490,32	\$ 2.875,60	\$ 1,54	\$ 1,23	\$ 2,76
ISACC	1584	\$ 1.908,72	1.261,04	\$ 3.169,76	\$ 2,00	\$ 1,60	\$ 3,60
JACOB	1872	\$ 1.394,64	1.490,32	\$ 2.884,96	\$ 1,54	\$ 1,23	\$ 2,77
JOSE	1584	\$ 3.701,81	1.261,04	\$ 4.962,85	\$ 3,13	\$ 2,51	\$ 5,64
	72000						

Fuente: Investigación propia
Elaborado: por los autores

4.6.2.7.2.1 V.T.P

Cuadro 55.
Valor total de producción

VTP= DEP+AMO+SUELDO+M.O			
\$	6.849,18	\$ 5.787,14	16987,5
\$	57.319,98		
\$	0,80		

Fuente: Investigación propia

Elaborado: por los autores

4.6.2.7.3 Punto de equilibrio

Cuadro 56.
Punto de equilibrio

producto	unidades a vender	% participaci	precio	costo variable	margen	margen ponderado	pto. Equilibrio
express	3168	4%	\$ 2,36	\$ 1,31	\$ 1,05	0,04624646	1176
capuccino	1584	2%	\$ 3,41	\$ 1,90	\$ 1,52	0,03337523	588
café moka	1872	3%	\$ 3,60	\$ 2,00	\$ 1,60	0,04160665	695
café moka con crema	1728	2%	\$ 3,67	\$ 2,04	\$ 1,63	0,03917414	642
nescafe con leche	1728	2%	\$ 2,59	\$ 1,44	\$ 1,15	0,02762534	642
descafeinado	1296	2%	\$ 2,38	\$ 1,32	\$ 1,06	0,01900054	481
te con leche	864	1%	\$ 2,67	\$ 1,48	\$ 1,19	0,01423507	321
te ingles	1440	2%	\$ 2,44	\$ 1,36	\$ 1,09	0,02172512	535
te de hierbas	2160	3%	\$ 2,44	\$ 1,36	\$ 1,09	0,03258767	802
chocolate caliente	3312	5%	\$ 3,16	\$ 1,75	\$ 1,40	0,06450377	1230
chocolate helado	2016	3%	\$ 3,16	\$ 1,75	\$ 1,40	0,03926316	749
jugos naturales	2160	3%	\$ 3,02	\$ 1,68	\$ 1,34	0,04026767	802
batidos	1728	2%	\$ 3,25	\$ 1,80	\$ 1,44	0,03461414	642
milk shake	2160	3%	\$ 3,16	\$ 1,76	\$ 1,40	0,04212767	802
orgullo puritano	1728	2%	\$ 3,20	\$ 1,78	\$ 1,42	0,03409574	642

soda kiwi	2160	3%	\$ 2,88	\$ 1,60	\$ 1,28	0,03837167	802
eden	2304	3%	\$ 3,21	\$ 1,78	\$ 1,43	0,04569139	856
abel	2016	3%	\$ 3,12	\$ 1,73	\$ 1,39	0,03881516	749
diluvio de sabor	1872	3%	\$ 3,19	\$ 1,77	\$ 1,42	0,03689545	695
abraham	1008	1%	\$ 3,57	\$ 1,98	\$ 1,59	0,02220198	374
copa 2 sabores	720	1%	\$ 2,33	\$ 1,29	\$ 1,04	0,01035056	267
copa 3 sabores	720	1%	\$ 2,35	\$ 1,31	\$ 1,05	0,01045776	267
torre de babel	864	1%	\$ 2,95	\$ 1,64	\$ 1,31	0,01572211	321
arca de noe	864	1%	\$ 2,50	\$ 1,39	\$ 1,11	0,01334611	321
mar rojo	2304	3%	\$ 4,19	\$ 2,33	\$ 1,86	0,05955379	856
zarza ardiente	2160	3%	\$ 3,04	\$ 1,69	\$ 1,35	0,04054127	802
papas fritas	1440	2%	\$ 2,75	\$ 1,53	\$ 1,22	0,02448832	535
doritos con queso cheddar	1728	2%	\$ 5,44	\$ 3,02	\$ 2,42	0,05805734	642
mousse de maracuya	1296	2%	\$ 3,46	\$ 1,92	\$ 1,54	0,0276886	481
cheese cake de frutilla	864	1%	\$ 5,73	\$ 3,18	\$ 2,55	0,03054067	321
mil hoja	1008	1%	\$ 3,10	\$ 1,72	\$ 1,38	0,0193191	374
tres leches	720	1%	\$ 3,88	\$ 2,15	\$ 1,72	0,01723056	267
frutillas con crema	1296	2%	\$ 2,41	\$ 1,34	\$ 1,07	0,019279	481
frutillas con chocolate	1296	2%	\$ 2,67	\$ 1,48	\$ 1,19	0,021367	481
carlota de piña	1584	2%	\$ 5,96	\$ 3,31	\$ 2,65	0,05832323	588
selva negra	2160	3%	\$ 3,92	\$ 2,18	\$ 1,74	0,05220287	802
juan	1584	2%	\$ 3,31	\$ 1,84	\$ 1,47	0,03231923	588
mateo	1872	3%	\$ 4,58	\$ 2,55	\$ 2,04	0,05296345	695
marcos	2304	3%	\$ 3,46	\$ 1,92	\$ 1,54	0,04924979	856
lucas	1872	3%	\$ 3,62	\$ 2,01	\$ 1,61	0,04188745	695
isaac	1584	2%	\$ 4,46	\$ 2,48	\$ 1,98	0,04362723	588
jacob	1872	3%	\$ 3,63	\$ 2,02	\$ 1,62	0,04199145	695
jose	1584	2%	\$ 6,50	\$ 3,61	\$ 2,89	0,06355043	588
	72000	100%				1,5164862	26735

