

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la Implementación de un Café-Bar
Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de
Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil**

AUTORAS:

**Landín Vargas Diana Carolina
Lozano Márquez Denisse Priscila**

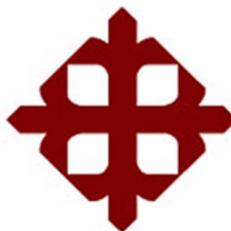
**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Landín Vargas Diana Carolina y Lozano Márquez Denisse Priscila**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

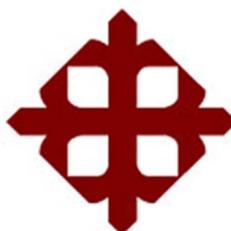
TUTORA

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Lozano Márquez Denisse Priscila

DECLARO QUE:

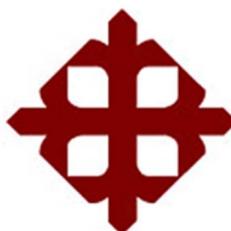
El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA

Lozano Márquez Denisse Priscila



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Landín Vargas Diana Carolina

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA

Landín Vargas Diana Carolina



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

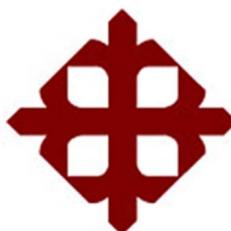
Yo, Lozano Márquez Denisse Priscila

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA:

Lozano Marquéz Denisse Priscila



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

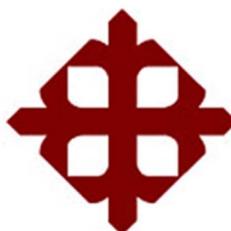
Yo, Landín Vargas Diana Carolina

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2017

LA AUTORA:

Landín Vargas Diana Carolina



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad para la Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil**, presentado por las estudiantes **Landín Vargas Diana Carolina y Lozano Márquez Denisse Priscila** fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND web interface. At the top, there is a navigation bar with a back arrow, a refresh icon, and a security indicator that says "Es seguro" next to the URL "https://secure.arkund.com/view/25576998-781387-870978#q1bKLvayio7VUSrC". Below the navigation bar is the URKUND logo. The main content area displays the following information:

Documento	TT LANDIN VARGAS LOZANO MARQUEZ.docx (D25803758)
Presentado	2017-02-16 18:33 (-05:00)
Presentado por	nanita_9210@hotmail.com
Recibido	laura.vera.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	TT LANDIN VARGAS LOZANO MARQUEZ Mostrar el mensaje completo

Below the message, a green box indicates "0%" de esta aprox. 43 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.

At the bottom of the interface, there is a toolbar with various icons for navigation and document management.

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios, por haberme permitido terminar de dar este paso y cerrar este ciclo, a mi Marianita mi segunda madre y a la cual nunca me cansaré de agradecerle siempre todo lo que ha hecho por mí. Mis padres, gracias por impulsarme y apoyarme siempre a pensar diferente al resto. A mi compañera de tesis por la paciencia y apoyo, pero sobre todo por haberse arriesgado conmigo en esta pequeña locura, confiando siempre en mí. A la CPA Laura Vera, por ser nuestra guía en todo este lapso de tiempo, por su paciencia y por compartir sus conocimientos con nosotras. A mis amigos los que me han acompañado muy de cerca a lo largo de esta etapa, algunos desde hace años otros desde hace poco, Susan, Dana, Guillermo y Arturo, gracias por no dejarme caer y estar siempre pendiente y sobre todo por su apoyo en cada locura que conllevó esto.

Diana Carolina Landín Vargas

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a todas las personas que siempre han creído en mí, en mi trabajo, esfuerzo, dedicación e imaginación. A todas las personas que todavía creen que el cambio comienza a partir de uno mismo sin importar lo que diga el resto, a esos soñadores que no se quedan con las ganas de, sino que lo intentan hasta probar que el límite sólo está en nuestra cabeza. Mi querida Anto, espero que para cuando crezcas y puedas leer esto te sientas igual de orgullosa de mí como yo lo estoy de ti, pese a lo pequeña que eres, por creer y confiar siempre en mí.

Diana Carolina Landín Vargas

Agradecimiento

En primer lugar le agradezco a Dios por llenarme de Bendiciones, por su amor y misericordia, por permitirme cumplir una meta más en mi vida, del mismo modo le agradezco por darle la fuerza, inteligencia y paciencia a mi madre Jenny Márquez, gracias a ella y a sus muchos sacrificios puedo llegar a cumplir uno de mis sueños, le agradezco a mi padre Jorge Lozano y a mi hermana el apoyo brindado, de una forma especial quiero agradecerle a mi futuro compañero de vida Kelvin Saldarriaga, el amor incondicional, la paciencia y el apoyo durante estos cinco años que ha estado a mi lado.

A mis compañeros, los cuales han hecho de mi vida universitaria algo inolvidable, gracias Paula, Cristina, Cindy, Nicole, Viviana, Tatiana, David y Jessica, por las risas, por las lágrimas y por los recuerdos, ustedes han formado parte de los momentos más felices de mi vida y espero que en el futuro nuestra amistad siga siendo igual de genuina y sincera.

Finalmente quiero agradecer a mi mejor amiga Denisse Fuentes, quien desde el colegio ha sido un gran apoyo para mí, y su amor de hermana ha sido algo importante en mi vida. Del mismo modo quiero agradecerle a mi compañera de tesis su esfuerzo y dedicación del mismo modo le agradezco a mi tutora Laura vera, por sus conocimientos, ayuda y apoyo.

Lozano Márquez Denisse Priscila

Dedicatoria

En primera estancia le dedico este trabajo a mi familia especialmente a mis padres quienes siempre creyeron en mí y en mi potencial, al amor de mi vida quien con cada oración y cada palabra de aliento me han motivado a dar lo mejor de mí, del mismo modo se la dedico a cada uno de los profesores que compartieron conmigo no solo sus conocimientos profesionales sino que también anécdotas personales ayudándome a ver de diferentes perspectivas el mundo laboral.

Lozano Márquez Denisse Priscila



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.

TUTOR

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

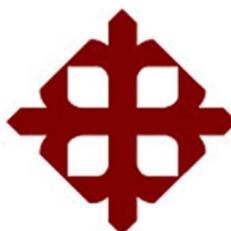
DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Landín Vargas Diana Carolina	
Lozano Márquez Denisse Priscila	

CPA. Laura Vera Salas, Mgs.

Índice General

Introducción	1
Planteamiento del Problema.....	2
Formulación del Problema	4
Justificación.....	4
Objetivos de la Investigación	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
Preguntas de Investigación.....	6
CAPÍTULO 1: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
Marco Teórico	7
Teoría de la Identificación de Oportunidades	7
Turismo	8
Actividades Turísticas: Restauración	11
Nuevas Tendencias en Restauración: Cafés Literarios	12
El Turista Literario	16
Importancia de la Lectura.....	17
Nuevas tendencias alimentarias	19
Productos orgánicos	20
Marco Referencial	21
Café Gijón	22
Café Tasso	22
La Biblioteca Café.....	23
Marco Legal	23

Ley de Turismo	23
Ley de Propiedad Intelectual.....	27
Ley Orgánica de Salud	28
Ley de Compañías	30
Ley de Régimen Tributario	32
Certificación Orgánica	33
Categorización de Establecimientos Turísticos.....	34
Trampa de grasa (Interagua)	35
Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.....	35
Permisos Municipales	36
Marco conceptual	38
Alimentos Orgánicos.....	39
Derechos de autor.....	39
Turista.....	39
Obra.....	39
Patente	39
CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	40
Análisis Situacional.....	40
Atractivos naturales.....	41
Atractivos Culturales.....	42
Análisis del Macroentorno	48
Factores Políticos	48
Aspecto Económico.....	49
Aspecto Tecnológico.....	53
Aspecto Social.....	54
Hábitos de lectura en Ecuador.....	55
Aspecto Ambiental	58

Mercado Meta	65
Análisis del Microentorno	65
Las Cinco Fuerzas De Porter.....	65
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	69
Objetivos de la investigación	69
Enfoque	69
Población.....	70
Muestra.....	70
Tipo de investigación	71
Presentación de resultados: tablas y gráficos	71
CAPÍTULO 4: PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO.....	93
Estudio organizacional	93
Misión.....	93
Visión	93
Valores	93
Organigrama.....	94
Estructura Organizacional: Nómina, Funciones y Horarios.....	94
Perfil de puestos	94
Análisis FODA	98
Fortalezas	98
Oportunidades	98
Debilidades.....	98
Amenazas	98
Mercado Objetivo.....	99
Estudio Técnico Operacional	99
Macro Localización y Micro Localización	99
Distribución física del espacio	100

Horario de funcionamiento.....	101
Menú Café Literario “La Tregua”	101
Plan de Marketing	103
Segmentación de mercado.....	103
Estrategias de Posicionamiento	104
Estrategia de Marketing	104
Producto	104
Precio.....	105
Plaza y canales de distribución.....	106
Promoción	107
Aspectos de la propuesta	107
CAPÍTULO 5: ESTUDIO FINANCIERO DE LA PROPUESTA	108
Proyección de Ingresos.....	111
Costos de Operación.....	115
Proyección de Resultados.....	119
Proyección de Flujos de Caja	120
Evaluación Financiera del Proyecto	121
Punto de Equilibrio.....	123
CONCLUSIONES	125
RECOMENDACIONES	126
Listado de Referencias	127
Apéndices	133

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Inflación mensual Mayo 2016</i>	51
Tabla 2 <i>Vegetales y Hortalizas</i>	62
Tabla 3 <i>Frutas</i>	63
Tabla 4 <i>Lectura como actividad de ocio</i>	72
Tabla 5 <i>Tipos de documentos de lectura</i>	73
Tabla 6 <i>Género literario de interés</i>	74
Tabla 7 <i>Formato de lectura</i>	75
Tabla 8 <i>Frecuencia de lectura a la semana</i>	75
Tabla 9 <i>Lugar de preferencia para la lectura</i>	76
Tabla 10 <i>Productos orgánicos</i>	77
Tabla 11 <i>Consumo de productos orgánicos</i>	78
Tabla 12 <i>Tipos de productos orgánicos</i>	78
Tabla 13 <i>Tipos de productos orgánicos</i>	79
Tabla 14 <i>Tipos de productos orgánicos</i>	79
Tabla 15 <i>Tipos de productos orgánicos</i>	80
Tabla 16 <i>Interés de visita del consumidor</i>	81
Tabla 17 <i>Actividades culturales</i>	82
Tabla 18 <i>Actividades culturales obras teatrales</i>	83
Tabla 19 <i>Actividades culturales lectura</i>	84
Tabla 20 <i>Actividades culturales presentaciones poéticas</i>	84
Tabla 21 <i>Valores a pagar</i>	85
Tabla 22 <i>Horario del personal</i>	97
Tabla 23 <i>Segmentación de mercado</i>	104
Tabla 24 <i>Precios del Menú</i>	105
Tabla 25 <i>Precios del Menú</i>	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26 <i>Aspectos de la Propuesta</i>	107
Tabla 27 <i>Inversión Inicial</i>	109
Tabla 28 <i>Balance Inicial</i>	110
Tabla 29 <i>Préstamo y amortización</i>	110
Tabla 30 <i>Resumen de pagos de amortización</i>	111
Tabla 31 <i>Ingresos Proyección primer año</i>	112
Tabla 32 <i>Ingresos Proyección primer año</i>	113

Tabla 33 <i>Ingresos Proyección segundo año</i>	113
Tabla 34 <i>Ingresos Proyección segundo año</i>	114
Tabla 35 <i>Rol de pago primer año</i>	116
Tabla 36 <i>Depreciación de activos fijos</i>	117
Tabla 37 <i>Gastos Generales</i>	118
Tabla 38 <i>Gastos Generales</i>	119
Tabla 39 <i>Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años</i>	120
Tabla 40 <i>Flujo de caja</i>	121
Tabla 41 <i>Evaluación del proyecto</i>	122
Tabla 42 <i>Escenarios</i>	123
Tabla 43 <i>Punto de Equilibrio</i>	124
Tabla 44 <i>Detalle de la inversión inicial</i>	136
Tabla 45 <i>Detalle de la inversión inicial</i>	137
Tabla 46 <i>Detalle de la inversión inicial</i>	138
Tabla 47 <i>Detalle de amortización</i>	139
Tabla 48 <i>Rol de pago segundo año</i>	143
Tabla 49 <i>Rol de pago tercer año</i>	144
Tabla 50 <i>Rol de pago cuarto año</i>	145
Tabla 51 <i>Rol de pago quinto año</i>	146
Tabla 52 <i>Detalle de la depreciación de los activos</i>	147

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Tipos de turismo.....	9
<i>Figura 2.</i> Café Gijón	22
<i>Figura 3.</i> Café Tasso.....	22
<i>Figura 4.</i> La Biblioteca Café.....	23
<i>Figura 5.</i> Puente Zigzag (Paseo de la Juventud).....	41
<i>Figura 6.</i> Jardines del Malecón Simón Bolívar.	42
<i>Figura 7.</i> Plaza Olmedo..	42
<i>Figura 8.</i> Plaza cívica.....	43
<i>Figura 9.</i> Parque Clemente Yerovi	43
<i>Figura 10.</i> Monumento a Guayas y Quil.	44
<i>Figura 11.</i> Monumento a Gabriel García Moreno.....	44
<i>Figura 12.</i> Monumento a Antonio José de Sucre.....	45
<i>Figura 13.</i> Columna de los Próceres.....	45
<i>Figura 14.</i> Iglesia San Agustín.	46
<i>Figura 15.</i> Catedral Metropolitana San Pedro Apóstol.....	46
<i>Figura 16.</i> Museo Presley Norton.....	47
<i>Figura 17.</i> Biblioteca Municipal.....	47
<i>Figura 18.</i> Montos Aprobados para créditos por sectores priorizados	48
<i>Figura 19.</i> Producto Interno Bruto- PIB.	50
<i>Figura 20.</i> Inflación Anual en los meses de Enero..	51
<i>Figura 21.</i> Composición de la población: Total nacional.....	52
<i>Figura 22.</i> Evolución del desempleo: Total nacional.	52
<i>Figura 23.</i> Histórico- Abonados por tipo de acceso.	53
<i>Figura 24.</i> Cuentas Internet Fijo y Móvil por cada 100 habitantes.	53
<i>Figura 25.</i> Evolución de líneas activas y densidad.....	54
<i>Figura 26.</i> Líneas de pobreza y pobreza extrema.	54
<i>Figura 27.</i> Resumen: Principales resultados de marzo 2016.....	55
<i>Figura 28.</i> Hábito de lectura en Ecuador.	56
<i>Figura 29.</i> Hábito de lectura por edad.	56
<i>Figura 30.</i> Hábito de lectura por ciudad..	57
<i>Figura 31.</i> ¿Qué lee y en donde con mayor frecuencia?	57
<i>Figura 32.</i> ¿Qué lee y en donde con mayor frecuencia?.....	58

<i>Figura 33.</i> Empresas que contaron permiso ambiental.....	59
<i>Figura 34.</i> Formas de consumo de productos orgánicos.	60
<i>Figura 35.</i> Principales lugares de compra de los consumidores.....	60
<i>Figura 36.</i> Motivos de compra.....	61
<i>Figura 37.</i> Organismos de Certificación Acreditados.	64
<i>Figura 38.</i> Lectura como actividad de ocio	72
<i>Figura 39.</i> Tipos de documentos de lectura	73
<i>Figura 40.</i> Género literario de interés	74
<i>Figura 41.</i> Formatos de lectura	75
<i>Figura 42.</i> Frecuencia con la que se realiza la actividad	76
<i>Figura 43.</i> Lugar de preferencia para la lectura.....	77
<i>Figura 44.</i> Productos orgánicos	77
<i>Figura 45.</i> Consumo de productos orgánicos	78
<i>Figura 46.</i> Consumo de productos orgánicos: frutas	79
<i>Figura 47.</i> Consumo de productos orgánicos: verduras y hortalizas.....	79
<i>Figura 48.</i> Consumo de productos orgánicos: de origen animal	80
<i>Figura 49.</i> Consumo de productos orgánicos: café.....	81
<i>Figura 50.</i> Interés de visita al consumidor.....	82
<i>Figura 51.</i> Actividades culturales: artistas en vivo.....	83
<i>Figura 52.</i> Actividades culturales: obras teatrales	83
<i>Figura 53.</i> Actividades culturales: lectura en vivo de obras literarias.....	84
<i>Figura 54.</i> Actividades culturales: lectura en vivo de obras literarias.....	85
<i>Figura 55.</i> Valores a pagar.....	86
<i>Figura 56.</i> Ubicación del café bar literario.....	99
<i>Figura 57.</i> Mapa terrestre sector Urdesa.....	100
<i>Figura 58.</i> Área operacional del café bar literario	100
<i>Figura 59.</i> Patio trasero.....	101

Resumen

El objetivo principal de la propuesta es evaluar la factibilidad para la implementación de un café bar literario como propuesta de desarrollo turístico en la ciudad de Guayaquil, con lo cual se busca incentivar el hábito de lectura como actividad de ocio, y de la misma forma se busca promover la alimentación sana a través del consumo de productos orgánicos en el café y la repostería, que serán ofrecidos en el Café Bar Literario “La Tregua”. Análogamente se prevé contribuir culturalmente a la ciudad, a través de eventos culturales como artistas en vivo, presentaciones de libros y obras teatrales.

Según el estudio financiero realizado, la inversión inicial de proyecto es de \$31.687,80; el valor actual neto (VAN) es de \$17.570,97; la tasa interna de retorno (TIR) es de 28,41%, el costo de beneficio es de 1,19 y el periodo de recuperación es de 3 años y 2 meses aproximadamente, de este modo se demuestra la factibilidad de la presente propuesta.

Palabras clave: Café Literario, Alimentos orgánicos, consumidor, lectura, turismo.

Abstract

The main objective of the proposal is to evaluate the feasibility for the implementation of a literary coffee bar as a proposal for tourism development in the city of Guayaquil, which seeks to encourage the habit of reading as an activity of leisure, and similarly seeks to promote healthy eating through the consumption of organic products in the coffee and the bakery, which will be offered at Coffee Bar Literary “La Tregua”. You are similarly expected, to contribute culturally to the city through cultural events such as live artists, book’s presentations and theater.