Fuente: Investigación propia

Elaborado: por los autores

4.6.2.7.3.1 comprobación del punto de equilibrio

VENTAS NETAS ANUALES	\$ PTO DE EQUILIBRIO	COSTO DEL PTO DE EQUILIBRIO
\$ 7.491,93	\$ 2.781,94	\$ 1.545,52
\$ 5.406,79	\$ 2.007,67	\$ 1.115,37
\$ 6.740,28	\$ 2.502,83	\$ 1.390,46
\$ 6.346,21	\$ 2.356,50	\$ 1.309,17
\$ 4.475,30	\$ 1.661,79	\$ 923,22
\$ 3.078,88	\$ 1.143,26	\$ 635,15
\$ 2.306,08	\$ 856,30	\$ 475,72
\$ 3.519,47	\$ 1.306,87	\$ 726,04
\$ 5.279,20	\$ 1.960,30	\$ 1.089,05
\$ 10.449,61	\$ 3.880,20	\$ 2.155,67
\$ 6.360,63	\$ 2.361,86	\$ 1.312,14
\$ 6.523,36	\$ 2.422,29	\$ 1.345,71
\$ 5.607,49	\$ 2.082,20	\$ 1.156,78
\$ 6.824,68	\$ 2.534,17	\$ 1.407,87
\$ 5.523,51	\$ 2.051,01	\$ 1.139,45

\$ 6.216,21	\$ 2.308,23	\$ 1.282,35	
\$ 7.402,00	\$ 2.748,55	\$ 1.526,97	
\$ 6.288,06	\$ 2.334,91	\$ 1.297,17	
\$ 5.977,06	\$ 2.219,43	\$ 1.233,02	
\$ 3.596,72	\$ 1.335,55	\$ 741,97	
\$ 1.676,79	\$ 622,63	\$ 345,91	
\$ 1.694,16	\$ 629,08	\$ 349,49	
\$ 2.546,98	\$ 945,76	\$ 525,42	
\$ 2.162,07	\$ 802,83	\$ 446,02	
\$ 9.647,71	\$ 3.582,43	\$ 1.990,24	
\$ 6.567,69	\$ 2.438,74	\$ 1.354,86	
\$ 3.967,11	\$ 1.473,08	\$ 818,38	
\$ 9.405,29	\$ 3.492,41	\$ 1.940,23	
\$ 4.485,55	\$ 1.665,60	\$ 925,33	
\$ 4.947,59	\$ 1.837,16	\$ 1.020,65	
\$ 3.129,69	\$ 1.162,13	\$ 645,63	
\$ 2.791,35	\$ 1.036,50	\$ 575,83	
\$ 3.123,20	\$ 1.159,72	\$ 644,29	
\$ 3.461,45	\$ 1.285,32	\$ 714,07	
\$ 9.448,36	\$ 3.508,41	\$ 1.949,12	
\$ 8.456,87	\$ 3.140,24	\$ 1.744,58	
\$ 5.235,71	\$ 1.944,15	\$ 1.080,08	
\$ 8.580,08	\$ 3.185,99	\$ 1.770,00	
\$ 7.978,47	\$ 2.962,60	\$ 1.645,89	
\$ 6.785,77	\$ 2.519,72	\$ 1.399,85	
\$ 7.067,61	\$ 2.624,38	\$ 1.457,99	
\$ 6.802,62	\$ 2.525,98	\$ 1.403,32	
\$ 10.295,17	\$ 3.822,85	\$ 2.123,81	
\$ 245.670,76	\$ 91.223,59	\$ 50.679,77	\$ 40.543,82

Fuente: Investigación propia

Elaborado: por los autores

costos fijos	\$ 40.543,82	26735,3691
--------------	--------------	------------

4.6.2.8 Estado de situación financiera



EL CHAÍ S.A.
Estado de situación financiera
al 31 de dic 2015

Activos			
Activos corrientes			
deposito en garantia	\$ 840,00		
efectivo equivalente efectivo	\$ 164.921,32		
total de activo corriente		\$ 165.761,32	
propiedad planta y equipo			
maquinarias y equipos	\$ 17.237,74		
equipo de computo	\$ 1.830,00		
muebles y enseres	\$ 16.991,00		
equipo de oficina	\$ 582,10		
(depreciacion acumulada)	\$ (6.849,18)		
(amortizacion acumulada)	\$ (5.787,14)		
total de propiedad, planta y equipo		\$ 24.004,52	
otros activos			
costos iniciales de constitucion	\$ 1.917,00		
total de otros activos		\$ 1.917,00	
total de activos			\$ 191.682,84
pasivo			
pasivo corriente			
prestamo bancario (a corto plazo)	\$ 12.258,90		
15% trabajadores	\$ 17.795,04		
22% impuesto a la renta	\$ 22.184,48		
total de pasivo corriente		\$ 39.979,52	
pasivo no corriente			
prestamo bancario (a largo plazo)	\$ 24.381,94		
total de pasivo no corriente		\$ 24.381,94	
total de pasivos			\$ 64.361,46
patrimonio			
capital social	\$ 48.667,31		
utilidad del ejercicio	\$ 78.654,07		
reserva legal	\$ -		
total de patrimonio			\$ 127.321,38
total de pasivo + patrimonio			\$ 191.682,84

4.6.2.9 Estado de resultado



EL CHAÍ S.A.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

4,05%					
INGRESOS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS
INGRESOS POR VENTAS	\$ 245.670,76	\$ 255.620,43	\$ 265.973,06	\$ 276.744,97	\$ 287.953,14
COSTOS					
MATERIA PRIMA	\$ 44.768,74	\$ 46.581,87	\$ 48.468,44	\$ 50.431,41	\$ 52.473,88
UTILIDAD BRUTA	\$ 200.902,03	\$ 209.038,56	\$ 217.504,62	\$ 226.313,56	\$ 235.479,26
GASTOS					
ARRIENDO	\$ 10.080,00	\$ 10.488,24	\$ 10.913,01	\$ 11.354,99	\$ 11.814,87
DEPOSITOS EN GARANTIA	\$ 840,00				
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 27.696,16	\$ 28.113,30	\$ 29.251,89	\$ 30.436,59	\$ 31.669,27
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 4.368,00	\$ 4.544,90	\$ 4.728,97	\$ 4.920,50	\$ 5.119,78
SERVICIOS BASICOS	\$ 9.867,60	\$ 10.267,24	\$ 10.683,06	\$ 11.115,72	\$ 11.565,91
MATERIALES ADMINISTRATIVOS	\$ 1.080,00	\$ 1.123,74	\$ 1.169,25	\$ 1.216,61	\$ 1.265,88
SUELDOS	\$ 16.987,50	\$ 18.237,00	\$ 18.975,60	\$ 19.744,11	\$ 20.543,75
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 70.919,26	\$ 72.774,42	\$ 75.721,78	\$ 78.788,52	\$ 81.979,45
GASTOS DE VENTAS	\$ 4.500,00	\$ 4.682,25	\$ 4.871,88	\$ 5.069,19	\$ 5.274,49
DEPRECIACION	\$ 6.849,18	\$ 6.849,18	\$ 6.849,18	\$ 5.762,93	\$ 5.762,93
TOTAL DE GASTOS	\$ 82.268,44	\$ 84.305,85	\$ 87.442,84	\$ 89.620,64	\$ 93.016,87
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$ 118.633,59	\$ 124.732,71	\$ 130.061,78	\$ 136.692,92	\$ 142.462,38
(-)15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	\$ 17.795,04	\$ 18.709,91	\$ 19.509,27	\$ 20.503,94	\$ 21.369,36
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 100.838,55	\$ 106.022,81	\$ 110.552,51	\$ 116.188,98	\$ 121.093,03
(-)22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 22.184,48	\$ 23.325,02	\$ 24.321,55	\$ 25.561,58	\$ 26.640,47
UTILIDAD NETA	\$ 78.654,07	\$ 82.697,79	\$ 86.230,96	\$ 90.627,41	\$ 94.452,56
(-) 10% RESERVA LEGAL		\$ 8.269,78	\$ 8.623,10	\$ 9.062,74	\$ 9.445,26
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 78.654,07	\$ 74.428,01	\$ 77.607,86	\$ 81.564,67	\$ 85.007,30