According to the financial study carried out, the initial project investment is \$ 31,687.80; The net present value (NPV), is \$ 17.570,97; The internal rate of return (IRR) is 28.40%, the cost of benefit is 1.19 and the recovery period is approximately 3 years and 2 months approximately, thus demonstrating the feasibility of this proposal.

Key words: Coffee Literary, Food Organic, Consumer, Reading, tourism.

Introducción

En el ámbito de las empresas de alimentación, el término *restauración* significa algo más que ingerir alimentos para saciar una necesidad fisiológica; representa la experiencia de consumir dentro de los establecimientos, la cual puede llegar a marcar la diferencia en cuanto a la innovación del negocio. Actualmente existen algunos tipos de negocios de restauración, los cuales tienen como producto común el café, pero que no tienen un elemento diferenciador que permita ofrecer al cliente una experiencia adicional a la del consumo del producto como tal. En este tipo de negocios se identifican a los bakery shops, bistrós, bares, soda bar, cafeterías, entre otros.

Los cafés literarios son lugares que tienen su historia a partir de países como España, en donde, según Marti (2007) a raíz de las tertulias o las también llamadas reuniones de estudio de obras literarias fueron evolucionando con el transcurso del tiempo hasta que este concepto cambiara y se dejara a un lado los lugares fríos y poco rentables de biblioteca, dando paso a nuevos espacios de lectura en donde además de ser acogedores se puede disfrutar del servicio de cafetería. Éstos establecimientos básicamente son sitios en donde las personas acuden a comer o beber algo, pero al mismo tiempo se encuentran con repisas de obras literarias de todas las épocas o de las más recordadas dependiendo del local.

Pese a que en Ecuador, la lectura no es una actividad recreativa primordial, existen personas que la practican y disfrutan de ella. La idea de éste tipo de establecimiento, el café bar literario en Guayaquil, surge básicamente de la necesidad de brindarles a quienes gustan de la lectura, la posibilidad de disfrutar de algún tipo de comida o bebida mientras disfrutan del libro de su preferencia, lo cual no se permite en una biblioteca; además se busca incentivar a las personas dentro de la ciudad a la lectura y de cómo ésta puede beneficiarles en sus conocimientos.

Paralelamente, la demanda de las personas por consumir productos orgánicos ha crecido, de modo que el ingerir productos cultivados de una forma más sana y natural los cuales no hayan sido modificados con ningún tipo de sustancias químicas ni sintéticas; es algo innovador que está tomando un peso fundamental por parte del consumidor a la hora de comprar alimentos y bebidas para su consumo diario. Entre

los principales productos orgánicos que se pueden encontrar en el mercado están: lácteos, verduras, harinas, cafés, frutas, entre otros.

Refiriéndose a lo establecido anteriormente el objetivo de esta investigación es determinar la factibilidad de la construcción de un café/ bar literario con la finalidad de incentivar hábitos de lectura y el consumo de productos orgánicos que ayude a la mejora económica e intelectual de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.

Planteamiento del Problema

Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012) el 27% de los ecuatorianos no tienen hábitos de lectura y el 73% de personas que señalan tener estos hábitos, refieren que el periódico es su principal fuente de información. Más de la mitad de personas que no leen, señalan que no lo hacen debido a la falta de interés. El limitado hábito de la lectura produce deficiencia en la comprensión de libros o documentos y escaso desarrollo cultural de las naciones; la falta de hábitos de lectura es, según Freire (2013), una característica común de los países menos desarrollados. La práctica del hábito de la lectura se debería generar en las personas desde que son infantes de manera que puedan apreciar la lectura como una actividad del día a día y no como algo escolar solamente, ya que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012) el 33% de los jóvenes ecuatorianos leen por obligaciones académicas y un 32% lo hace por conocer un poco más sobre algún tema de interés.

En Ecuador en los últimos años se ha reforzado un tipo de cultivo diferente de productos agrícolas, como es el caso de la agricultura orgánica que se presenta como una variable de la tradicional pero con los principios del desarrollo sostenible y sustentable del que tanto se habla actualmente. Este tipo de cultivos se desarrolla libre de pesticidas, hormonas, fertilizantes, etc., y con uso de abonos naturales, dejando en claro que al consumir este tipo de productos no se trata de que contengan mayor cantidad de nutrientes pero beneficia a prolongar la salud y vida de las personas. Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, en contraste con el consumo de productos procesados que contienen alta adición de químicos y conservantes que realiza la mayoría de los ciudadanos del país como dentro de la ciudad de Guayaquil, que no hacen sino originar carencias de

conocimientos y problemas de salud respectivamente (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012).

En la actualidad existen bibliotecas, parques, cafeterías tradicionales, etc., a las que por lo general las personas acuden para adquirir algún tipo de productos, sin embargo existen quienes también asisten para poder disfrutar de la tranquilidad del espacio para poder leer, lo cual no siempre resulta así puesto que en establecimientos como bibliotecas no se permiten el consumo de alimentos y en los parques no siempre existe el ambiente adecuado para leer en completa armonía. En estos últimos años se han aperturado espacios culturales en donde el teatro, la música, y el folclor han tenido lugar, pero la lectura sigue siendo un tabú, una actividad considerada aburrida y enmarcada dentro del ámbito escolar, sin tener en cuenta que se la puede englobar dentro de las actividades de ocio y que una vez que se encuentra el libro o texto adecuado, todo cambia.

Entre las principales causas del limitado hábito de la lectura y el consumo de productos orgánicos se encuentra la baja tasa de establecimientos o espacios dedicados para la lectura, porque los lugares más comunes utilizados para esta actividad son las bibliotecas, las cuales resultan frías e incómodas en muchas ocasiones. Por otra parte, se presenta también una alta tasa de cafeterías tradicionales o con temáticas muy comunes y similares, es decir en el país todavía no existe la innovación suficiente como para que los turistas tanto nacionales y extranjeros salgan de esos esquemas habituales y se vuelvan más exigentes ya que esto influenciaría de manera positiva en la calidad de servicio que se ofrece.

Es así que todos estos factores ocasionan problemas tales como, poseer poca cultura general, disminución y poca fluidez en su vocabulario y para expresarse, muchas personas han adoptado un vocabulario muy coloquial dejando atrás el uso de palabras o frases con mayor propiedad gramatical que ayudan a tener una comunicación más universal y de mejor entendimiento. Al tener en mente la lectura como una actividad netamente escolar ocasiona la disminución del interés de la lectura en las personas que desde pequeñas no han tenido un incentivo adecuado para adoptar este recurso como un hobby además de una herramienta educativa; además la poca innovación existente en establecimientos de alimentos y bebidas en el país ocasiona conformidad por parte de los clientes tanto en servicio como en producto, y

con esto una cultura conformistas en los diferentes servicios brindados en el sector turístico.

Formulación del Problema

¿Cuáles son los aspectos técnicos, ambientales, financieros y socio-económicos que permitirían que la implementación de un café-bar literario sea factible?

Justificación

De acuerdo con la Constitución del Ecuador, expedida en la Asamblea Constituyente (2008), todas las personas tienen derecho a la recreación y esparcimiento ya sea en lugares públicos o privados; de la misma forma de acuerdo al sistema económico y la política económica que se establece en la Constitución en dos de sus objetivos hace referencia a incentivar la producción nacional y con ello la productividad y una justa competencia de mercado, así como el consumo ambiental y socialmente responsable. En este sentido, el café bar literario tendrá específicamente la producción de bollería y bebidas con productos orgánicos como incentivo del cuidado de salud y de una mejor calidad de vida. Por otro lado, dentro de los objetivos de la política fiscal establecida dentro de la Constitución del Ecuador, se indica que se incentivará la inversión en diversos sectores de la economía en negocios que manejen responsabilidad social y ambiental, dando prioridad al sector turístico específicamente en negocios innovadores y que contribuyan a la integración de la sociedad. Actualmente en la ciudad de Guayaquil existen muchos establecimientos dedicados al área de cafetería, pero muy pocos con una temática innovadora por lo cual se espera que éste tipo de establecimiento cause un impacto positivo en cuanto innovación.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, donde se encuentran los lineamientos y políticas públicas, establece la importancia de promover la construcción de espacios de encuentro común donde se fortalezca la cultura nacional, así mismo se busca desarrollar las capacidades intelectuales y físicas de la ciudadanía a través de sitios no formales de aprendizaje donde se pueda intercambiar conocimientos e impulsar nuevos hábitos de lectura y escritura (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

Según datos del Ministerio de Turismo (2007) el sector económico correspondiente a la actividad de Alimentos y bebidas es la que genera la mayor cantidad de empleos en el Ecuador, con el 51% con respecto a otras áreas dentro de turismo, y de los 7.424 establecimientos de Alimentos & Bebidas, la mayoría de los mismos se encuentra principalmente en Guayaquil; esto indica que en cuanto a localización de la propuesta estaría bien direccionado en la ciudad de Guayaquil. El área de alimentos y bebidas en turismo está compuesto por micro empresas, las mismas que pueden ser: cafetería, bar, fuente de soda, restaurante, de los cuales en su gran mayoría se relacionan más con el consumo y producción de alimentos y en una minoría al expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, esto aporta en gran parte a que el café bar literario en mención pueda tener una participación mínima pero asegurada en el expendio de bebidas ya que las bebidas a ofrecerse serán en el caso de las no alcohólicas, aguas y jugos producidos con frutas orgánicas y en el caso de bebidas alcohólicas serán cervezas artesanales de producción nacional, lo cual ayudará a que otras empresas que provean los insumos también se beneficien.

El turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo dejando de lado a las exportaciones y transformándose en una herramienta de comercio internacional. Una de las modalidades de turismo que ha contribuido al incremento de empleo y competitividad es el turismo cultural el cual se basa en crear sentimiento de protección y conservación de los patrimonios culturales de la comunidad receptora; en el caso de la implementación del café bar literario el turismo cultural será fomentado a través de los diferentes géneros textuales publicados por los diferentes escritores nacionales dando la oportunidad de conocer más acerca de la literatura local.

Existen grupos tanto de turistas extranjeros como nacionales, quienes gustan de los conceptos innovadores de cafeterías, este negocio sería una opción para ellos, ya que sobresale de lo que tradicionalmente se expone o vende dentro de la ciudad en cuanto a establecimientos de restauración se refiere. Los cafés bar literarios son espacios que acogen a personas de distinto sexo y edad para el deleite de la lectura, la presente propuesta, se convierte en un aporte cultural hacia al turismo, dado que la lectura ayuda a que las personas mejoren su vocabulario, forma de escribir, e inclusive a mejorar su forma de vida.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Evaluar la factibilidad para la implementación de un café bar literario como propuesta de desarrollo turístico, a través de la evaluación de aspectos técnicos, ambientales, financieros y socio-económicos.

Objetivos Específicos

1. Diagnosticar la situación actual de la ciudad de Guayaquil en cuanto a servicios de cafetería con temática literaria y de productos orgánicos para determinar el perfil del consumidor de estos servicios y productos.

2. Determinar los requerimientos legales, físicos y económicos necesarios para la implementación de un café bar - literario en la ciudad de Guayaquil.

3. Determinar la factibilidad económica y financiera de la creación de un café bar literario dentro de la ciudad.

Preguntas de Investigación

1. ¿Cuál es el perfil de los turistas literarios?

2. ¿Cuál es la oferta actual de cafeterías que fomenten los hábitos de lectura y el consumo de productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil?

3. ¿Cuál es la inversión inicial y de qué forma es conveniente su financiamiento?

4. ¿Cuáles son los requisitos legales para la implementación y funcionamiento de un negocio tipo café bar?

5. ¿Cuáles son los productos orgánicos de mayor consumo entre los visitantes de las cafeterías?

6. ¿Cuál es la estructura administrativa y operativa óptima para el funcionamiento de un café bar?

7. ¿Es un negocio rentable el café bar literario?

CAPÍTULO 1: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

MARCO TEÓRICO

Teoría de la Identificación de Oportunidades

Los accionistas de empresas y organizaciones, demandan a sus gerentes el crecimiento del negocio, los cuales se cuestionan en qué manera impulsar el crecimiento de la empresa, para que a su vez ésta genere más dinero y al mismo tiempo encontrar la forma de conducir los procesos de innovación para poder encontrar un modo de volverse indispensable para los socios (Christensen & Raynor, 2004). Actualmente la posibilidad de prosperar en un volátil mercado financiero y mantener este proceso estable a lo largo del tiempo resulta ser una labor complicada para los gerentes, quienes a pesar de estar conscientes de la necesidad de nuevas innovaciones que permitan un crecimiento prolongado, ven como inaceptable el riesgo de invertir para implementarlas. Alrededor de 1 de cada 10 compañías logra mantener un tipo de crecimiento, el fracaso de las demás se puede traducir como consecuencia de intentar crecer de manera errónea, lo cual es peor a no intentar crecer (Gregory, 2012).

Un caso que refuerce lo anteriormente mencionado, es el de la empresa AT&T, la cual en su intento de crecer invirtiendo en otros mercados, terminó registrando pérdidas y deshaciéndose de los negocios no rentables, los cuales fueron vendidos a precios más bajos en comparación por lo que se pagó para su adquisición. Las empresas que se encuentran en una etapa de maduración estancada, buscan desesperadamente nuevas oportunidades que los ayuden en su afán de expenderse, por tal razón desean innovar en nuevos negocios, acto que conlleva a un incremento de las acciones de la empresa en la bolsa de valores. Sin embargo, cuando estas inversiones no rinden los frutos esperados por los gerentes, los ingresos y el patrimonio de la empresa tienden a decrecer del mismo modo que el valor de las acciones, como consecuencia, los accionistas proceden a reemplazar a los administradores vigentes por otros que ayuden a la optimización de recursos y eliminación de negocios o inversiones no rentables, de forma en que la empresa recupere su inversión, ingresos y patrimonio. Sin embargo las organizaciones o empresas pueden caer nuevamente en inversiones erróneas, atrapándolas en este

proceso denominado círculo vicioso de los nuevos emprendimientos (Gregory, 2012).

La teoría de la Identificación de Oportunidades, se basa en la forma en como el emprendedor identifica oportunidades de negocios para crear un valor agregado, en donde las personas interesadas en invertir tengan motivos para tomar los riesgos que insinúa este tipo de acciones. De acuerdo a Alexander, Richard, y Sourav, (2003) un factor clave dentro del emprendimiento es el descubrimiento y desarrollo de oportunidades, ya que los empresarios logran reconocer oportunidades de negocio para crear y entregar valor a través de un producto, a los futuros clientes interesados en determinados proyectos. La creatividad también es un elemento clave dentro de este proceso, ya que las oportunidades pueden ser reconocidas pero necesitan también ser creadas y evaluadas.

Para el desarrollo de oportunidades, en primera instancia se debe tomar en cuenta lo que ésta significa, la misma que hace referencia a emplear las condiciones de un mercado y sus necesidades. El segundo paso es el valor agregado que se le puede asignar a esa oportunidad para poder desarrollar el producto, el siguiente paso es reconocer si el producto está teniendo el impacto deseado en el mercado, esto se realiza para tomar correcciones en caso de necesitarlas. Finalmente se desarrolla la evaluación mediante los análisis de factibilidad. Esta teoría está formada por ocho fases, de las cuales las primeras cinco corresponden a los componentes estructurales y las otras tres representan el proceso de validación empírica. Dichas fases son: a) unidades de la teoría, b) leyes de interacción, c) límites de la teoría, d) estados del sistema de la teoría, e) proposiciones de la teoría, f) indicadores empíricos, g) hipótesis, h) investigación (Alexander, Richard, & Sourav, 2003).

Turismo

El turismo es un fenómeno social y económico que nace a partir de la necesidad de las personas de desplazarse temporalmente de sus lugares de origen, con el fin de satisfacer una necesidad recreativa. En el siglo XIX, la implementación del ferrocarril contribuyó de una forma significativa al desarrollo del turismo, de modo que a partir de este hecho nacieron la navegación, el automóvil y diferentes medios de transportes, los cuales son un elemento fundamental para llevar a cabo la actividad turística Vallejo (2012). En el transcurso de los años el concepto de turismo ha tenido varias incorporaciones académicas las cuales concluyen en que el

turista es aquel pasajero que cuya estadía fuera de su lugar de origen supera las 24 horas y cuyas motivaciones pueden ser de ocio, cultura, religión, aventura, salud, entre otros (Cabarcos, 2010) . Finalmente, la definición mundialmente conocida y aceptada es la que estableció el Glosario básico de la Organización Mundial de Turismo (2014) lo cual dispone lo siguiente:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (p.1).

De acuerdo a las declaraciones anteriores el turismo no solo abarca el viajar de un lugar a otro, actualmente se involucran términos económicos como el pagar para recibir un servicio turístico o el desplazarse por la motivación de conocer nuevas culturas o nuevos comportamientos sociales, de esa manera el satisfacer únicamente una necesidad recreativa deja de ser la parte fundamental de la actividad.

Tipos de turismo, turismo cultural: literario

Turismo Deportivo	<ul style="list-style-type: none"> • Asistir como espectador a un evento deportivo • Practicar alguna actividad deportiva • Participación en competencias deportivas
Turismo de Placer	<ul style="list-style-type: none"> • La persona disfruta de la actividad que desee a plenitud en el lugar de destino
Turismo de Salud	<ul style="list-style-type: none"> • Aquel que brinda condiciones o facilidades para que el turista realice su descanso médico o para que pueda ser intervenido quirúrgicamente.
Turismo de Congresos, Convenciones y Negocios	<ul style="list-style-type: none"> • Engloban las distintas actividades que empresarios pueden realizar durante su visita a otra región, esto puede incluir reuniones, cocteles de bienvenida, capacitaciones, etc
Turismo de Naturaleza	<ul style="list-style-type: none"> • Aquel que realizan los individuos para entrar en contacto con la naturaleza y disfrutar plenamente de ello
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Integrado por dos áreas: turismo y cultura

Figura 1. Tipos de turismo. Adaptado de “Elementos del turismo” por Quesada, R, 2000

Los tipos de turismo se desarrollan a partir de las diferentes necesidades o motivaciones que las personas presentan, así, según Quesada (2006), los tipos de

turismo son como se observa en la figura 1; dentro de los tipos de turismo se presenta el turismo cultural, el cual está integrado por dos áreas que estudiadas en conjunto ayudan a que tanto una modalidad como la otra se beneficien y colaboren en pro de la formación de la sociedad como tal. El turismo cultural como aquel que tiene por objetivo conocer más acerca de los monumentos o manifestaciones artísticas, ejerciendo un efecto positivo ya que contribuye a su cuidado y mantenimiento, beneficiando a la comunidad implicada (Morére & Perelló, 2013).