4.6.2.10 Flujo de efectivo



Flujo de efectivo

		4,05%				
INGRESOS		\$ 245.670,76	\$ 255.620,43	\$ 265.973,06	\$ 276.744,97	\$ 287.953,14
MATERIA PRIMA		\$ 44.768,74	\$ 46.581,87	\$ 48.468,44	\$ 50.431,41	\$ 52.473,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 70.919,26	\$ 72.774,42	\$ 75.721,78	\$ 78.788,52	\$ 81.979,45
GASTOS DE VENTAS		\$ 4.500,00	\$ 4.682,25	\$ 4.871,88	\$ 5.069,19	\$ 5.274,49
GASTOS DE DEPRECIACION		\$ 6.849,18	\$ 6.849,18	\$ 6.849,18	\$ 5.762,93	\$ 5.762,93
TOTAL DE GASTOS		\$ 127.037,17	\$ 130.887,72	\$ 135.911,28	\$ 140.052,04	\$ 145.490,75
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS		\$ 118.633,59	\$ 124.732,71	\$ 130.061,78	\$ 136.692,92	\$ 142.462,38
PARTICIPACION DE LOS TRABAJADORES		\$ 17.795,04	\$ 18.709,91	\$ 19.509,27	\$ 20.503,94	\$ 21.369,36
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 22.184,48	\$ 23.325,02	\$ 24.321,55	\$ 25.561,58	\$ 26.640,47
UTILIDAD NETA		\$ 78.654,07	\$ 82.697,79	\$ 86.230,96	\$ 90.627,41	\$ 94.452,56
RESERVA LEGAL			\$ 8.269,78	\$ 8.623,10	\$ 9.062,74	\$ 9.445,26
DEPRECIACION (+)		\$ 6.849,18	\$ 6.849,18	\$ 6.849,18	\$ 5.762,93	\$ 5.762,93
INVERSION INICIAL	\$ (38.557,84)					
INVERSION DE REEMPLAZO						
INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ (164.921,32)					
VALOR DE DESECHO						
FLUJO DE CAJA	\$ (203.479,16)	\$ 85.503,25	\$ 89.546,97	\$ 93.080,14	\$ 96.390,34	\$ 100.215,49
RECUPERACION DEL CAPITAL	\$ (203.479,16)	\$ (117.975,91)	\$ (28.428,94)	\$ 64.651,19	\$ 161.041,53	\$ 261.257,02

4.6.2.11 V.A.N

VAN	\$ 264.872,84
-----	---------------

4.6.2.12 T.I.R.

TIR	35%
-----	-----

4.6.2.13 periodo de recuperación

Periodos	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
flujo neto	\$ 85.503,25	\$ 89.546,97	\$ 93.080,14	\$ 96.390,34	\$ 100.215,49
flijo neto acu	\$ (117.975,91)	\$ (28.428,94)	\$ 64.651,19	\$ 161.041,53	\$ 261.257,02

CONCLUSIONES

Una vez evaluado el proyecto para la implementación de un coffe-bar cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, se puede concluir que es una alternativa viable, ya que en los estudios realizados se obtuvieron resultados favorables. Y las personas encuestadas mostraron un alto nivel de aceptación hacia este nuevo coffe-bar.

En cuanto a la parte financiera podemos decir que el proyecto es viable, ya que se estiman un VAN de \$ \$263,327.85 y una TIR de 35%.

Por lo tanto se puede concluir que el negocio presenta un normal crecimiento económico generando ingresos favorables que hacen viable el proyecto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la puesta en marcha del proyecto de factibilidad para creación de un coffe-bar cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Se sugiere analizar la posibilidad de abrirla como cafetería todos los días en las mañanas y tardes, para así aumentar nuestra clientela; también se podría ampliar el mercado abriendo una sucursal en otro sector como el centro de la ciudad.

Bibliografía.

- Historia de la ciudad de Guayaquil
- Guayaquil Religión Recuperado de:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil#Religi.C3.B3n>
- Constitución Política del Ecuador
- Diccionario de la Real Academia de la Lengua- vigésima segunda edición.
Conceptos varios
- Villacís, Peralta y Gaibor (2009) “*Plan de negocios para la implementación de un servicio de cafetería móvil en la ciudad de Guayaquil*” Recuperado de:
<http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Recuperado de:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionFebrero2015/reporte_inflacion_02_2015.pdf
- José Didier Váquiro (2010) “*Pymes Futuro*” Recuperado de:
<http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- Jesús Ferrer (2010) “*Concepto básicos de la metodología de la investigación*”
Recuperado de:
<http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>

Anexos.

Anexo 1. Muebles

MUEBLES (anexo 1)

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Fregadero industrial de dos grifos	2	\$ 165,00	\$ 330,00
Méson de trabajo	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Sillas para el personal	12	\$ 30,00	\$ 360,00
Sillas para los clientes	100	\$ 20,00	\$ 2.000,00
mesas para los clientes	30	\$ 53,00	\$ 1.590,00
TOTAL			\$ 4.420,00

Anexo 2. Cristaleria

CRISTALERIA (anexo 2)

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vaso vivaldi	100	\$ 0,99	\$ 99,00
Vaso vivaldi rock	100	\$ 0,99	\$ 99,00
Copas martini 9,5 onz	100	\$ 2,07	\$ 207,00
Copas margarita 9 onz	100	\$ 2,07	\$ 207,00
Copas 12 onz	100	\$ 2,50	\$ 250,00
TOTAL			\$ 862,00

Anexo 3. Vajilla

VAJILLA (anexo 3)