Para que el turismo pueda desarrollarse es necesario que existan recursos turísticos, los cuales, según la Organización Mundial de Turismo (2014) son los bienes y servicios que por intervención del hombre y sus medios, hacen posible que se desarrolle el turismo y con ello la satisfacción de las necesidades de las personas. La oferta turística dentro de este tipo de turismo se fundamenta en productos basados en el patrimonio monumental y material, teniendo en cuenta que una previa planificación turística contribuirá a la creación y pleno desarrollo de los mismos.

Para Magadán y Rivas (2011) dentro del turismo cultural existe una subcategoría como lo es el turismo literario, que es aquel en el que las personas se desplazan de un lugar a otro para visitar espacios o ciudades que guardan relación con el sitio en donde se han desarrollado obras literarias importantes e inclusive ciudades de origen de autores literarios destacados. Magadán y Rivas (2011) plantean que la literatura también puede ser una forma de turismo, ya que “leer es viajar con la imaginación” (p.9), mientras que en la literatura la imaginación de las personas es un mundo distinto en cada una de ellas, la cual les permite transportarse de un lugar a otro sin necesidad de desplazarse, viajar les proporciona visitar de forma real esos lugares deseados. En el tipo de turismo literario, los colaboradores son los que se encargarán de orientar a los clientes, por lo tanto deben de contar con habilidades para poder dirigir al turista y ayudarlo en qué tipo de texto podría enfocarse, ya que de ello dependerá si al cliente le agradó la estancia en el establecimiento o no. El turismo literario es también visto como una herramienta para explotar lugares poco conocidos o destinos totalmente nuevos, ya que los principales consumidores de esta modalidad lo hacen principalmente por el interés de conocer como fueron o como son los sitios de origen de sus autores preferidos o inclusive algunos van más allá tratando de asemejar su realidad a la del libro previamente leído.

Actividades Turísticas: Restauración

De acuerdo a la ley de Turismo, expedida por el Ministerio de Turismo (1997) se consideran actividades turísticas: el alojamiento, la transportación, de operación: cuando las agencias de viajes siempre y cuando provean su propio transporte, las agencias de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos, y el servicio de alimentos y bebidas. Éste último ha sufrido múltiples cambios a lo largo de la historia dentro de su concepto original, desencadenando un sin número de establecimientos dedicados a la satisfacción de necesidades gastronómicas de los turistas. La restauración como tal se define como una actividad dedicada a la elaboración y servicio de bebidas y comida dentro de un local en específico o fuera del mismo, la misma que implica recursos tanto económicos, humanos y técnicos (Barraguer, 2008).

Para entender de mejor forma que es lo que conlleva esta área que desde un principio se convirtió en uno de los pilares fundamentales que posibilitan llevar a cabo las diferentes actividades de turismo en sus diversas modalidades, es necesario entender su significado. El término restauración proviene del vocablo *restaurador* que se utiliza para nombrar a una persona que repara una pieza artística de gran valor, y debido a que el cuerpo humano es considerado parte fundamental de la existencia humana la palabra restauración toma un significado más a la par dentro del área de alimentos y bebidas (Roteta, 2011). Dentro del ámbito del turismo, hotelería y restaurantes este concepto es adaptado como la acción de alimentarse y mediante la cual se restituye el consumo de energía del cuerpo.

En primera instancia nacieron las posadas y tabernas en la Antigua Roma, las cuales ofrecían comida y bebida a peregrinos y personas que pasaban por el lugar a cambio de dinero, esto se dio en 1700 A.C Roteta (2011). Durante la Edad Media se logró consolidar y como resultado aparecieron leyes y gremios que regularon esta actividad, pero a finales del siglo XVIII época en la que se construyeron los primeros hoteles en playas y puertos, se comenzaron a celebrar los primeros banquetes reales y políticos donde alardear lujos y poder era lo más evidente. En 1765 apareció Pierre Boulanger quien es conocido por ser el primer restaurador popular, ofreciendo alimento y bebida dentro de su establecimiento a los viajeros del camino de Santiago con una inscripción que expresaba “Venid a mí todos aquellos con el estómago desfallecido y yo os restauraré”, esta última palabra fue el indicio para darle el

nombre a los actuales sitios donde se expende comida. Después de la Revolución Francesa muchas personas que trabajaban para los reyes y toda la aristocracia resultaron despedidas, originando que todo ese personal que elaboraba productos de altísima calidad comiencen a buscar trabajo en los comedores locales de la época, marcando el inicio de la alta restauración. Durante los siglos XIX y XX surgieron hoteles como el Savoy (Londres) y el Ritz (París) que ofertaban servicios de punta a sus clientes adinerados incluyendo el servicio de restauración de primera categoría (Barraguer, 2008).

Actualmente con el desarrollo del servicio de transporte aéreo y terrestre se ha posibilitado que el área de alimentos y bebidas evolucione de tal forma que estos establecimientos puedan clasificarse según el tipo de servicio que ofrecen: a la mesa, buffet, catering; de acuerdo a la especialidad culinaria: grill, vegetariano, comida rápida, etc.; e incluso el tipo de propiedad: de cadena, franquicia o independiente Roteta, (2011). Dentro del área de restauración existen algunos tipos de negocios tales como: bares, restaurantes, fondas, soda bar, bistrós, pastelerías, cafés, entre otros, éstos últimos surgieron en España alrededor de los años 50, eran lugares donde asistían la clase media, los bohemios y los poetas. Los bares por su parte eran lugares a los cuales concurrían la clase obrera y en ese entonces eran llamados también tascas o cantinas; con el pasar del tiempo aparecen las cafeterías en respuesta a la combinación entre el bar y el restaurante (Barraguer, 2008).

Nuevas Tendencias en Restauración: Cafés Literarios

Desde tiempos inmemorables el café ha guardado una estrecha relación con la literatura. Estos lugares eran algo más que un sitio donde sólo se bebía café, como se mencionó anteriormente estos establecimientos durante su primera aparición eran lugares donde concurrían bohemios, poetas e incluso políticos para intercambiar ideas adentrándose en un mundo ideal para ellos pero sin alejarse de la turbia realidad. Para entender un poco más acerca del origen de este tipo de establecimientos es necesario en primera instancia tener conocimiento de cómo esta semilla tostada y molida llegó hacerse tan popular. La historia cuenta que fue descubierto en Etiopía en el siglo IX en un lugar llamado Kaffa que fue de donde se derivó su nombre, un pastor del norte de África descubrió como su rebaño cada que era recogido de las llanuras regresaban llenos de energía, estas personas descubrieron como éstas semillas daban vitalidad y estimulaban Peña (2001). Tiempo después se

expandió por toda Arabia abriéndose la primera cafetería en Turquía; luego en India y más tarde a principios del siglo XVII fueron los venecianos los que lo introdujeron en Europa y empezaron a comercializarlo pero en ese entonces éste solo era para consumo privado; en la medida en que su uso empezó a cobrar importancia se expandió libremente y dio lugar a la creación de establecimientos dedicados a este producto (Marti, 2007).

En Europa particularmente en España por ejemplo los primeros lugares en los que se tenía un servicio de este tipo se llamaban *mentideros*, y su nombre se debía a que las personas concurrían a ellos para conversar y estar al día con todo lo que ocurría y con ello se divulgaban un sin número de mentiras Bonet (2012). Luego durante los siglos XVII y XVIII, se desarrolló con mayor claridad la idea de los cafés: eran salones de la nobleza francesa (los nobles decidían quién y por qué participaban) donde se entablaban las famosas tertulias o reuniones de libros, y en los cuales no todos tenían acceso a menos que pertenezcan a un linaje en específico Marti (2007). Otra particularidad que poseían era que las mujeres no tenían acceso a estos sitios sólo los hombres, es así como en París personajes como Voltaire, Diderot e incluso Napoleón Bonaparte eran quienes más concurrían a estos establecimientos (Blanco, 2014).

Según Peña (2001) “el español tiene tiempo para sentarse en las terrazas a ver pasar la gente o a estar adentro conversando de toros, libros, teatro y política” (p. 23). Otros cafés de importancia en España fueron: el Café Suizo, Café Iberia, Nuevo Café de Levante de la calle Arenal, a los cuales asistían personalidades como Gustavo Adolfo Bécquer, Pío Baroja, Amado Nervo, Rubén Darío, entre otros. En 1988 se funda el café Gijón de Madrid, considerado como punto de encuentro importante entre los más sobresalientes dramaturgos de la época como lo eran García Lorca, Benito Pérez Galdós; todos estos establecimientos de café dieron ejemplo para que en otros países también se empezaran a implementar salones de té, bares y otros cafés con el fin de que se practicara la conversación, poder leer o escribir con tranquilidad (Peña, 2001).

De acuerdo a Marti (2007) en 1867 aproximadamente se empezaron abrir lugares como el Café Le Procope en París uno de los más afamados en Paris y uno de los primeros en el mundo Occidental, y la Cafetería Lloyd's en Londres, con la particularidad de que quienes asistían eran comerciantes que intercambiaban

información para futuras transacciones. En Roma apareció el Café Greco que data del siglo XVIII el cual era frecuentado por poetas, artistas e incluso posteriores papas, personas pudientes empezaron a concebir el café como un medio de negocio con la característica de que el ocio y la creatividad estaban presentes. Otro de los ejemplos de los primeros cafés en Italia fue el café Florian que surgió en 1720 fue muy famoso con un escenario muy elegante de espejos y formas con pan de oro, el cual era frecuentado por personajes relevantes de la época como Marcel Proust, Lord Byron, Charles Dickens, entre otros Peña (2001). Durante la época de la Ilustración comenzaron varias disputas por establecer cuál sería la mejor opción para las reuniones de los pensadores, si un café o un salón burgués, sobresaliendo los cafés como lugares de importancia para este tipo de personas (Marti, 2007).

En Escandinavia, los cafés de prestigio poseían cierta peculiaridad y era que se encontraban junto a hoteles de lujo, un ejemplo era el Grand Café de Oslo que se creó alrededor del siglo XIX; en Suiza como ejemplo se encuentra el café Odeon de Zurich, en Viena estaban el café Herrenhoff, café Hawelka. París ganó importancia en el aspecto cultural, convirtiéndose en la capital cultural del mundo y con ello creció el número de cafés de la época. Entrar a estos sitios sumándole el consumo de esta bebida estimulante lograba desconectar a las personas de lo habitual puesto que en cada café se mostraban diferentes temáticas sobre las cuales se podía opinar o discutir, incluyéndoles un espacio a los pensadores más famosos de la época; algunos iban de café en café tratando de animar las famosas tertulias Marti (2007). En la actualidad los cafés forman parte de la cultura literaria de Europa y más aún de su tradición (Peña, 2001).

Las primeras manifestaciones culturales heredadas de España hacia el continente latinoamericano fue la fonda y por consiguiente el café. La planta como tal surge en las Antillas, específicamente en la isla Martinica, luego a Centroamérica donde se detonan los colosales cafetales, expandiéndose luego por todo el continente. Alrededor del siglo XIX surgen los principales cafés del D.F en México, siendo el de mayor éxito y consistencia literaria el Café de la Ópera, situado en la Calle 5 de Mayo cerca del Palacio de Bellas Artes, motivo por el cual era bastante visitado por artistas y cantantes, una de las principales características de este café es que no se transmiten partidos de fútbol en televisión pero sí en radio (Peña, 2001).

En 1928 se crea en San José, Costa Rica el Café La Perla, el cual se caracterizaba por su decoración barroca con lienzos inspirados en los cafetales y plantaciones de banano. En Guatemala sobresale el Café Barroco de la Calle de la Concepción, en Managua destaca la Casa del Café y en El Salvador existen cafés como: La Luna, La Ventana y El Punto Literario. La gran mayoría de estos establecimientos surgidos en Centroamérica tienen influencia de revolución y guerrilla por todo lo ocurrido en años anteriores. En la Habana existieron dos bares literarios de alto renombre: La Floridita, famoso porque fue aquí en donde Ernest Hemingway inmortalizó el daiquirí, coctel con base de ron, cáscara de naranja y limón; mientras que el bar La Bodeguita del Medio fue afamado por sus mojitos con hierbabuena (Peña, 2001).

Por otro parte, en República Dominicana entre sus cafés más destacados existen cafés tales como el Café Paco, la Cafetera Colonial en la cual se reunían refugiados de la Guerra Civil Española. En San Juan de Puerto Rico se abrió el café La Mallorquina, en el cual existió una connotación racista durante la época colonial que produjo que existiera una división en el café y la chocolatería en zonas para personas blancas y personas de color. Colombia por su parte siendo uno de los principales productores de café inauguró cafés como La romana, donde se congregaban periodistas de diario El Tiempo y toreros reconocidos de la época; mientras que en Ecuador se destacó el café Madrilón el cual era una extensión del Palacio Presidencial, al cual han acudido desde escritores hasta diplomáticos, destacando su decoración original e inalterada. En Lima destaca el Café Suisse, creado en 1937 en el cual se organizaban veladas con música de piano en vivo (Peña, 2001).

La historia de los cafés en Argentina se desarrolló de una manera peculiar, ya que estos establecimientos tuvieron raíces nobles y elegantes, los cafés se modificaron por pastelerías, licorerías finas, y adoptaron el nombre de “confiterías”. En este tipo de cafés la gente acudía vistiendo bien con su mejor ropa; un claro ejemplo de esto fue el café Victoria durante el siglo XIX, siendo también un espacio político y teatral. Buenos Aires es conocida mundialmente como la ciudad que nunca duerme y es por ello que la calle Corrientes es famosa por sus librerías abiertas durante la noche, complementando a esto una lectura amena en los cafés existentes por la zona. Uno de sus cafés más emblemático es el café Tortoni constituido en

1798, su nombre fue en homenaje del afamado café que lleva el mismo nombre ubicado en París, y cuyo propietario fue un francés que se apellidaba Tonan. Lo que sobresale de este café es su arquitectura de gruesas columnas, mesas de roble americano y mármol verde; escritores y poetas como Alfonsina Storni, Berta Singerman, Federico García Lorca, Carlos Gardel y Jorge Luis Borges eran personajes que frecuentaban este sitio (Peña, 2001).

Entretanto en Río de Janeiro en el año de 1894 se funda la confitería Colombo por Manoel José Lebrao, su nombre fue en honor a Cristóbal Colón, en pleno auge de las haciendas cafeteras y exportación de café de este país a nivel mundial. Fue considerada como el local comercial de mayor importancia de la época, con una opulenta decoración que sólo era comparable con la de los cafés de París y Viena. En 1906 se publicó el aclamado Anuario Colombo, el cual era una clase de almanaque literario bastante leído por miembros de las tertulias del mismo café, en la actualidad éste lugar sigue llamando la atención por su excelente estado de conservación y porque establece uno de los mejores ejemplos de cafés literarios en América Latina (Peña, 2001).

El Turista Literario

Las personas interesadas en el turismo literario son individuos con alto nivel cultural y se puede decir que también con un fuerte poder adquisitivo, a estos se les denomina también turistas literarios. Este tipo de turista tiene como característica principal poseer una fuerte atracción por la literatura, hasta llegar al punto de tener cierta obstinación por mezclarla con otras actividades de preferencia que ellos tengan. Su principal motivación de viaje es conocer los lugares en que muchas de sus novelas se desarrollan, lugares de natalicio de sus autores preferidos, o inclusive lugares que fueron visitados por autores literarios reconocidos. Sin embargo existen otras razones por las cuales ellos visitan ciertos sitios como tener curiosidad en conocer los lugares que inspiraron o que dieron el impulso al autor para la redacción de su obra, o querer conocer dichos lugares por curiosidad general (Arias, Herrero, & Magadán, 2000).

Aunque en ocasiones no parezca importante, las imágenes que se presenten en los brochures o páginas web a este tipo de turista tienen gran valor ya que pueden resultar o no beneficiosas para la venta del destino. Al igual que todas las actividades turísticas, lo que se busca es que el cliente obtenga una experiencia exclusiva y

buena al 100%. En la actualidad la industria turística ha avanzado en gran magnitud haciendo que proveedores de servicios turísticos se adapten a estas necesidades, tal es el caso de los hoteles literarios que se han implementado en estos últimos años y de las cafeterías literarias, todos estos creados con el único fin de transmitir al cliente una experiencia acorde a sus necesidades y también diferente a las demás (Blanco, 2014).

Importancia de la Lectura

La lectura es un proceso de conocimiento que consiste en interpretar rasgos descriptivos a través de una realidad imaginada, pero principalmente radica en tener la capacidad para leer segmentos enteros de los mismos Mansilla (2004). Ésta actividad en las personas es de vital importancia dentro del desarrollo de las naciones, ya que simplifica y permite pulir las interrelaciones humanas y lo que implica en ellas. Esta actividad es la que da la verdadera libertad a las personas, ya que permite ampliar su conocimiento alejándolos de los prejuicios existentes en la sociedad y los permite imaginar mejores soluciones a los problemas cotidianos que se presentan. Una de las tantas ventajas que brinda la lectura es el mejoramiento del vocabulario en las personas y su ortografía, en los niños además de ello estimula que su creatividad crezca junto con el desarrollo del pensamiento lógico y capacidad para expresarse (Leoni, 2012; Freire, 2013) .

La lectura al ser un acto personal, puede desarrollarse por deber o placer, pero al darle una clasificación formal se distingue cinco tipos de lectura como son: a) lectura por obligación, la cual consiste en que las personas la realizan es por presión de que otros individuos a su alrededor la practiquen y ellos no; b) lecturas de aprendizaje, son motivadas por la búsqueda de material bibliográfico que los ayude saciar sus vacíos mentales; c) lectura de información, aquella en que las personas sólo buscan un dato en específico, nada profundo; d) lectura de placer, es practicada como un acto voluntario que incita cierto entusiasmo en la persona que lo realiza.

También existen tres planos en la lectura que se debe tener en consideración para que la lectura logre ser una actividad amena y gustosa. El primero es el plano físico que tiene que ver con el ambiente, la postura en que se realice la lectura, etc., ya que éstas predominan en los sentidos de las personas y en su percepción de la actividad. El segundo plano es el mental o también llamado intelectual, que tiene que ver con prototipo de lectura y la concentración con la que el individuo realice su

lectura en relación a su capacidad. El tercer plano es el emotivo, y éste implica de manera directa con los sentimientos del lector y las emociones que puede llegar a producir la lectura en él (Mansilla, 2004).

La escasa cultura lectora en el país según Freire (2013) se lo atribuye al todavía actual sistema memorista que se presentan en algunas instituciones educativas, en el cual la mayoría de los profesores exigen a sus alumnos a estudiar libros o manuales al pie de la letra y con ellos no permiten que el alumno desarrolle al máximo su capacidad para ahondar en el tema, utilizar su pensamiento lógico y crítico para analizar otras posibles soluciones a la temática. De acuerdo a Haro (2014), la lectura debería ser una actividad fomentada desde temprana edad, ya que aproximadamente después de los catorce años se ha perdido parcialmente la capacidad para vincular las ideas impresas con la vida cotidiana. Hay muchas personas que como vivieron con este sistema durante su época estudiantil, conciben la lectura como una actividad aburrida y estrictamente escolar lo cual provoca que no exista un incentivo a leer textos científicos u obras literarias y estableciendo que su única actividad de lectura es la del periódico o revistas de ocio en muchos casos. Las generaciones actuales se guían continuamente por lo que aparece en medios masivos como radio, televisión e incluso medios electrónicos como redes sociales, pero lo cierto es que no siempre estos medios están cargados con material verídico o de pesado sustento bibliográfico, lo cual hace que terminen mal o nulamente informados (Freire, 2013).

En la actualidad existen jóvenes que presentan disfasias, que es el daño parcial de sus capacidades lingüísticas, es decir muchos de ellos no pueden expresarse, no son capaces de interpretar información ya sea oral o escrita, y en algunas ocasiones disminuyen sus pláticas al mínimo por tratar de sustituir palabras por gráficos o imágenes. Es de vital importancia recalcar que la lectura es una herramienta de mucha utilidad para promover el desarrollo de un país ya que las personas son el reflejo de lo que leen; realizar esta actividad permite también confortar la mente y el espíritu para tomar decisiones más acertadas. No se trata de leer palabras por leer, sino de que una vez que el libro fue interpretado y analizado, recoger ideas positivas que puedan ser plasmadas en la vida misma, la lectura tal vez no haga que consiga un trabajo o ascender en el puesto laboral inmediatamente, pero

ayuda a que las personas tomen otras direcciones o aspiraciones en pro de su bienestar (Freire, 2013).

Existen diferentes espacios para propiciar la lectura, uno de ellos es el hogar, que si bien es un lugar cómodo existe la probabilidad de que la lectura sea desplazada por otras actividades caseras. La biblioteca es otro lugar al que la mayoría de las personas acuden a estudiar o leer libros generalmente de contenido científico o estudiantil muy contrario a realizar una lectura por ocio. También existen lugares como la calle que es otro de los lugares concurridos para realizar ésta actividad siempre y cuando el tiempo lo permita y por lo general es realizada en parques, medios de transporte terrestre, etc. Aunque en la actualidad existen lugares como cafés literarios, los cuales por las particularidades que presentan, ofrecen a las personas un sitio que les permita disfrutar de la afable lectura acompañada de un café (Mansilla, 2004).

Nuevas tendencias alimentarias

Las innovaciones en la industria de alimentos y bebidas son cada vez mayores, debido a que los consumidores a medida que pasa el tiempo se vuelven más analíticos y críticos al momento de tomar la decisión de ingerir un alimento. En épocas anteriores el bienestar espiritual era lo primordial para un buen estilo de vida, pero la sociedad actual determinó que para obtener un buen estado físico, mental y poder disfrutar de una buena salud durante el mayor tiempo posible es a través de una alimentación sana Gómez, (2009). A raíz de las nuevas demandas de la sociedad por un estilo de vida más saludable han surgido tendencias y movimientos los cuales apoyan esa demanda, uno de los más reconocidos es la Slow Food o comida lenta, la cual tiene como objetivo contrarrestar el consumo de comida rápida y sustituirla por alimentos sanos y amigables al medio ambiente, para lo cual cada año se realiza un evento en diferentes ciudades de Italia, denominado Terra Madre en el cual se reúnen productores, agricultores, ganaderos, entre otros, los cuales determinaron que las materias primas que se usen en la elaboración de un alimento deben de ser sanas para obtener un producto final de calidad Morales (2009). Según Hamilton y Todolí (2009) el comensal no va a los restaurantes solo por el acto de alimentarse, sino también busca ser sorprendido, experimentar no solo nuevos sabores, también busca ambientes diferentes en los cuales pueda adentrarse en un mundo nuevo. Por este motivo la cocina de vanguardia busca llenar estas expectativas no solo

concentrándose en el sabor de plato, lo que se busca es una comunicación entre todos los sentidos al momento de la degustación.

La cocina vanguardista es una cocina globalizada donde no existen verdades absolutas, donde las técnicas, ingredientes, recetas proceden de cualquier parte del mundo debido a la globalización económica y cultural actual, buscando contar una historia con cada una de sus degustaciones que pueden ser pequeñas pero llenas de sabores y sensaciones que permitan al comensal vivir una nueva experiencia (Navarro, 2011). Analizando lo anterior se puede concluir que las nuevas tendencias alimentarias no solo están basadas en alcanzar un buen estado de salud a través de los alimentos, de modo que los establecimientos que se dedican al expendio de alimentos y bebidas buscan poder brindarle al comensal una experiencia adicional a la de la alimentación, para de este modo no solo satisfacer las expectativas alimenticias que posee un comensal al momento de su ingreso.

Productos orgánicos

Los productos orgánicos se presentan como una alternativa diferente de cultivo, el cual consiste en no utilizar plaguicidas, fertilizantes ni ningún tipo de químico que atente contra la salud de las personas, y sobretodo manteniendo un equilibrio dentro del ecosistema entre el producto y la naturaleza. Su consumo se debe principalmente a que como son de origen natural sin aditivos, las personas en la actualidad optan por cuidar de su salud y los compran, pero existen todavía quienes piensan que este tipo de alimentos les proveen de más nutrientes que los cultivados químicamente, lo cual es totalmente falso puesto que estos tienen la misma cantidad de nutrientes con la diferencia que resultan más saludables y toman mucho más tiempo en ser cosechados. Existen productos orgánicos no necesariamente alimentarios, como productos textiles hechos con algodón orgánico, implementos de belleza o higiene como cremas o jabones, etc. Entre los principales productos orgánicos consumibles existen cuatro grupos: a) hortalizas, verduras y hierbas, b) frutas y nueces, c) granos y semillas, d) otros productos Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2012). Dentro del café bar literario se utilizarán hortalizas como: zanahoria, pepino, tomate, lechuga; frutas como: mango, durazno, manzana, piña, entre otros, para la elaboración de los respectivos productos.

Según un estudio realizado por Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2012), existen dos tipos de clientes de productos orgánicos: el clásico y

el emergente. El primero se lo distingue por su elevado nivel de educación y su conducta se basa en proteger el medio ambiente. El segundo se caracteriza por poseer alto poder adquisitivo y su principal motivación por elegir este tipo de productos es cuidar su salud.

Para poder captar turistas que tengan preferencias por la comida elaborada con productos orgánicos se debe en primera instancia analizar qué tipo de consumidor de producto orgánico es, si un clásico o un emergente. Una vez realizado esto se deben tomar en cuenta las razones que lo impulsaron a consumir en determinado local éste tipo de productos, además los productos que se utilicen deberán ser frescos al 100% evitando que la comida presente mal aspecto u olor desagradable. Un punto de relevancia para la captación de turistas que consuman comida elaborada con éstos productos es mantener una buena comunicación y relación con los proveedores de éste tipo de alimentos que permitirá mantener costos bajos y se mantendrá siempre la misma experiencia en el consumo de los platillos y la misma calidad (Alcázar, 2010; Agüero, 2014) .

También es importante considerar que se debe mantener informado a los clientes de qué tipos de productos son los que se elaboran orgánicamente y la diferencia que existe entre los cultivados de forma tradicional y los elaborados de forma orgánica. Se mantendrá una comunicación directa y efectiva con los clientes siendo siempre serios y transparentes tanto en la elaboración de productos, servicio y venta, esto implica que el servicio que se brinde debe ser personalizado y constante y que a su vez el menú deberá estar incluido los precios y cómo está elaborado cada bocado. Tanto en la bienvenida como en la despedida se debe mantener la empatía y carisma con los turistas, se debe tomar en cuenta la sugerencias o quejas que realice el mismo para poder luego hacer una retroalimentación que beneficie a la empresa que brinda el productos y que a un futuro la experiencia vivida por la persona sea aún mejor en una próxima ocasión (González, 2014).

MARCO REFERENCIAL

Se tomó como referencia los diferentes establecimientos extranjeros que aplican la temática de cafés-bar literarios con la finalidad de conocer su estilo y funcionamiento. Esto permitirá delinear ciertas estrategias que han conducido al éxito a los modelos de referencia.



Figura 2. Café Gijón. Tomado de “ABC.es edición Madrid”, 2012. Recuperado de <http://www.abc.es/madrid/20131231/abci-robo-cafe-gijon-201312310545.html>

Café Gijón.- Ubicado en la ciudad de Madrid, España. Es el café más famoso de España y uno de los más prestigiosos del mundo. Se caracteriza por un estilo bohemio y un ambiente confortable; desde sus inicios ha sido frecuentado por famosos escritores, pintores, músicos y diferentes personas que se dedican a la actividad artística. Los clientes que visitan el café pueden disfrutar del servicio del bar /café y del servicio de restaurante el cual se encuentra ubicado en la parte subterránea. Actualmente el café Gijón se encuentra rediseñando todas las cartas de su menú, con el único fin de poder ofrecer alimentos que se encuentren a la altura de sus clientes.



Figura 3. Café Tasso. Tomado de “Café Tasso – Das Andere Antiquariat”, 2014. Recuperado de <http://www.cafe-tasso.de/index.html>

Café Tasso.- Ubicado en la ciudad de Berlín, Alemania. Es un establecimiento el cual se ha posicionado como una parte cultural de la ciudad el cual posee un menú sólido y saludable. Este café literario ofrece un ambiente rustico

y cómodo; además cuenta con una gran variedad de obras literarias los cuales han sido donadas y se encuentran clasificadas en secciones según su género; además el restaurante ofrece un menú completamente orgánico. Por la noche el café Tasso ofrece eventos como conciertos, lecturas públicas, actuaciones, entre otros.



Figura 4. La Biblioteca Café. Tomado de “la Biblioteca Café”, por MAS. E, 2016. Recuperado <http://labibliotecacafe.com.ar/nosotros/>

La Biblioteca Café.- Ubicado en la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Dentro de la Biblioteca Café se puede disfrutar de un ambiente armónico y lleno de cultura. El Café Biblioteca busca poder captar a clientes de diferentes edades y gustos artísticos a través de los diferentes géneros literarios, la variedad culinaria artesanal y los diferentes eventos musicales y artísticos que ofrece durante la noche, para un mejor servicio también ofrece la posibilidad de reservar mesas para las diferentes presentaciones que se darán acabo según su calendario de eventos que es actualizado constantemente.

MARCO LEGAL

En el presente marco legal se presenta las normativas por las cuales el proyecto se fundamenta, donde se detallan los artículos que permiten el funcionamiento de los establecimientos que se dedican a brindar el servicio de alimentos y bebidas.

Ley de Turismo

En el art.5 de la Ley de Turismo, Ministerio de Turismo (1997) se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que

se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

De acuerdo con la clasificación anterior el Café Bar Literario se encuentra en la clasificación de servicio de alimentos y bebidas, razón por la cual deberá obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, según se indica a continuación:

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

En cuanto a la entidad que debe otorgar los permisos, la Ley de Turismo señala que es el Ministerio de Turismo o los Municipios y tienen las siguientes facultades:

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los Municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos la Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el Profesional caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Incentivos para la Presentación de Proyectos Turísticos

Para incentivar la actividad turística, la Ley de Turismo señala que:

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;
2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia. Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley. El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

De acuerdo a lo anterior se puede concluir el apoyo por parte del ministerio de turismo en lo relacionado a proyectos de emprendimiento, por lo cual es importante conocer cuáles son los beneficios que se brindan.

Ley de Propiedad Intelectual

Por cuanto la propuesta que se planteará se usara como recurso el uso de obras literarias de interés público, por lo cual es de importancia conocer cuáles son las leyes que respaldan el uso correcto de las mismas.

De acuerdo al art. 1 de la Ley de Propiedad Intelectual, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (2015) El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador. La propiedad intelectual comprende los derechos de autor y derechos conexos, entre otros.

Las normas de esta Ley no limitan ni obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

De acuerdo a la clasificación anterior, las obras literarias que serán ofrecidas al público se encuentran en la sección de derechos de autor y conexos. En cuanto a los tipos de obras y géneros que ampara esta ley se encuentran las siguientes:

Art. 8.- La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad. Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes:

a) Libros, folletos, impresos, epistolarios, artículos, novelas, cuentos, poemas, crónicas, críticas, ensayos, misivas, guiones para teatro, cinematografía, televisión, conferencias, discursos, lecciones, sermones, alegatos en derecho, memorias y otras obras de similar naturaleza, expresadas en cualquier forma;

b) Colecciones de obras, tales como antologías o compilaciones y bases de datos de toda clase, que por la selección o disposición de las materias constituyan creaciones intelectuales, sin perjuicio de los derechos de autor que subsistan sobre los materiales o datos;

- c) Obras dramáticas y dramático musicales, las coreografías, las pantomimas y, en general las obras teatrales;
- d) Composiciones musicales con o sin letra;
- e) Obras cinematográficas y cualesquiera otras obras audiovisuales;
- f) Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas gráficas, tebeos, comics, así como sus ensayos o bocetos y las demás obras plásticas;
- g) Proyectos, planos, maquetas y diseños de obras arquitectónicas y de ingeniería;
- h) Ilustraciones, gráficos, mapas y diseños relativos a la geografía, la topografía, y en general a la ciencia;
- i) Obras fotográficas y las expresadas por procedimientos análogos a la fotografía;
- j) Obras de arte aplicada, aunque su valor artístico no pueda ser dissociado del carácter industrial de los objetos a los cuales estén incorporadas;
- k) Programas de ordenador; y,
- l) Adaptaciones, traducciones, arreglos, revisiones, actualizaciones y anotaciones; compendios, resúmenes y extractos; y, otras transformaciones de una obra, realizadas con expresa autorización de los autores de las obras originales, y sin perjuicio de sus derechos. Sin perjuicio de los derechos de propiedad industrial, los títulos de programas y noticieros radiales o televisados, de diarios, revistas y otras publicaciones periódicas, quedan protegidos durante un año después de la salida del último número o de la comunicación pública del último programa, salvo que se trate de publicaciones o producciones anuales, en cuyo caso el plazo de protección se extenderá a tres años.

Art. 2.- Los derechos conferidos por esta Ley se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador.

Ley Orgánica de Salud

Para un manejo óptimo de los diferentes productos de consumo humano que serán ofrecidos en el Café Bar Literario de la propuesta, es importante conocer cuáles son las leyes que rigen su manipulación y los parámetros necesarios que se

requieren para poder llevarlos a su venta, por lo cual la ley Orgánica de Salud, Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2012) establece lo siguiente:

Art. 129.- El cumplimiento de las normas de vigilancia y control sanitario es obligatorio para todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados que realicen actividades de producción, importación, exportación, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y expendio de productos de uso y consumo humano. La observancia de las normas de vigilancia y control sanitario se aplican también a los servicios de salud públicos y privados, con y sin fines de lucro, autónomos, comunitarios y de las empresas privadas de salud y medicina prepagada.

Art. 130.- Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario.

Art. 132.- Las actividades de vigilancia y control sanitario incluyen las de control de calidad, inocuidad y seguridad de los productos procesados de uso y consumo humano, así como la verificación del cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios en los establecimientos dedicados a la producción, almacenamiento, distribución, comercialización, importación y exportación de los productos señalados.

Art. 145.- Es responsabilidad de los productores, expendedores y demás agentes que intervienen durante el ciclo producción consumo, cumplir con las normas establecidas en esta Ley y demás disposiciones vigentes para asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos para consumo humano.

Con respecto a la manipulación de alimentos la ley estableció las siguientes prohibiciones.

Art. 146.- En materia de alimentos se prohíbe:

- a) El uso de aditivos para disimular, atenuar o corregir las deficiencias tecnológicas de producción, manipulación o conservación y para resaltar fraudulentamente sus características;
- b) La utilización, importación y comercialización de materias primas no aptas para consumo humano;

- c) La inclusión de sustancias nocivas que los vuelvan peligrosos o potencialmente perjudiciales para la salud de los consumidores;
- d) El uso de materias primas y productos tratados con radiaciones ionizantes o que hayan sido genéticamente modificados en la elaboración de fórmulas para lactantes y alimentos infantiles;
- e) El procesamiento y manipulación en condiciones no higiénicas;
- f) La utilización de envases que no cumplan con las especificaciones técnicas aprobadas para el efecto;
- j) La exhibición y venta de productos cuyo período de vida útil haya expirado.

Los requisitos generales para la obtención del Permiso de Funcionamiento de los Establecimientos Sujetos a vigilancia y Control Sanitario son los siguientes:

- a) Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- b) Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren.
- c) Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- d) Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, categorización otorgada por el Ministerio de Turismo o junta nacional del artesano.
- e) Categorización de las Organizaciones del Sistema de Economía Popular y Solidaria.

Los siguientes requisitos no son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes. El valor aproximado del permiso sanitario anual es de 152 dólares.

Ley de Compañías

Según la Ley de Compañías Asamblea Nacional (2014) existen varios tipos de compañías comerciales las cuales son:

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

La compañía en nombre colectivo;

La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

La compañía de responsabilidad limitada;

La compañía anónima; y,

La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Según la clasificación de la ley de compañías el Café Bar Literario, será constituido como una compañía anónima, la cual se caracteriza en que su capital social esta constituidos por aportaciones hechas por los accionistas y pueden ser monetarias o bienes.

Pasos para la Constitución de una empresa

Según el (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2016) para crear un empresa en Ecuador se requieren de los siguientes pasos a seguir:

- 1.- Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
- 2.- Escoger el nombre de la empresa.
- 3.- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- 4.- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares)
- 5.- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría)
- 6.- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- 7.- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
- 8.- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- 9.- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- 10.- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.