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuchara de postre	100	\$ 0,84	\$ 84,00
cucharas grandes	100	\$ 0,84	\$ 84,00
tenedor de entrada	100	\$ 0,84	\$ 84,00
tenedor de mesa	100	\$ 0,84	\$ 84,00
cuchillo de entrada	100	\$ 0,84	\$ 84,00
cuchillo de mesa	100	\$ 0,84	\$ 84,00
platos de postre	100	\$ 2,00	\$ 200,00
platos tricheros	100	\$ 2,00	\$ 200,00
platos de entrada	100	\$ 2,00	\$ 200,00
salseras	50	\$ 3,00	\$ 150,00
ensaladeras	30	\$ 4,00	\$ 120,00
jarras	30	\$ 3,20	\$ 96,00
tazas para café	100	\$ 2,00	\$ 200,00
jarros para chocolate	100	\$ 1,57	\$ 157,00
azucarera	50	\$ 3,20	\$ 160,00
saleros	50	\$ 0,75	\$ 37,50
pimenteros	50	\$ 0,75	\$ 37,50
TOTAL			\$ 2.062,00

Anexo 4. Utensillos y accesorios

UTENSILLOS Y ACCESORIOS (anexo 4)

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bandeja mediana	5	\$ 3,15	\$ 15,75
bandeja grade	5	\$ 2,75	\$ 13,75
bowls grande	2	\$ 5,00	\$ 10,00
bowls mediano	2	\$ 4,50	\$ 9,00
bowls pequeño	2	\$ 4,25	\$ 8,50
jarras termicas	5	\$ 19,00	\$ 95,00
cuchillo deshuesador	3	\$ 4,00	\$ 12,00
cuchillo cebollero	5	\$ 4,50	\$ 22,50
cuchillo de sierra	5	\$ 3,00	\$ 15,00
pelador	5	\$ 5,00	\$ 25,00
juego de cernideras	3	\$ 2,50	\$ 7,50
sartenes de teflon pequeños	3	\$ 10,00	\$ 30,00
sartenes de teflon medianos	3	\$ 15,00	\$ 45,00
sartenes de teflon grandes	3	\$ 25,00	\$ 75,00
ollas de 6 lt	2	\$ 13,00	\$ 26,00
olla de 10 lt	3	\$ 16,00	\$ 48,00
olla tamalera	2	\$ 24,00	\$ 48,00
tabla de picar	3	\$ 2,00	\$ 6,00
cucharon pequeño	2	\$ 2,00	\$ 4,00
cucharon mediano	2	\$ 2,00	\$ 4,00
cucharon grande	2	\$ 2,00	\$ 4,00
batidor manual	2	\$ 3,75	\$ 7,50
pinzas	6	\$ 3,00	\$ 18,00
TOTAL			\$ 549,50

Anexo 5. Decoración

DECORACIÓN (anexo 5)

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuadros (pinturas)	5	\$ 60,00	\$ 300,00
adornos pequeños	20	\$ 2,00	\$ 40,00
espejos	5	\$ 15,00	\$ 75,00
plantas	15	\$ 5,00	\$ 75,00
TOTAL			\$ 490,00

Anexo 6. Utileria

UTILERÍA (anexo 6)

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Manteles diversos colores	150	\$ 7,00	\$ 1.050,00
Cubre manteles varios colores y bordados	150	\$ 8,00	\$ 1.200,00
servilletas diversos colores	500	\$ 5,00	\$ 2.500,00
cubre bandejas	20	\$ 9,00	\$ 180,00
lito	15	\$ 3,00	\$ 45,00
TOTAL			\$ 4.975,00

Anexo 7. Equipo de sonido

EQUIPO DE SONIDO (anexo 7)

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
karaoke	2	\$ 250,00	\$ 500,00
parlantes	3	\$ 70,00	\$ 210,00
microfono	20	\$ 7,50	\$ 150,00
amplificadores	2	\$ 250,00	\$ 500,00
lienzo	3	\$ 150,00	\$ 450,00
proyector	3	\$ 420,00	\$ 1.260,00
luces	25	\$ 22,50	\$ 562,50
TOTAL			\$ 3.632,50

Anexo 8. Salario del cocinero primer año

Cocinero (anexo 8)

	SUELDO	DECIMO TERCERO \$420.00/12	DECIMO CUARTO \$354.00/12	VACACIONES 24ava parte de todo lo recibido	TOTAL
ENERO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
FEBRERO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
MARZO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
ABRIL	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
MAYO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
JUNIO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
JULIO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
AGOSTO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
SEPTIEMBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
OCTUBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
NOVIEMBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 504,69
DICIEMBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 20,19	\$ 242,25
				\$ 242,25	\$ 5.793,81

Anexo 9. Salario de los saloneros primer año

Saloneros (anexo 9)

	SUELDO	DECIMO TERCERO \$354.00/12	DECIMO CUARTO \$354.00/12	VACACIONES 24ava parte de todo lo recibido	TOTAL
ENERO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
FEBRERO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
MARZO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
ABRIL	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
MAYO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
JUNIO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
JULIO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
AGOSTO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
SEPTEMBR	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
OCTUBRE	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
NOVIEMBR	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21
DICIEMBRE	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 17,21	\$ 430,21

Anexo 10. Salario cocinero año siguiente

Cocinero (anexo 10)