11.- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.

12.- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

13.- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.

14.- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliación a sus trabajadores.

15.- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

Ley de Régimen Tributario

Para fomentar el desarrollo de nuevos proyectos La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Congreso Nacional (2004) ofrece incentivos tributarios para inversiones nuevas para la cual se han establecido los siguientes parámetros:

Art. 9.1.- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión. Para efectos de la aplicación de lo dispuesto en este artículo, las inversiones nuevas y productivas deberán realizarse fuera de las

jurisdicciones urbanas del Cantón Quito o del Cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado:

- a. Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados;
- b. Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados;
- c. Metalmecánica;
- d. Petroquímica;
- e. Farmacéutica;
- f. Turismo;
- g. Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa;
- h. Servicios Logísticos de comercio exterior;
- i. Biotecnología y Software aplicados; y,
- j. Los sectores de sustitución estratégica de importaciones y fomento de exportaciones, determinados por el Presidente de la República.

El mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento u operación, no implica inversión nueva para efectos de lo señalado en este artículo. En caso de que se verifique el incumplimiento de las condiciones necesarias para la aplicación de la exoneración prevista en este artículo, la Administración Tributaria, en ejercicio de sus facultades legalmente establecidas, determinará y recaudará los valores correspondientes de impuesto a la renta, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar. No se exigirá registros, autorizaciones o requisitos de ninguna otra naturaleza distintos a los contemplados en este artículo, para el goce de este beneficio.

Certificación Orgánica

Con respecto a la certificación orgánica en los productos que se ofrecerán al público se buscaran productores donde su producción se rijan a las certificaciones que estén de acuerdo a los parámetros establecidos por Agrocalidad u otras entidades a fines en el buen manejo de los productos desde su fase primarias entre las principales certificaciones tenemos a Ceres Ecuador, la cual es una empresa Ecuatoriana la cual se rige bajo ley alemana (GMBH) y la certificación que proporciona el Instituto de Certificación Ética y Ambiente (ICEA) la cual para dar un mejor servicio en cuanto a inspección orgánica ha desarrollado alianzas internacionales.

Categorización de Establecimientos Turísticos

De acuerdo al Reglamento general de actividades Turísticas, Ministerio de Turismo (2002) las cafeterías son aquellas que expenden bebidas frías y calientes y en su menú gastronómico predominan alimentos de repostería y panificación, las cafeterías se pueden categorizar en lujo, primera categoría, segunda categoría, tercera categoría, y cuarta categoría. La propuesta que se planteará para el Café Literario se encuentra en la categoría de primera, los términos para que una cafetería sea categorizada de primera son los siguientes:

Instalaciones

1. Entradas para los clientes, independientes del personal, servicio y mercaderías.
2. Baterías sanitarias, independientes para hombres y mujeres (secador de manos según su capacidad, accesorios de baño, espejos). Cuando este tipo de establecimiento se encuentra en un centro comercial se asume que los servicios son los del Centro Comercial.
3. Comedor área suficiente para la ubicación de las mesas, sillas, equipos auxiliares y la circulación del público y personal.
4. Servicio Dentro de las instalaciones del comedor, deberá existir una estación de servicio, para cada mesero.
5. Cocina, con equipos acordes a su capacidad: fregaderos independientes para lavar vajilla y para uso de cocina, extractores de humos y olores, congeladores, frigoríficos, bodega de secos y legumbres, anaqueles (Con excepción de las cadenas o franquicias que cuentan con un centro de producción).
6. Mobiliario. Lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela acorde a la categoría.
7. Aire acondicionado o calefacción de acuerdo a la ubicación geográfica.
8. Dependencias del Personal de Servicio. Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.

Servicios

9. Variedad de seis platos, bocaditos y pastas.

10. La carta de bebidas deberá detallar variedad de bebidas calientes en especial de café, las que deberán servirse únicamente como acompañante de los alimentos.

Personal

11. Cajera, administrador, personal de cocina, meseros acorde a la capacidad de mesas (un salonero para cuatro mesas).

Trampa de grasa (Interagua)

La importancia de las trampas de grasas en los establecimientos de alimentos y bebidas es el que ayuda buen funcionamiento del alcantarillado separando los residuos grasos y aceite del agua.

Los requisitos para el certificado de trampa de grasa son:

- Copia de cédula de identidad y RUC del establecimiento.
- Copia de Factura.
- Carta de autorización del dueño del establecimiento.
- Nombramiento de representante legal (personas jurídicas).
- Cotización cancelada por este concepto.

El valor a pagar por inspección y renovación del permiso de trampa de grasa es de 11,13 + IVA para los restaurantes con una capacidad de 200 platos servidos por día.

Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil

Para el funcionamiento de un establecimiento de servicio de alimentos y bebidas se necesita obtener el permiso de funcionamiento que otorga el cuerpo de bomberos en base al cumplimiento de los parámetros de seguridad contra incendios, los requisitos mínimos para la obtención del permiso de funcionamiento son.

De 101 a 499 m² de área

- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m² debe de instalarse a una altura de 1.53 mts. Del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida. Instalaciones eléctricas en buen estado.

Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila).

- Letreros de evacuación “SALIDA”, fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm en vías de evacuación puede ser tipo reflectivo o foto luminiscente.
 - Letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
 - Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
 - Puerta de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.

El costo del permiso de funcionamiento por parte del cuerpo de bomberos es de 200 dólares aproximadamente, pero este valor varía en función de la actividad que se realice y las dimensiones del lugar donde estará ubicado el negocio.

Permisos Municipales

Uso de suelo

El uso de suelo indicara si la actividad que desea realizarse es permisible o no y establece los parámetros que deberá cumplir el establecimiento.

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:
- Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha)
- Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite)

Posteriormente el trámite se lo efectuará en la ventanilla de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública.

Tasa de habilitación

Es un documento el cual expide la Municipalidad de Guayaquil, lo cual es una obligación tributaria para cualquier persona jurídica o natural la cual quiera ejercer una actividad económica dentro de un establecimiento, los requisitos para obtener la tasa de habilitación son:

- Patente Municipal del año exigible.
- Certificación definitiva vigente emitida por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, del local respecto del cual se está solicitando la tasa.
- Solo para el caso de inicio de actividades, cambio de propietario o cambio de actividades deberá presentar la CONSULTA NO NEGATIVA de uso de suelo, obtenida a través del Internet o en la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Ordenamiento Territorial, para la actividad que el usuario desea desarrollar. No será necesario este requisito para la renovación anual de la tasa de habilitación.
- Registrar el establecimiento en el Registro Único del Contribuyente (R.U.C.) del Servicio de Rentas Internas.
- Solo en caso de que el local sea arrendado o concesionado deberá presentar copia del contrato de arriendo o concesión con sus respectivos documentos habilitantes.
- Efectuar el procedimiento de solicitud de tasa de habilitación y control a través de la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil (www.guayaquil.gob.ec), para lo cual debe de contar previamente con la respectiva clave municipal.

Patentes Municipales

Conjunto de derechos exclusivos concedidos por el Estado a un inventor o a su cesionario, Ley de Propiedad Intelectual (2015). Los requisitos para la patente Municipal son los siguientes:

- Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que posea dentro del Cantón Guayaquil.

- La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
- Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
- Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
- 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, debidamente notariada.

El valor de la patente municipal es de 50 dólares aproximadamente, este valor lo da el sistema dependiendo del tipo de negocio que dé.

MARCO CONCEPTUAL

Para el correcto entendimiento del proyecto es necesario conocer la definición de diferentes palabras claves que se utilizaran a lo largo de la investigación.

Alimentos Orgánicos

Los productos etiquetados como “orgánicos” son aquéllos que han sido certificados como producidos con métodos de producción orgánica claramente definidos. En otras palabras “orgánico” se refiere al proceso de producción más bien que al producto en sí mismo (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2001).

Derechos de autor

El Derecho de Autor es el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2015).

Turista

También llamado visitante que pernocta. Visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación (Organización Mundial de Turismo, 2014).

Obra

Toda creación intelectual original, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma, conocida o por conocerse (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2015).

Patente

Conjunto de derechos exclusivos concedidos por el Estado a un inventor o a su cesionario, por un período de 20 años a cambio de la divulgación de una invención. Las patentes son de producto o de procedimiento. Las patentes solucionan un problema existente (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2015).

CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANÁLISIS SITUACIONAL

Ecuador es un país ubicado en América del Sur. Tiene una extensión de 283.561 km². Se encuentra dividido en cuatro regiones, Región Costa o Litoral, Región Sierra o Interandina, Región Oriental o Amazónica y Región Insular o Galápagos (Center for History and New Media, s. f.). La provincia del Guayas situada en la región litoral limita al norte con las provincias de Manabí y Los ríos, al sur con la provincia del Oro y el Golfo de Guayaquil, al este con las provincias los Ríos, Cañar, Azuay, Chimborazo y Bolívar, y al oeste con las provincias de Manabí, Santa Elena y el Océano Pacífico, es una de las 24 provincias del Ecuador, su nombre se debe al caudaloso río por el cual es rodeada, el río Guayas; su capital es la ciudad de Guayaquil la cual fue fundada el 25 de julio de 1538 siendo un gran puerto comercial, considerada la capital económica del Ecuador y la más poblada, Guayaquil se encuentra dividido en 16 parroquias urbanas y 5 rurales, posee una infraestructura hotelera moderna y satisfactoria para los turistas (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) en el Ecuador existían 16'492.906 habitantes aproximadamente, entre los cuales la población Guayaquileña es de aproximadamente de 3'645.483, en la cual por cada 100 mujeres hay 99 hombres, la mayoría de la población se considera mestiza y en su mayoría su estado civil es soltero, y trabajan como empleados de empresas privadas. Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) la ciudad de Guayaquil posee un 5% de analfabetismo y el 6,3% de la población tiene un título de educación superior, el nivel de pobreza en la ciudad con respecto al año anterior se redujo quedando actualmente en un 8,53%, por otra parte la ciudad posee una tasa de desempleo del 7,2%. En lo referente al uso de tiempo el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos(2010) indica que el tiempo dedicado a actividades recreativas como medios de comunicación y lectura es de 10 horas y 41 minutos semanales en promedio. En el ámbito de consumos y gastos el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010b) indica que el 24,40% de la población gasta en alimentos y bebidas no alcohólicas siendo este el porcentaje más alto de la encuesta. En cuanto al momento de comprar un nuevo producto el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) indica que lo más importante es el precio seguido

de la marca, el ahorro energético, origen del producto y finalmente la garantía ecológica. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) dentro de su censo económico establece que 1.164 empresas se dedican a la prestación de servicios dirigidas a diferentes actividades, donde el 29% se dedica al servicio de alimentos y bebidas y alojamiento, así mismo poseen una ocupación de personal de 157.060 personas entre las cuales el 21% trabaja en hoteles y restaurantes en donde un 48% lo conforma el género femenino. Entre los tipos de establecimientos que se dedican al servicio de alimentos y bebidas en la ciudad de Guayaquil se encuentran aproximadamente 270 cafeterías, 254 bares y 2.839 restaurantes (Ministerio de Turismo, 2015). Guayaquil posee una gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales, de los cuales se mencionarán los que se encuentren ubicados en las zonas urbanas de ciudad.

Atractivos naturales

Puente Zigzag (Paseo de la Juventud)

Ubicado Avenida Kennedy, a la altura del Puente de Urdesa, forma parte del proceso de regeneración urbana, posee 220 metros de longitud siendo conexión entre el malecón de la Universidad de Guayaquil y el parque Lineal ubicado frente a la Universidad Católica de Guayaquil.

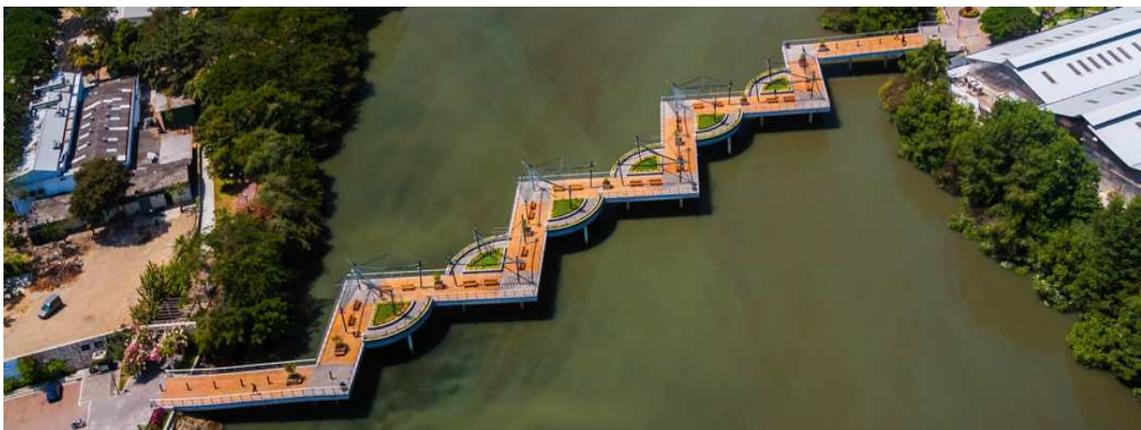


Figura 5. Puente Zigzag (Paseo de la Juventud). Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guavaquilesmidestino.com/es/malecones/malecones-urbanos/puente-zig-zag>

Jardines del Malecón Simón Bolívar

En estos jardines ubicados en Malecón Simón Bolívar, a la altura de la calle Imbabura, se puede apreciar una diversidad de más de 350 especies naturales nativas e introducidas al país, adicionalmente se puede observar una laguna y estero artificial así mismo se puede observar un entorno completamente natural gracias a los diferentes tipos de árboles que se hayan alrededor, también cuenta con un sendero de 1.5 km y diferentes facilidades de descanso.



Figura 6. Jardines del Malecón Simón Bolívar. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/naturaleza/del-norte-de-la-ciudad/jardines-del-malecon-simon-bolivar>

Atractivos Culturales

Los atractivos culturales se encuentran divididos en:

Plazas y Parques

Plaza Olmedo

Ubicada en el Malecón 2000 y rodeada de piletas cilíndricas, posee un mirador con vista al río, el cual se conecta con los demás sitios turísticos del Malecón a través de un puente de madera; rinde homenaje al prócer guayaquileño José Joaquín de Olmedo ex alcalde de la ciudad de Guayaquil



Figura 7. Plaza Olmedo. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/plazas-y-parques/del-malecon-simon-bolivar/plaza-integración>.

Plaza Cívica

Ubicada en el Malecón 2000 Inaugurada en 1999, aquí se encuentran los monumentos de mayor importancia de la ciudad, cuenta con 25 mil metros cuadrados, rodeada de frondosas áreas verdes, así mismo se puede apreciar insignias como el Homicidio de la Rotonda donde se encuentra las esculturas de Simón Bolívar y San Martín, del mismo modo unos metros más adelante se puede encontrar la torre Morisca, la cual posee una historia muy interesante.



Figura 8. Plaza cívica. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/plazas-y-parques/del-malecon-simon-bolivar/plaza-integracion>

Parque Clemente Yerovi

Conocido como Parque la Kennedy debido a su lugar de ubicación, su nombre oficial es homenaje al ex presidente del Ecuatoriano, es un parque de uso recreativo y deportivo, posee una pista de 500 metros, también se puede encontrar canchas de futbol básquet y béisbol como también juegos infantiles.



Figura 9. Parque Clemente Yerovi, tomado de Guayaquil es mi destino, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/plazas-y-parques/del-norte-de-la-ciudad/parque-clemente-yerovi>.

Monumentos y Bustos Históricos

Monumento a Guayas y Quil

Este monumento rinde homenaje a los indios Guayas y Quil, por lo que según algunos historiadores se le dio el nombre a la ciudad, es una escultura de bronce de treinta metros de altura, a su alrededor se encuentra muchos tipos de luces las cuales por la noche hacen resaltar el monumento.



Figura 10. Monumento a Guayas y Quil. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/monumentos-y-bustos-historicos/del-norte-de-la-ciudad/monumento-a-guayas-y-quil>

Monumento a Gabriel García Moreno

Monumento en homenaje al ex presidente Gabriel García Moreno, mide cinco metros de altura, se encuentra en medio de un hemisiciclo con cuatro columnas y un muro en el cual se puede apreciar el escudo de armas del Ecuador.



Figura 11. Monumento a Gabriel García Moreno. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/monumentos-y-bustos-hist%C3%B3ricos/del-centro-de-la-ciudad/monumento-gabriel-garcia-moreno>

Monumento a Antonio José de Sucre

Posee una altura de 8,50 metros en el pedestal se encuentra el escudo del Ecuador y una placa de bronce donde se encuentra la frase “a Sucre-Guayaquil” en la parte inferior del pedestal se puede apreciar las figuras de José María Córdova y el teniente Abdón Calderón.



Figura 12. Monumento a Antonio José de Sucre. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/monumentos-y-bustos-hist%C3%B3ricos/del-centro-de-la-ciudad/monumento-antonio-jose-de-sucre>

Columna de los Próceres

Rinde homenaje a la emancipación local y regional, tiene una altura 27 metros y pesa 22.5 toneladas, está constituida por tres elementos, una base de granito en las cuales destacan las figuras José Joaquín de Olmedo, León de Febres Cordero, José de Villamil y José de Antepara, también se encuentra el Fuste donde están los nombres de los patriotas y el acta de independencia de la ciudad y por último el Capitel donde se encuentra icario, el cóndor y una joven.



Figura 13. Columna de los Próceres. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/monumentos-y-bustos-hist%C3%B3ricos/del-centro-de-la-ciudad/columna-de-los-proceres>

Iglesias

Iglesia San Agustín

Es una iglesia de estilo barroco la cual posee figuras de maderas, así como también imágenes tallados en mármol, considerada patrimonio de la ciudad.



Figura 14. Iglesia San Agustín. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/iglesias/del-centro-de-la-ciudad/iglesia-san-agustin>

Catedral Metropolitana San Pedro Apóstol

Se encuentra cerca del parque seminario, con un estilo neogótico, donde se encuentra la estatua de Santiago Mayor, esta iglesia también es considerada un patrimonio de la ciudad y forma parte de la ruta de las siete iglesias.



Figura 15. Catedral Metropolitana San Pedro Apóstol. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/iglesias/del-centro-de-la-ciudad/catedral-metropolitana>

Museos

Museo Presley Norton

En el museo se encuentran una colección arqueológica de las culturas Valdivia, Machalilla y se encuentran esculturas del periodo formativo, desarrollo Regional y de integración, el museo también es considerado patrimonio de la ciudad.



Figura 16. Museo Presley Norton. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-centro-de-la-ciudad/museo-presley-%20norton>

Bibliotecas

Biblioteca Municipal

Posee una gran variedad de libros, también se puede encontrar una escultura de Venus, uno de los mayores atractivos es su fachada diseñada por un arquitecto Guayaquileño, la Biblioteca es otro patrimonio de la ciudad.



Figura 17. Biblioteca Municipal. Tomado de “Guayaquil es mi destino”, 2015. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/patrimonio-de-la-ciudad/edificios-publicos/biblioteca-municipal>

Análisis del Macroentorno

La metodología ideal que se emplea para revisar el macroentorno de una empresa es el análisis de los factores políticos, económicos, tecnológicos, sociales y ambientales, conocido como Análisis PETSA. Este análisis implica “examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa pero que pueden afectar su desarrollo futuro” (Martínez & Milla, 2006, p. 34).

Factores Políticos

Ecuador en los últimos 10 años, ha proyectado una tendencia política socialista, favoreciendo de esta forma a los sectores más vulnerables del país. Una de las políticas de Estado vigente consiste en apoyar la producción nacional a través del consumo local del producto que se fabrica y poniendo en segundo lugar a la importación de productos extranjeros, lo cual ha provocado el aumento de impuestos hacia mercadería que ingresa al país. Paralelamente, se ha brindado ayuda a los microempresarios para implementar sus empresas o fortalecer capital a través de facilidades de créditos con la Corporación Financiera Nacional (CFN). Durante el 2015 se aprobaron \$497.87 mil en créditos para sectores priorizados, de los cuales \$39.35 mil fueron para el sector turístico (Corporación Financiera Nacional, 2015).



Figura 18. Montos Aprobados para créditos por sectores priorizados. Tomado de “Rendición de cuentas 2015,” por Corporación Financiera Nacional (CFN), 2015.

Actualmente existe en Ecuador una Ley Orgánica de defensa al consumidor, cuyo objetivo general es “propiciar las buenas prácticas comerciales en las relaciones de consumo entre los proveedores y consumidores a través del servicio de asesoría y

resolución de conflictos por medios extrajudiciales” Ministerio de Industrias y Productividad (2008). Después del terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016, la Asamblea Nacional emitió Ley Orgánica de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana, en la cual en la primera parte de la sección de disposiciones transitorias, especifica que se incrementará el IVA al 14% durante un año, a partir del primero de junio, y que las personas que realicen compras en las provincias principalmente afectadas como lo son Manabí y Esmeraldas recibirán un descuento de 2% del IVA en sus consumos (Asamblea Nacional, 2016).

Según el Ranking Global de Competitividad 2012-2013, presentado por el Foro Económico Mundial la ubicación de Ecuador con respecto a la del año 2011 ha mejorado: del puesto 101 al 84, lo que representa una mejora de 16 lugares en la percepción sobre el ambiente de inversión en el país Foro Económico Mundial(2013).

Los factores más problemáticos para hacer negocios en Ecuador, según el Informe del Foro Económico Mundial son:

1. Corrupción.
2. Regulaciones laborales restrictivas.
3. Inestabilidad política.
4. Crimen y robos.
5. Burocracia ineficiente del gobierno.
6. Acceso a financiamiento.
7. Regulaciones de impuestos.
8. Tasas de impuestos.
9. Inestabilidad del gobierno.
10. Poco trabajo ético en la fuerza laboral.
11. Educación inadecuada de la fuerza de trabajo.
12. Inflación.
13. Regulación de monedas extranjeras
14. Infraestructura inadecuada.
15. Pobre estado de la salud pública.

Aspecto Económico

Ecuador ha tenido algunos sucesos con el paso del tiempo que han afectado su economía ya sea de manera positiva o negativa; el pago de la deuda externa,

incremento de salario básico unificado anual, financiamientos para inversión en nuevos proyectos o microempresas por parte de la Corporación Financiera Nacional (CFN), entre otros han provocado variantes en distintos sectores dentro de este aspecto. De acuerdo a datos emitidos por el Banco Central del Ecuador (2016), en la economía ecuatoriana el PIB durante el primer trimestre del año en curso, fue de USD 17.113 millones (a precios constantes) presentando una tasa variación de -1,9% respecto al trimestre anterior, lo cual resulta positivo pues que esto habla muy bien de la producción interna de bienes y servicios que se están aportando en el país.

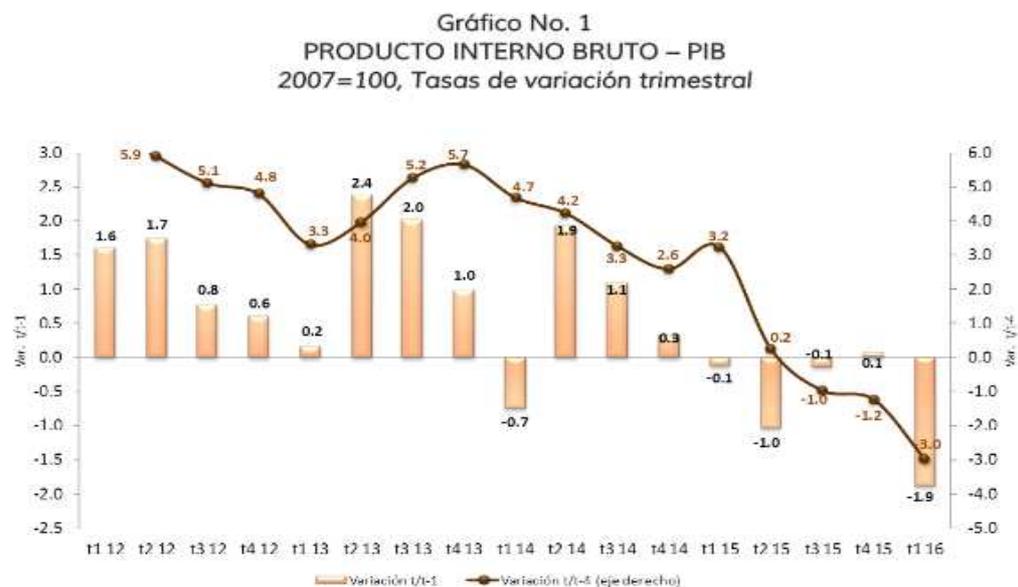


Figura 19. Producto Interno Bruto- PIB. Tomado de “Boletines de Prensa,” por Banco Central del Ecuador (BCE), 2016.

Por otra parte, la inflación también afecta a la economía de un país, puesto que cuando la tasa de inflación es superior a cero, los precios tienden a subir, lo contrario a lo que pasa cuando la inflación baja. Haciendo un análisis en el tema de inflación, existe una diferencia entre el índice inflacionario de mayo 2015 (4.55%) con respecto al de mayo 2016 (1.63%). Es decir, la inflación ha bajado en un 2.92%. Y del mismo modo, el índice anual de inflación de enero 2015 (3.53%) con respecto a enero 2016 (3.09%), hay una disminución del 0.44% (Banco Central del Ecuador, 2016).

Tabla 1
Inflación mensual Mayo 2016

FECHA	VALOR
Mayo- 31-2016	1.63%
Abril- 30-2016	1.78%
Marzo- 31-2016	2.32%
Febrero- 29-2016	2.60%
Enero- 31-2016	3.09%
Diciembre- 31-2015	3.38%
Noviembre- 30-2015	3.40%
Octubre- 31-2015	3.48%
Septiembre- 30-2015	3.78%
Agosto- 31-2015	4.14%
Julio- 31-2015	4.36%
Junio- 30-2015	4.87%
Mayo- 31-2015	4.55%
Abril- 30-2015	4.32%
Marzo- 31-2015	3.76%
Febrero- 28-2015	4.05%
Enero- 31-2015	3.53%
Diciembre- 31-2014	3.67%
Noviembre- 30-2014	3.76%
Octubre- 31-2014	3.98%
Septiembre- 30-2014	4.19%
Agosto- 31-2014	4.15%
Julio- 31-2014	4.11%
Junio- 30-2014	3.67%

Tomado de Banco Central del Ecuador, 2016

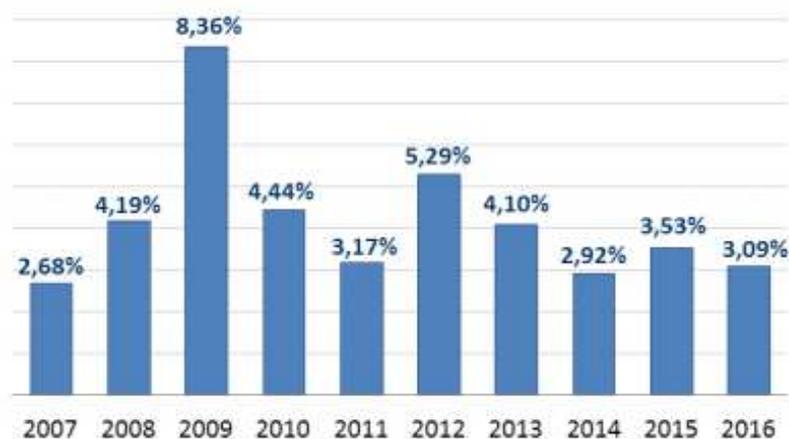
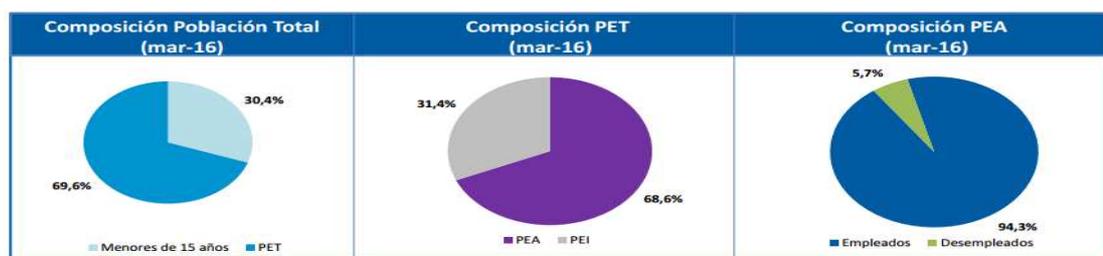


Figura 20. Inflación Anual en los meses de Enero. Tomado de “Inflación Mensual,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016.

En Ecuador están consideradas personas económicamente activas, individuos a partir de los 15 años en adelante. De acuerdo a un informe por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016), el 69,6% de la población está en edad de trabajar; el 68,6% de la población en edad de trabajar se encuentra activa, y en cambio del total de la población económicamente activa, el 94,3% son personas con empleo.



PET= Población en edad de trabajar, PEA= Población económicamente activa, PEI= Población económicamente inactiva.

Figura 21. Composición de la población: Total nacional. Tomado de “Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Indicadores Laborales,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016.

En Ecuador, para marzo 2016 la tasa de desempleo llegó a alcanzar el 5,7% a nivel nacional, 1,9% adicional a lo registrado en marzo 2015, esto respondería básicamente a los efectos sobre las plazas de empleo, principalmente en el sector turístico como consecuencia del terremoto ocurrido el 16 de abril del 2016, la caída de precios del petróleo y la crisis mundial que se está viviendo actualmente, razones por las cuales muchos negocios han tenido que cerrar sus puertas.

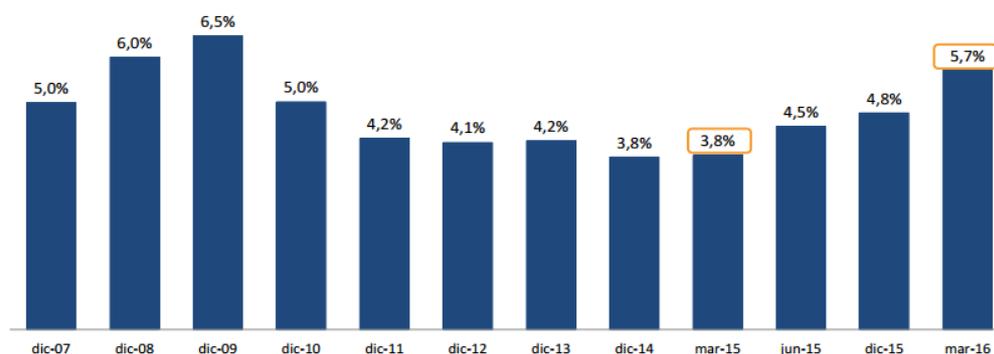


Figura 22. Evolución del desempleo: Total nacional. Tomado de “Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Indicadores Laborales,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016.

Aspecto Tecnológico

Una de las principales herramientas actuales de comunicación es el teléfono celular y el internet, inclusive tan necesarios que el período de vida de un negocio puede llegar a depender de ello. Actualmente se maneja todo en “línea” redes sociales, transacciones bancarias, compra y venta de productos, etc., he allí la importancia de su cobertura en todo el país. El 45.91% de la población ecuatoriana tiene acceso a internet, del cual 9.25% de la población posee internet fijo y el 36.66% posee internet móvil.

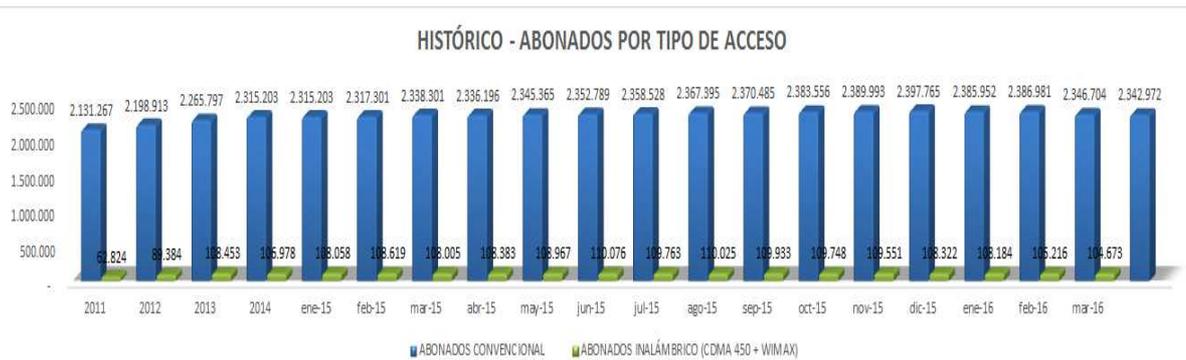


Figura 23. Histórico- Abonados por tipo de acceso. Tomado de “Telefonía fija,” por Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), 2016.

El uso de teléfonos convencionales no es tan popular como el de los teléfonos celulares actualmente sin embargo, se registra se registran 2342.972 usuarios que poseen este dispositivo fijo en casa.

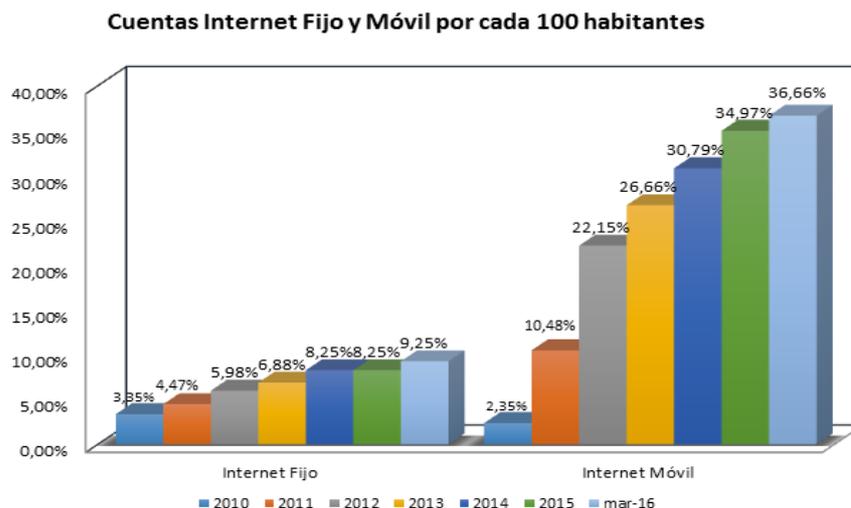


Figura 24. Cuentas Internet Fijo y Móvil por cada 100 habitantes. Tomado de “Cuentas y usuarios del servicio de acceso a internet” por Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), 2016.

Desde el año 2015 al 2016 el uso de telefonía celular ha incrementado del 85.14% al 86.84%, correspondiente a la actualización tecnológica que realizan las personas año a año, posesionándose como líder telefónico la empresa CONECEL con su marca comercial Claro.

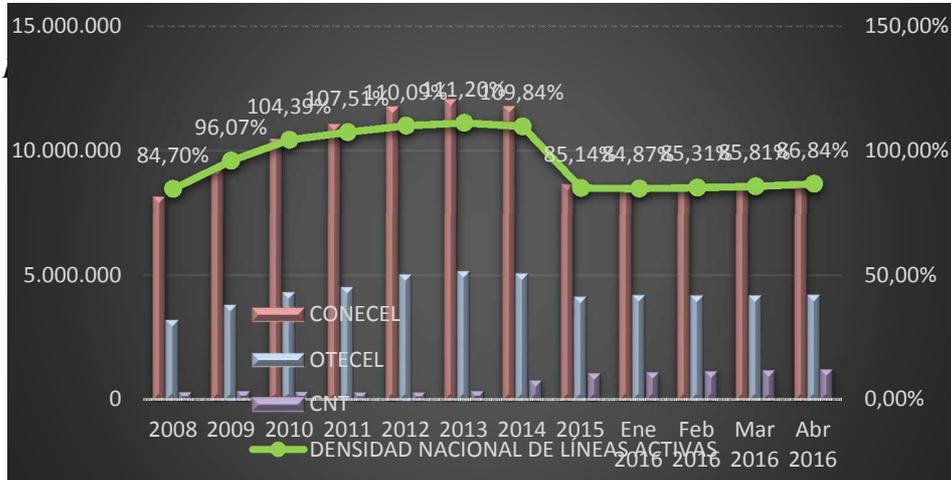


Figura 25. Evolución de líneas activas y densidad. Tomado de “Servicio Móvil Avanzado,” por Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), 2016.