	SUELDO	DECIMO TERCERO \$420.00/12	DECIMO CUARTO \$354.00/12	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES 24ava parte de todo lo recibido	TOTAL
ENERO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
FEBRERO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
MARZO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
ABRIL	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
MAYO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
JUNIO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
JULIO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
AGOSTO	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
SEPTEMBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
OCTUBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 541,13
NOVIEMBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ 21,65	\$ 519,49
DICIEMBRE	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 34,99	\$ -	\$ 238,10
					\$ 238,10	\$ 6.168,90

Anexo 11. Salario salonereros año siguiente

Salonereros (anexo 11)

	SUELDO	DECIMO TERCERO \$354.00/12	DECIMO CUARTO \$354.00/12	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES 24ava parte de todo lo recibido	TOTAL
ENERO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
FEBRERO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
MARZO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
ABRIL	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
MAYO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
JUNIO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
JULIO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
AGOSTO	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
SEPTEMBR	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
OCTUBRE	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
NOVIEMBR	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93
DICIEMBRE	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	18,44	\$ 460,93

Anexo 12. Sueldo de administrador y gerente primer año

GERENCIA Y ADMINISTRACION PRIMER AÑO (PERSONAL)

	SUELDO	DECIMO TERCERO \$420.00/12	DECIMO CUARTO \$354.00/12	VACACIONES 24ava parte de todo lo recibido	TOTAL
ENERO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
FEBRERO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
MARZO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
ABRIL	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
MAYO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
JUNIO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
JULIO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
AGOSTO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
SEPTEMBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
OCTUBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
NOVIEMBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 707,81
DICIEMBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 28,31	\$ 339,75
				\$ 339,75	\$ 8.125,69

Anexo 13. Sueldo de administrador y gerente año siguiente

GERENCIA Y ADMINISTRACION (PERSONAL)

	SUELDO	DECIMO TERCERO \$420.00/12	DECIMO CUARTO \$354.00/12	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES 24ava parte de todo lo recibido	TOTAL
ENERO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
FEBRERO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
MARZO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
ABRIL	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
MAYO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
JUNIO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
JULIO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
AGOSTO	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
SEPTIEMBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
OCTUBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
NOVIEMBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
DICIEMBRE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 49,98	\$ 30,40	\$ 759,88
					\$ 364,74	\$ 9.118,50

Anexo 14 y 15. Gastos de administración

GASTOS ADMINISTRATIVOS (MATERIALES)		
DETALLES	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
SUMISTROS DE OFICINA	\$ 25,00	\$ 300,00
RESMAS DE HOJAS		
GRAPAS		
BOLIGRAFOS		
LAPICEROS		
LAPICES		
PERFORADORAS		
CARPETAS LET		
CINTA ADESIVA		
SUMINISTROS DE COMPUTO	\$ 65,00	\$ 780,00
INTERNET		
TINTA		
CD		
PENDRIVES		
TOTAL	\$ 90,00	\$ 1.080,00

Anexo 16. Materiales indirectos

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
DETREGENTE	10	\$ 5,00	\$ 50,00	
DESINFECTANTE	15	\$ 3,00	\$ 45,00	
AMBIENTAL	30	\$ 1,50	\$ 45,00	
PAPAEEL HIGENICO	10	\$ 12,00	\$ 120,00	
CLORETOL	4	\$ 1,00	\$ 4,00	
JABON LIQUIDO PARA EL BA	15	\$ 3,00	\$ 45,00	
LAVA VAJILLA	10	\$ 3,50	\$ 35,00	
OTROS			\$ 20,00	
TOTAL			\$ 364,00	\$ 4.368,00

Anexo 17. Acta de constitución de una empresa

PRIMERA: COMPARECIENTES.-

En la ciudad de _____ a los _____ días del mes de _____ del año _____ comparecen los señores _____
_____, todos mayores de edad, de nacionalidad _____, domiciliados en la ciudad de _____, legalmente capaces para contratar y obligarse. Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen a través de este acto, una microempresa de RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se registrará de conformidad a los presentes estatutos:

SEGUNDA: DENOMINACION Y OBJETO.-

La microempesa que constituimos se denominará _____ y tendrá como objetivo principal _____
_____.

TERCERA: DOMICILIO.-

La Microempresa “ _____ ” tendrá el domicilio en la ciudad de _____, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales en otras ciudades del país o del exterior.

CUARTA: PLAZO.-

El plazo por el cual se constituye la microempresa es de _____, tiempo que puede ser ampliado o restringido, de conformidad a estos estatutos.

QUINTA: CAPITAL.-

El capital de la microempresa es de _____, y que (el o los socios) han aportado de la siguiente manera.

NOMBRE DEL SOCIO	CAPITAL O BIEN QUE APORTA	PORCENTAJE QUE REPRESENTA DEL CAPITAL TOTAL
------------------	---------------------------	---

SEXTA: SEGURIDAD DEL APORTE.-

Si alguno de los socios decide separarse de la microempresa antes de los dos años de actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del ____% del aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el ____% de lo que entregó como capital.

SEPTIMA: RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS.-

Los socios serán responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes.