Aspecto Social

Nivel de pobreza en Ecuador

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos(2016), se considera pobre a una persona que tiene un consumo individual inferior al de la línea de pobreza, dicha línea se calcula a través del valor que tiene la canasta básica a la cual se le incorpora el componente no alimenticio para determinar la línea de pobreza. Para Marzo de 2016, se considera a una persona pobre por ingresos si percibe un ingreso familiar per cápita menor a USD 84,25 mensuales y pobre extremo si percibe menos de USD 47,48.

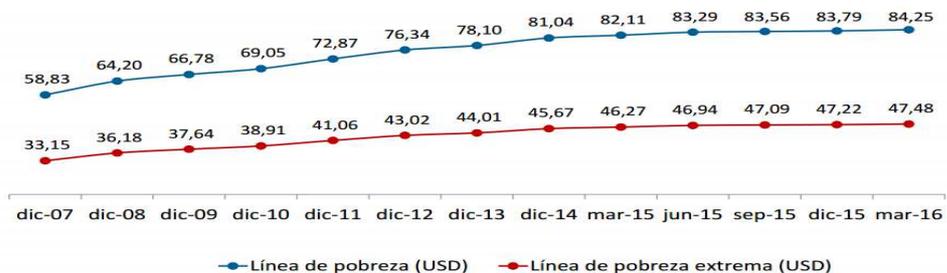


Figura 26. Líneas de pobreza y pobreza extrema. Tomado de Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: Indicadores de pobreza,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016.

La pobreza a nivel nacional se ubicó en 25,4% y la pobreza extrema en 10,0%. En el área urbana la pobreza llegó al 16,6% y la pobreza extrema a 5,6%. Finalmente, en el área rural la pobreza alcanzó el 44,0% y la pobreza extrema el 19,5%.

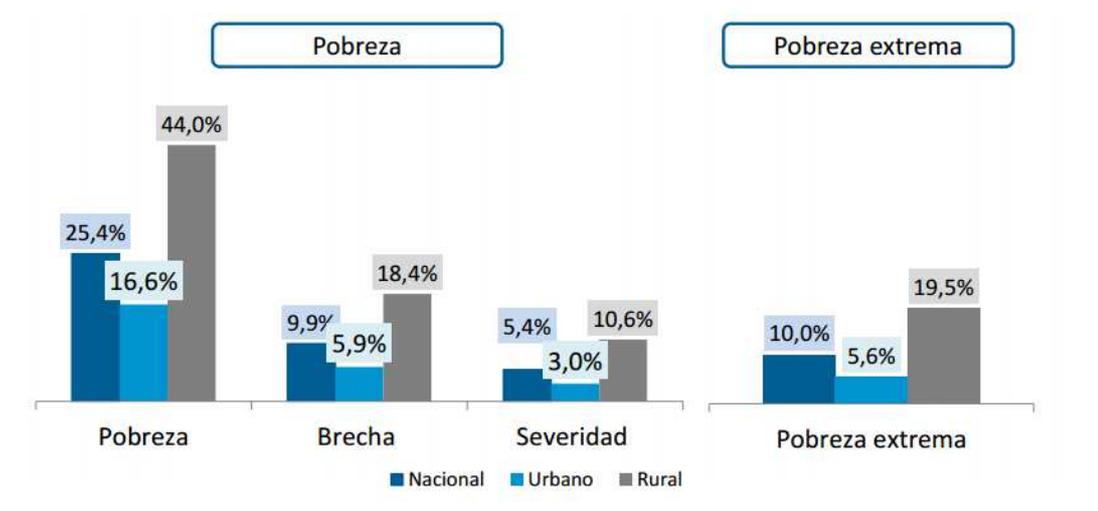


Figura 27. Resumen: Principales resultados de marzo 2016. Tomado de “Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: Indicadores de pobreza,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016.

Hábitos de lectura en Ecuador

El hábito de lectura entre los habitantes del Ecuador, no es precisamente un aspecto que se encuentre desarrollado y es por ello que se ubica como una de las naciones que cuenta con un porcentaje bajo de población lectora y con una producción limitada de libros en comparación con otros países latinoamericanos. Ecuador se coloca en uno de los últimos puestos de aquellos en los que sus ciudadanos no practican la lectura, según estadísticas del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2016), y en ésta se registraba una cifra de lectura en Ecuador de 0,5 libros al año por persona, que equivale a medio libro por año. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizó una encuesta en 2012, en la que se registró que el 27% de los ecuatorianos no tiene el hábito de leer, de los cuales al 56,8% no le interesa la lectura, mientras que el 31,7% no lo hace por falta de tiempo.

Hábito de lectura en Ecuador

El 27% de los ecuatorianos no tiene el hábito de leer

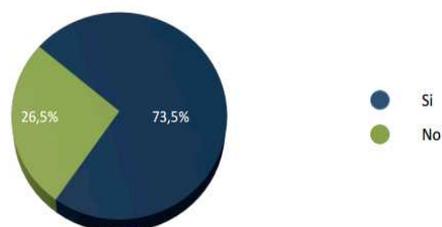


Figura 28. Hábito de lectura en Ecuador. Tomado de “Hábitos de lectura Ecuador” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012

Por grupos de edad, las personas de 16 a 24 años son los que más leen con el 83% de ellos, mientras los de más de 65 son los que menos leen con el 62%.



Figura 29. Hábito de lectura por edad. Tomado de “Hábitos de lectura Ecuador” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012.

Este informe también muestra que los jóvenes ecuatorianos se dedican más a la lectura que los adultos. El 83% de los jóvenes de entre 16 y 24 años le dedica una hora semanal a la lectura. El hábito de la lectura en los ecuatorianos ha mejorado en los últimos años, y esto se ve reflejado en ciudades como Guayaquil y Ambato que presentan un índice del 77% de personas que leen.

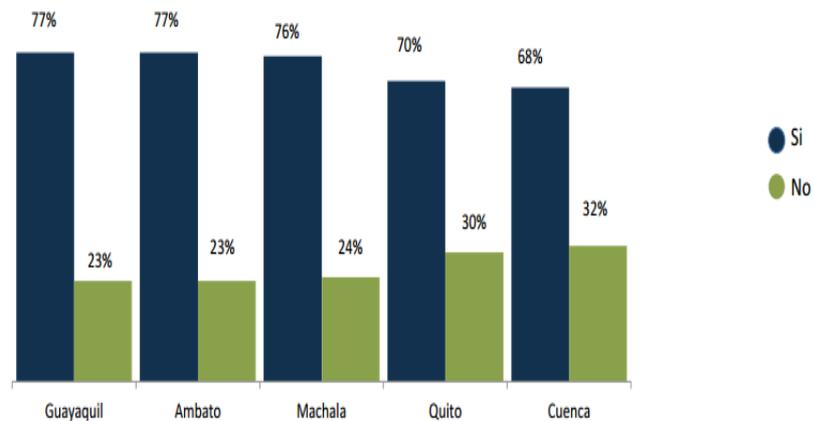


Figura 30. Hábito de lectura por ciudad. Tomado de “Hábitos de lectura Ecuador,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012.

De acuerdo a datos de dicho informe emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012), indica que del total de personas que leen, tan solo el 28% de los ecuatorianos lee libros mientras que el 31% lee periódicos y el 7% lee revistas, ésta actividad es realizada por lo general en su tiempo libre. Los lugares más comunes donde las personas practican esta actividad por lo general son en su casa y en la biblioteca, teniendo un porcentaje del 54% y 0,3% respectivamente (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012).

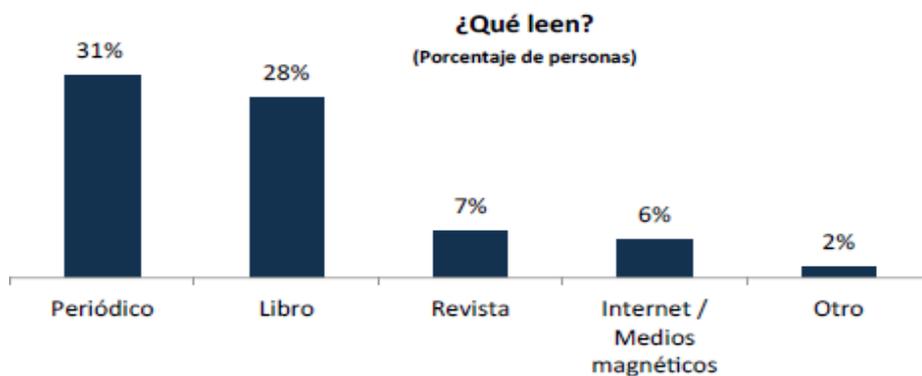


Figura 31. ¿Qué lee y en donde con mayor frecuencia? . Tomado de “Hábitos de lectura Ecuador,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012.

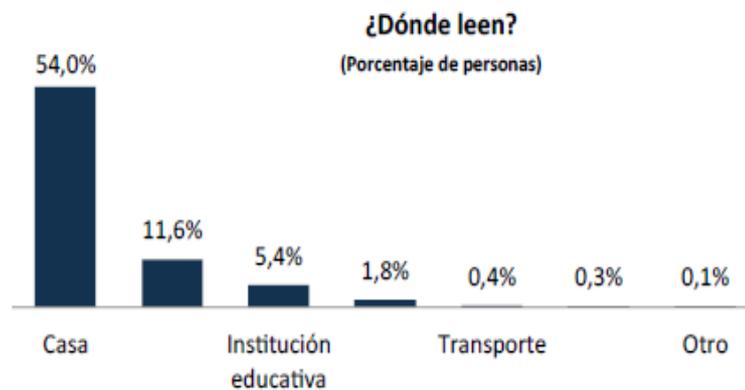


Figura 32. ¿Qué lee y en donde con mayor frecuencia?. Tomado de “Hábitos de lectura Ecuador,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012.

En concordancia con el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2016) en Latinoamérica, Ecuador, Bolivia y Paraguay no cuenta con un Plan Nacional de Lectura, y esto repercute en el nivel socio-cultural de cualquier nación, ya que la lectura es la base de todo aprendizaje. Datos del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2016) indican que en materia de lectura Ecuador está por lejos de Argentina, la cual registra un mayor hábito de lectura con un índice del 55%, seguido de Chile (51%), Brasil (46%), Colombia (45%), Perú (35%) y México (20%). La lectura ocupa un lugar secundario en las actividades de tiempo libre de los cuales los países con más lectores, como Argentina y Chile, aparece en el quinto lugar de las actividades preferidas, por detrás de ver la televisión, escuchar música, reunirse con amigos o hacer deporte (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, 2016).

Aspecto Ambiental

El aspecto ambiental es un tema de mucha importancia puesto que es gracias a los procesos de calidad, certificaciones y permisos ambientales, por los que se logra que en conjunto formen un todo en armonía y lograr un equilibrio que mitigue los impactos producidos por las empresas. De acuerdo a información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2014), existen diferentes entes

reguladores quienes clasifican las empresas según su funcionamiento en los cuales se determinan ciertos tipos de permisos ambientales, en función al ejercicio particular de una actividad que podría producir algún grado de contaminación, siendo el certificado de registro ambiental el menos exigente y la licencia ambiental el de mayor exigencia.

El café bar literario es un establecimiento que se encuentra dentro de los servicios de alimentos y bebidas, y al ser una empresa de servicios necesita contar con el respectivo permiso ambiental. En el gráfico inferior se puede observar que el 46.97% de los establecimientos no cuenta con permisos ambientales, mientras que el 12,93% cuenta con su licencia ambiental.

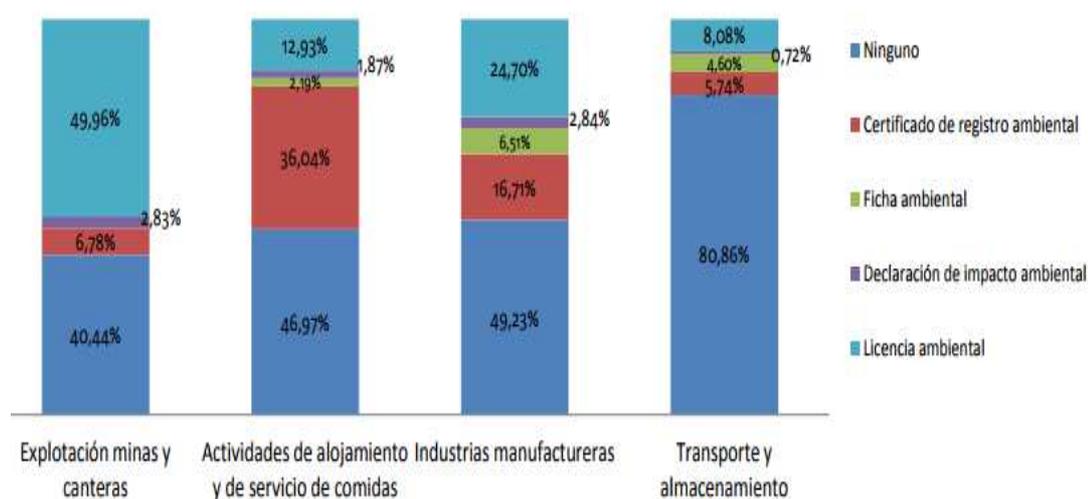


Figura 33. Empresas que contaron permiso ambiental según tipos de permisos en 2014 (%). Tomado de “Encuesta de Información ambiental económica en empresas- EIAEE,” por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2014.

Dentro del café bar literario se trabajarán principalmente con alimentos orgánicos comestibles como frutas y vegetales para la preparación de los productos. Según un estudio de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (2012) en Canadá, las más importantes formas de consumo de productos orgánicos son las frutas y vegetales con un 36%, los lácteos con un 18% y alimentos procesados con el 17%.

Formas de Consumo de Productos Orgánicos



Figura 34. Formas de consumo de productos orgánicos. Tomado de “Estudio de pro productos orgánicos. Canadá: un mercado para exportar productos orgánicos ecuatorianos en el período 2000-2009,” por Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012

Este estudio también muestra que los principales lugares de compra de productos orgánicos son los supermercados con el 45%, seguido de la venta directa al consumidor con el 35% y en tercer lugar las cadenas especializadas con el 20%.

Principales Lugares de Compra de los Consumidores

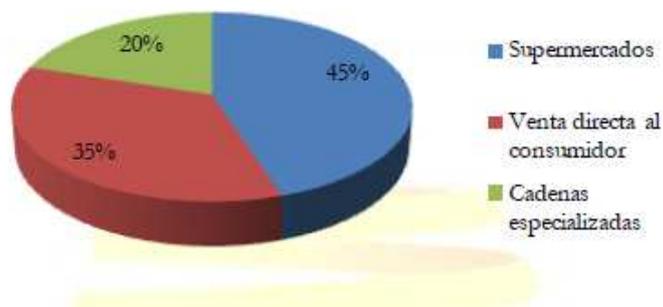


Figura 35. Principales lugares de compra de los consumidores. Tomado de “Estudio de pro productos orgánicos. Canadá: un mercado para exportar productos orgánicos ecuatorianos en el período 2000-2009,” por Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012.

La Organic Trade Association (OTA) y Canadian Organic Growers (COG) realizó una encuesta en el 2008, en el cual se descubrieron las razones por las cuales las personas decidían consumir este tipo de producto, los resultados obtenidos fueron que la mayoría lo hace por salud familiar, mientras que una minoría lo hace para probar.

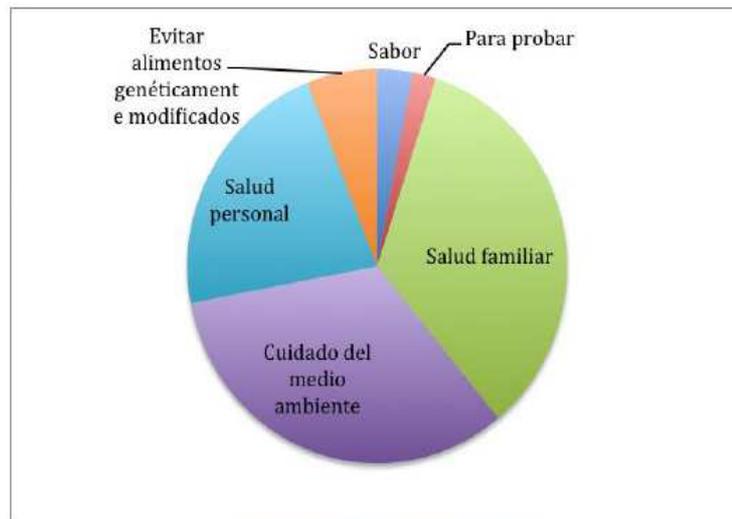


Figura 36. Motivos de compra. Tomado de “Estudio de pro productos orgánicos. Canadá: un mercado para exportar productos orgánicos ecuatorianos en el período 2000-2009,” por Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012.

Ecuador es un exportador directo de productos orgánicos para países como Canadá o EEUU; según datos del estudio realizado por Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2012) se conoce que la Tasa de Crecimiento Promedio Anual de Exportaciones durante los años 2009-2011 fue del 72%. Dentro de ese porcentaje el producto que alcanzó mayor participación fue el brócoli con el 61,74%; seguido de las demás hortalizas con el 19,68%.

Tabla 2
Vegetales y Hortalizas

Exportaciones Ecuatorianas de Vegetales y Hortalizas a Canadá							
Valor Miles USD							
Parída	Descripción	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2009-2011	% Partic. 2011
0704100000	COLIFLORES Y BRÉCOLES («BROCCOLI») FRESCOS O REFRIGERADOS	329	490	735	276	49.51%	61.74%
0710809000	LAS DEMAS HORTALIZAS, AUNQUE ESTEN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS, EXCEPTO ESPÁRRAGOS	0	59	234	0		19.68%
0712909000	LAS DEMAS HORTALIZAS Y MEZCLAS DE HORTALIZAS SECAS	0	28	117	151		9.86%
0710290000	LAS DEMAS HORTALIZAS DE VAINA	39	81	64	88	28.39%	5.39%
0710220000	FRIJOLES (FREJOLES, POROTOS, ALUBIAS, JUDÍAS) (VIGNA SPP., PHASEOLUS SPP.)	31	52	31	31	0.00%	2.58%
0707000000	PEPINOS Y PEPINILLOS, FRESCOS O REFRIGERADOS.	4	3	9	9	54.38%	0.75%
0713399900	LOS DEMAS JUDÍAS (POROTOS, ALUBIAS, FRIJOLES)	0	0	0	135		0.00%
Total		402	712	1,191	690	72.05%	100.00%

Tomado de “Estudio de pro productos orgánicos. Canadá: un mercado para exportar productos orgánicos ecuatorianos en el período 2000-2009,” Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012.