OCTAVA: ADMINISTRACION.-

Todos los socios tendrán derecho a participar en el gobierno de la microempresa y la administración corresponde al Gerente y/o Responsable, nombrado por los socios.

En calidad de Responsable y Representante de la Microempresa, nombramos al Sr(a) _____ . En calidad de Técnico encargado de la producción y/o servicio, estará el Sr(a) _____. En calidad de Contador nombramos al Sr(a) _____. En calidad de Vendedor nombramos al Sr(a) _____.

NOVENA: DERECHO A VOTO.-

Los socios tendrán derecho a un solo voto, independientemente del capital que haya aportado, y las decisiones serán aprobadas por mayoría simple de votos. (Mitad más uno).

DECIMA: REMUNERACIONES.-

Los socios que participen en calidad de técnicos y/o administrativos de la microempresa se fijarán una remuneración _____, durante los seis primeros meses, luego de lo cual podrán elevarse las remuneraciones, teniendo en cuenta la capitalización y rentabilidad de la microempresa.

DECIMA PRIMERA: GANANCIAS Y/O PÉRDIDAS

Las utilidades de la microempresa se repartirán de acuerdo a los porcentajes de los capitales aportados, después de dos años de funcionamiento y solamente en el ____%, luego de realizar las deducciones para el fondo de reserva, obligaciones fiscales y derechos sociales.

El otro ____% será repartible en los _____ años posteriores.

DECIMA SEGUNDA: RESERVA LEGAL.

La microempresa formará un Fondo de Reserva de por lo menos el 20% del capital social, que provendrá de las utilidades líquidas, en un 5% cada año.

DECIMA TERCERA: FISCALIZACION.-

Ordinariamente se realizará una fiscalización cada año, y extraordinariamente la mayoría de socios podrán solicitar la designación de un fiscalizador, que podrá ser socio o no, para inspeccionar todas las operaciones de la microempresa.

DECIMA CUARTA: TERMINACION DE ACTIVIDADES.-

Por decisión unánime de los socios podrán concluir las actividades de la microempresa. En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como estén a esa fecha.

Para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en un original y tres copias, en la ciudad y fecha señalados.

Sra. _____


Sra. _____

Sr. _____

Sr. _____

Nota: Es imprescindible hacer reconocimiento de firma y rúbrica ante uno de los Jueces de lo Civil, para que este documento privado se convierta en documento público y tenga la fuerza legal para demandar, en caso necesario.

Anexos 18. R.U.C.

 REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <i>...le hace bien al país!</i> FORMULARIO RUC 01-A		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL: SRI www.sri.gob.ec	
A.- IDENTIFICACIÓN					
01	RUC				
02	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL				
03	NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL				
Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar:					
<input type="checkbox"/> INSCRIPCIÓN * Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones			<input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN * Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.		
<input type="checkbox"/> B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACIÓN) Sólo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN					
<input type="checkbox"/> C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD					
04	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES				
	día	mes	año		
<input type="checkbox"/> D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda)					
ORIGEN (Escoja una opción)					
05	FUSIÓN	06	ESCISIÓN		
<input type="checkbox"/> E.- DATOS DEL CONTADOR					
07	RUC CONTADOR		08	NOMBRE DEL CONTADOR	
<input type="checkbox"/> F.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL					
09 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL					
10	NACIONALIDAD	11	C.I., RUC O PASAPORTE	12	TIPO DE VISA (EXTRANJERO)
13	PROVINCIA	14	CANTÓN		
15	PARROQUIA	16	CALLE		
17	NÚMERO	18	INTERSECCIÓN		
19 REFERENCIA					
20	TELÉFONO (CELULAR O CONVENCIONAL)			21	CORREO ELECTRÓNICO
<input type="checkbox"/> G.- UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)					
22	PROVINCIA	23	CANTÓN	24	PARROQUIA
25	CIUDADELA	26	BARRIO	27	CALLE
28	NÚMERO	29	INTERSECCIÓN	30	MANZANA
31	BLOQUE	32	CONJUNTO	33	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL
34	Nº. DE OFICINA	35	Nº. PISO	36	KM
37	CAMINO	38	CARRETERO	39	REFERENCIA UBICACIÓN
<input type="checkbox"/> H.- MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)					
40	TELÉFONO 1	41	TELÉFONO 2	42	TELÉFONO 3
43	FAX	44	CELULAR	45	CORREO ELECTRÓNICO
46	SITIO WEB	47	APARTADO POSTAL		
<input type="checkbox"/> I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS					
	CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)
48					% PARTICIPACION
49					
50					
51					
52					
<input type="checkbox"/> J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
<input type="checkbox"/> K.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo				FIRMAS DE RESPONSABILIDAD	
<p>Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).</p>		<p>AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a _____ con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____, para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.</p>		<p>FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO</p>	

Anexos 19. Encuestas



Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Ingeniería Comercial

Encuestas

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información pertinente para la elaboración del proyecto de investigación: **Estudio de factibilidad para la creación de un coffe bar cristiano evangélico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil**, desarrollado como requisito previo para la obtención del título de Ingeniero Comercial.

Edad: _____

Sexo: Hombre____ Mujer_____

1.- ¿Se siente satisfecho con los actuales : 137 que existen en los establecimientos de Cafeterías?

Si_____

No_____

2.- ¿En la actualidad conoce algún lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos?

Si_____

No_____

3.- ¿Le gustaría que funcionara un lugar de diversión nocturna para cristianos evangélicos?

Si_____

No_____

4.- ¿Estaría de acuerdo si en este lugar se cobrara un cover consumible en su interior cuando hayan presentaciones?

Si_____

No_____

5.- ¿Según su respuesta anterior que valor estaría dispuesto a cancelar?

\$5_____

\$10_____

\$15_____

\$20_____

6. ¿Si tuviese la oportunidad de asistir a una Coffe-bar cristiano con qué frecuencia lo haría?

Frecuentemente_____

A menudo_____

Rara vez_____

Nunca_____

7.- ¿Si su respuesta es frecuentemente o a menudo señale cuantas veces a la semana?

Todos los días_____

Dos veces a la semana_____

Una vez a la semana_____

8.- ¿Cuáles son los días que le gustaría asistir a este establecimiento?

Lunes_____

Martes_____

Miércoles_____

Jueves_____

Viernes_____

Sábado_____

Domingo_____

9.- ¿Estaría de acuerdo que el centro de diversión para cristianos evangélicos tenga variedad de actividades como:

Presentaciones artísticas_____

Momentos de alabanzas_____

Presentación de grupos de danzas_____


Día de karaoke_____

10.-¿ Si tuviese la oportunidad de celebrar su aniversario, cumpleaños y demás fechas importantes cree conveniente hacerlo en un COFFE-BAR Cristiano Evangélico?

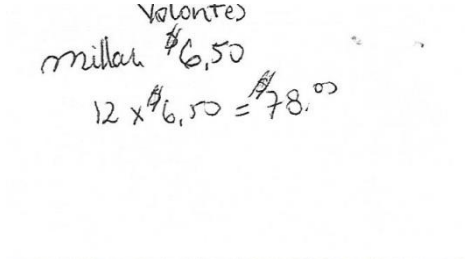
Si_____

No_____

Anexo 20. Cotización de maquinarias y equipos

 <p>R.U.C.: 0992740213001 GUAYAQUIL</p>	<p>Matriz: Km. 1.5 Vía Duran Tambo Teléfono: 2861285-2863574 Matriz 1: 1ero de Mayo y Machala esq. Teléfono: 2290479 2394752 - Email: fritega_sa@hotmail.com</p>
<p>COTIZACION 0002334</p>	
<p>Amada Bonilla 26/03/2015. Cel: 0989032293.</p>	
1 Cocina con horno de 4 quemadores	\$ 1500
1 Freidora de 4 surtidos	\$ 550 =
1 Licuadora de 8 litros	\$ 652,74
1 Sandwicheira 2 tapas	\$ 680,00
1 Ventral de 1 puentes 6N650 BT6	\$ 3355,00.
1 Siguera de 2 Pozos 12 litros 4/oz	\$ 1480.
<p>Garantía 1 año Precio incluye I.V.A.</p>	
<p>Katty Aspinoza Cel: 0967439565</p>	
<p><small>Las mercaderías viajan por cuenta y riesgo del comprador no siendo responsable los vendedores por rotura, pérdidas, robos y otras averías ocasionadas en el tránsito. La responsabilidad de Industxela S.A. cesa al salir las mercaderías de su almacén. Todas las mercaderías despachadas por nosotros seguirán siendo de nuestra propiedad hasta la cancelación total de la factura y posibles saldos a nuestro favor que con ellas se relacionen.</small></p>	
VENDEDOR:	CLIENTE:

Anexo 21. Cotización de las volantes



Anexos 6. Cotización de mantelería



La opción más apropiada para la compra de manteles, litos y de más es en la importadora MEX LUK S.A., ya que cada producto está en valores muy cómodos.

Anexo 22 . Carta de validación

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, MSc. Jacqueline Bermúdez Johnson, certifico: que he revisado la redacción y ortografía del contenido del tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COFFE-BAR CRISTIANO EVANGÉLICO EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”, elaborado por la egresada: Amada Eugenia Bonilla Serrano con C.I 0922466610 y Brunos Cevallos Néstor Pablo, con C.I 0921903423 previo a la obtención del Título Carrera: INGENIERO COMERCIAL.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

1. Se denota pulcritud en todas sus partes.
2. La acentuación es precisa.
3. Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
4. En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
5. Hay concreción y exactitud en las ideas.
6. No incurre en errores en la utilización de las letras.
7. La aplicación de la sinonimia es correcta.
8. Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
9. El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como licenciada en ciencias de la educación especialización literatura y español, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÀFICA de su Proyecto Educativo previo a la obtención de Título de INGENIERO COMERCIAL.

Atentamente,

MSc. Jacqueline Bermúdez Johnson
C.I 0908731953
Registro Senescyt: 1050-14-86052764- 1030-02-11798