En cuanto a exportación de frutas según la Tasa de Crecimiento Promedio Anual de Exportaciones durante los años 2009-2011 fue del 15,43%. Dentro de ese porcentaje el producto que alcanzó mayor participación fueron los mangos frescos y secos con el 66,8%.

Tabla 3
Frutas

Exportaciones Ecuatorianas de Frutas a Canadá							
Valor Miles USD							
Parida	Descripción	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2009-2011	% Partic. 2011
0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES FRESCOS O SECOS	1,184	1,576	2,353	477	40.98%	66.87%
0811909900	LAS DEMAS FRUTAS Y OTROS FRUTOS CON ADICION DE EDULCORANTE	521	565	721	1,159	17.66%	20.49%
0803001200	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	520	625	166	230	-43.50%	4.72%
0807200000	PAPAYAS FRESCAS	253	265	202	201	-10.73%	5.74%
0804300000	PIÑAS (ANANAS) FRESCAS Y SECAS	106	8	0	0		0.00%
0813400000	LAS DEMÁS FRUTAS U OTROS FRUTOS	43	12	13	0	-44.84%	0.37%
0811200000	FRAMBUESAS, ZARZAMORAS, MORAS, MORAS-FRAMBUESA Y GROSELLAS	0	52	0	14		0.00%
0810905000	UCHUVAS (UVILLAS) (PHYSALIS PERUVIANA)	5	43	0	0	-91.37%	0.00%
0806200000	UVAS, FRESCAS O SECAS, INCLUIDAS LAS PASAS	14.18	20	0	2		0.00%
0805502200	LIMA TAHITI («LIMÓN TAHITI») (CITRUS LATIFOLIA)	0	0	15	17		0.43%
0810901000	GRANADILLA, «MARACUYA» (PARCHITA) Y DEMAS FRUTAS DE LA PASIÓN (PASSIFLORA SPP.)	0.01	0	7	25	2536.29%	0.20%
0811909600	PAPAYA CON ADICION DE AZUCAR U OTROS EDULCORANTES	0	7	23	0		0.65%
0810904000	PITAHAYAS (CEREUS SPP.)	2	1	10	15	129.40%	0.27%
0810500000	KIWIS	6	3	8	8	12.15%	0.22%
0803001100	BANANAS FRESCAS TIPO «PLANTAIN» (PARA COCCIÓN)	0	0	0	21		0.00%
0807190000	LOS DEMÁS MELONES Y SANDÍAS	0	0	0	9		0.00%
0810903000	TOMATE DE ÁRBOL (LIMA TOMATE, TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETACEA)	0	2	1	4		0.04%
0810200000	FRAMBUESAS, ZARZAMORAS, MORAS Y MORAS-FRAMBUESA	0	0	0	3		0.00%
0803002000	BANANAS O PLÁTANOS, FRESCOS - SECOS	0	0	0	3		0.00%
Total		2,640	3,177	3,518	2,186	15.43%	100.00%

Tomado de “Estudio de pro productos orgánicos. Canadá: un mercado para exportar productos orgánicos ecuatorianos en el período 2000-2009,” (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012).

Al tratarse de productos de consumo directo de personas tanto para su salud y prestigio del establecimiento, necesitan estar certificados por alguna institución que evalúe su calidad y consumo como tal. Entre las principales instituciones que certifican a los productos orgánicos están:



Figura 37. Organismos de Certificación Acreditados. Tomado de [“www.acreditacion.gob.ec/wp.../LISTADO-CERTIFICACION-ACREDITADOS.pdf](http://www.acreditacion.gob.ec/wp.../LISTADO-CERTIFICACION-ACREDITADOS.pdf)

Ecuador en la actualidad cuenta con una economía orientada a la promoción del consumo local, existen aspectos como el incremento de costos variables de algunos alimentos que afectarían la propuesta, ya que la importación de ciertos productos podrían verse también reflejados en un incremento en el precio de venta al público, lo cual resultaría un aspecto no sencillo de resolver pero sí manejable. Actualmente se está reactivando la economía dentro del país, y con ello se está otorgando facilidad de créditos para la creación de microempresas, resulta positivo dentro de la propuesta porque significa que si el estudio de la misma tiene un buen resultado, se la podría ingresar dentro de una de estas instituciones financieras, para su respectivo análisis y aprobación del crédito a solicitar. En Ecuador, como en otros países el manejo de teléfonos inteligentes, internet y de redes sociales, ya no es un mito y esto resulta positivo dentro de la propuesta porque significa que al promover el negocio dentro de medios ATL, se obtendrán resultados satisfactorios que se verán reflejados con la acogida que tenga el café bar literario.

El índice de pobreza del área rural resulta alta en comparación con el área urbana, lo cual indica que pese a tener un grado alto de la misma, dentro de la ciudad existen personas con un poder adquisitivo mayor y por ende dentro de ese grupo de personas es al que se está apuntando la propuesta. La lectura no es un hábito muy

común dentro de la ciudad de Guayaquil, sin embargo existe un grupo mediano que sí dedica tiempo para tener esta actividad como ocio, lo cual repercute positivamente dentro de la propuesta del café bar literario. Dentro de la cultura alimentaria del país, está surgiendo una tendencia que va en aumento hacia el consumo de productos orgánicos, esto da augurios de que los alimentos elaborados dentro del café bar literario, tendrán acogida positiva tanto por personas que conocen de este tipo de productos y para personas que desean conocer acerca de los mismos.

Mercado Meta

El mercado meta al cual se orienta el café bar literario es a personas de la ciudad de Guayaquil, mayores de 18 años y turistas nacionales y extranjeros de cualquier género, que disfruten de la lectura, de las bebidas derivadas del café, bocadillos realizados con productos orgánicos, bebidas alcohólicas y bebidas soft.

Análisis del Microentorno

Estudio de Mercado

Para comprender debidamente la importancia de un estudio de mercado se debe conocer la definición del mismo; según Kotler y Armstrong (2008) "Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto" (p. 8). Esta definición es concordante con Malhotra (2008) quien afirmó que el estudio de mercado tiene como objetivo mostrar situaciones reales del mercado por lo cual se lo denomina como sistemático, donde cada etapa de este proceso debe ser planificado y la información debe ser debidamente recopilada y analizada para poder contribuir con la correcta toma de decisiones.

Según lo anterior la investigación de mercado contribuirá a la recolección de datos y diagnóstico real del mercado donde se implementará el proyecto, dando a conocer el perfil de los potenciales consumidores, y de este modo aportando a la creación de estrategias que ayuden a posicionar el café literario en el mercado.

Las Cinco Fuerzas De Porter

Según Porter (2002) existen cinco fuerzas que contribuyen al desarrollo de una industria en el mercado y asegura la toma de buenas decisiones, por lo cual

es importante desarrollar estrategias y su correcta implementación para alcanzar un posicionamiento sólido. Estas fuerzas son:

Amenaza de nuevos competidores

Según Porter (2002) la amenaza de nuevos competidores se manifiesta al momento en que una nueva empresa ingresa en el mercado y obliga a las ya establecidas a subir o bajar sus precios creando una competitividad por el posicionamiento. En el ámbito de la propuesta presentada, la amenaza de nuevos competidores se la puede analizar en dos factores, por una parte las empresas franquiciadas nacionales e internacionales que se dedican al servicio de pastelería dulce y salada, y bebidas con base en café, la amenaza se considera alta, puesto que debido a su modelo de negocio, logran optimizar recursos y disminuir costos, y por ende mantiene precios considerablemente bajos en el mercado. Por otra parte los nuevos competidores que no franquiciados, no presentan relevante competencia, puesto que la inversión y sus costos de producción son un gasto significativo, y al no estar asociados con terceros todos los gastos y costos los asume el dueño el negocio, y se mantienen costos un tanto altos pero accesibles igual a los presentados en la propuesta actual.

Productos sustitutos

Según Porter (2002) un producto sustituto es aquel que puede satisfacer las mismas necesidades que un producto en estudio. Los productos sustitutos para la propuesta podrían encontrarse en diferentes situaciones, la primera se relaciona con las diferentes cafeterías que se encuentran en la ciudad las cuales representan una amenaza alta, debido a que ofrecen el expendio de café y aperitivos dulces y salados, con la diferencia de que estos no usan un café orgánico; otro de los productos sustitutos son las librerías que permiten la lectura gratuitamente dentro de sus instalaciones, las cuales tienen a su favor la constante renovación de su oferta literaria lo cual se lo considera una amenaza media debido a los pocos hábitos de lectura existentes.

Para minimizar el efecto que podrían tener los productos sustitutos sobre la empresa propuesta, se hará hincapié en que se podrá disfrutar tanto de la lectura como del café y otros bocadillos además de la posibilidad de conocer una oferta variada de actividades culturales como presentación de libros, poetas, cantantes y otros eventos de naturaleza cultural.

Poder de Negociación de los Proveedores

Según Porter (2002) los proveedores ganan poder al momento en que deciden subir sus precios, cambiar sus servicios o bajar la calidad. Por cuanto para elegir a los proveedores de los diferentes productos que serán ofrecidos, se hará una selección de los posibles candidatos y se les pedirá cotizaciones y beneficios, de ese modo se estudiará cada una de las propuestas con el fin de encontrar a los proveedores que cumplan con las expectativas de calidad, precios y responsabilidad. Por lo cual el poder de negociación de los proveedores se lo consideraría bajo dado que hay una gran variedad de proveedores que podrían ofrecer los servicios requeridos y al mismo tiempo se tratarán con los proveedores directos, sin intermediarios.

Poder de Negociación de los Clientes

Según Porter (2002) los clientes tienen poder cuando obligan a las industrias a bajar sus precios, cuando exigen un mejor servicio o cuando una mejor calidad causando que industrias rivales compitan entre sí. El poder de los clientes se considera medio debido a que los precios que se establecerán serán accesibles y acorde a la competencia, así mismo se recibirá un servicio personalizado el cual es muy diferente al que ofrecen las demás cafeterías existentes. En cuanto a la calidad también será satisfactoria, por cuanto la manipulación y origen de los productos y materias primas de consumo humano serán certificados y previamente aprobados.

Rivalidad de competidores existentes

Según Porter (2002) la rivalidad entre competidores existentes puede darse a causa del posicionamiento en el mercado, por lo cual las industrias usan diferentes estrategias como la competencia de precios, publicidad, servicio, entre otros (p. 33).

Según lo anterior la rivalidad es generada por un posicionamiento dentro del mercado con el cual puedan fidelizar sus clientes, entre los potenciales rivales de la propuesta con un nivel alto de competencia, se encuentran las dos principales franquicias cafeteras de la ciudad de Guayaquil como lo son Sweet & Coffee y Juan Valdez, ambas industrias tiene un fuerte posicionamiento dentro del mercado y poseen un gran número de compradores fieles a sus productos.

Conclusión del análisis las 5 Fuerzas de Porter

Se puede concluir a través del análisis de Porter, que las fuerzas que representan una amenaza significativa son los nuevos y los existentes competidores, debido al tipo de negocio de servicio de alimentos y bebidas de la propuesta. Por otra parte el poder de los competidores, clientes y los productos sustitutos en su mayoría su nivel de amenaza es medio, puesto que en la actualidad en la ciudad de Guayaquil no existe un establecimiento que posea todas las particularidades de la propuesta, lo cual es un aspecto que ayudaría a posicionar al café literario en el mercado.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para realizar una investigación, es necesario definir la metodología a utilizar. El presente capítulo describe el enfoque y tipo de investigación, fuentes de información, herramientas y técnicas de recolección de datos, se define la población y la muestra, con la finalidad de obtener resultados confiables.

Dentro de la investigación científica se utilizará el método Inductivo-Deductivo, el cual según Bernal (2010) parte de consecuencias específicas a características generales, pero también al ser deductivo parte de características generales a otras más específicas. En este caso se parte de los habitantes de la ciudad de Guayaquil, para deducir sus preferencias por un café bar literario; pero además a través de datos obtenidos de grupos de personas específicos se podrá obtener una visión más amplia en lo viable o no que podría resultar el proyecto.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Establecer el nivel de aceptación y preferencias de los clientes potenciales del café literario en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

1. Determinar el perfil del consumidor basado en los hábitos de lectura y el consumo de productos orgánicos, mediante las encuestas.
2. Identificar los precios óptimos de los productos, de acuerdo a la apreciación de los insumos y servicios a ofrecer para clientes potenciales.
3. Determinar cuáles son los tipos de actividades culturales, por los cuales los clientes demuestren mayor interés.
4. Evaluar el interés de los posibles clientes para con la propuesta.

Enfoque

Se utilizará el enfoque mixto, es decir: cuantitativo y cualitativo. El enfoque cuantitativo es aquel que utiliza datos numéricos y análisis estadísticos; los datos se recolectan utilizando la técnica de las encuestas a las personas seleccionadas de la muestra y el instrumento de recolección de información es el cuestionario, el cual contiene preguntas que servirán para establecer de forma razonable los gustos y

preferencias de los consumidores de manera tal que se pueda determinar la aceptación a la propuesta Sampieri (2010). Para saber si la presente propuesta es factible o no se realizarán encuestas a determinados grupos a fin de conocer qué cantidad de personas estarían de acuerdo en que se aperture un establecimiento de restauración con características específicas como lo son los productos orgánicos y la inclusión de la lectura como actividad de ocio.

El enfoque cualitativo permite conocer de forma más cercana un determinado evento o característica Sampieri, (2010), en este caso, se trata de indagar particularidades de las personas que tienen desarrollado el gusto por la lectura para conocer de qué manera debería ponerse en práctica la propuesta; también se busca conocer la forma en la que los consumidores de productos orgánicos los escogen como parte de su rutina de alimentación. Para obtener esta información se aplican entrevistas utilizando la herramienta denominada “guía de entrevista”.

Población

Personas de la ciudad de Guayaquil y turistas nacionales y extranjeros que vivan en la ciudad.

Muestra

Personas mayores de 18 años que gusten de la lectura y bebidas derivadas del café. Los sujetos que formarán parte de la muestra se escogerán de manera probabilística, ya que todas las personas que integran la población bajo estudio tienen la misma probabilidad de ser escogidos (Sampieri, 2010).

Para calcular el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z^2)(p)(q)}{e^2}$$

n: número de elementos de la muestra (2'350.915)

Z: nivel de confianza = 1.96

p: probabilidad de éxito = 0.50

q: probabilidad de fracaso = 0.50

e: margen de error = 5%

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

n = 384 personas a encuestar

Tipo de investigación

La investigación realizada es descriptiva porque describe la situación del mercado en cuanto a los gustos y preferencias de los consumidores Bernal (2010). Se podrá verificar cuáles son los gustos de los habitantes de Guayaquil en cuanto a servicios de restauración, qué tipo de productos por lo general consumen y si presentan alguna preferencia por el consumo de productos orgánicos y la lectura. Es un estudio no experimental porque no se manipulan los datos, ni se ejecutan experimentos (Bernal, 2010). En este caso en particular se realizarán entrevistas y encuestas a personas para poder conocer gustos y preferencias para saber la viabilidad del proyecto.

Se trata de una investigación de corte transeccional porque se recolectan los datos en un solo momento Bernal (2010), y esto se debe principalmente porque la información recolectada será en las semanas estipuladas para las encuestas y entrevistas, no se aplazará para un futuro ninguna de estas dos actividades.

Para un estudio más profundo se ha implementado técnicas de recolección de datos como las encuestas, esto ayudará y servirá para complementar la información necesaria. Para saber la factibilidad y aceptación del proyecto se realizaron 384 encuestas en la ciudad de Guayaquil, en sectores como Universidad de Guayaquil, Universidad Católica Santiago de Guayaquil y personas en general, con el fin de saber las necesidades y preferencias del cliente en este tipo de negocio.

Presentación de resultados: tablas y gráficos

Composición de la muestra:

La muestra estuvo conformada por 384 personas escogidas al azar en la ciudad de Guayaquil; se utilizaron redes sociales y encuestas personales. El 62% de los encuestados fueron mujeres, el 38% fueron hombres. El 51% de los encuestados tenía una edad entre 20 y 23 años, El 20% de los encuestados tenía una edad entre 25 y 28 años, El 17% de los encuestados tenía una edad entre 18 y 20 años, El 4% de los encuestados tenía una edad entre 28 y 31 años, El 3% de los encuestados tenía una edad entre 31 y 38 años, El 2% de los encuestados tenía una edad entre dos rangos, el primero de 38 y 42 años de edad y el segundo de 42 y 49 años de edad, y el 1% de los encuestados tenía una edad entre 49 y 58 años.

Pregunta 1. ¿Disfruta de la lectura como actividad de ocio?

Tabla 4
Lectura como actividad de ocio

¿Disfruta de la lectura como actividad de ocio?		
Detalle	frecuencia	porcentaje
No	137	35,80%
Si	247	64,20%

¿Disfruta de la lectura como actividad de ocio?

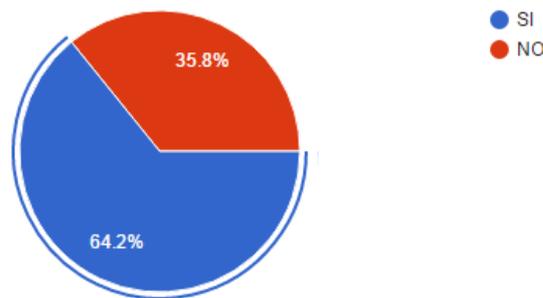


Figura 38. Lectura como actividad de ocio

Con los resultados obtenidos de las encuestas, en el gráfico anterior se puede apreciar que el 64.2% de los encuestados si disfruta de esta actividad, lo cual es algo positivo para la propuesta en cuanto al incentivo de los hábitos de lectura como actividad de ocio.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de documentos lee?

Tabla 5
Tipos de documentos de lectura

¿Qué tipo de documentos lee?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Libros de novelas y poesía	179	44%
Revistas de Ciencia y Tecnología	68	17%
Libros de corte académico	28	7%
Revistas de entretenimiento, vida social, etc.	69	17%
Periódicos o publicaciones de opinión.	61	15%

¿Qué tipo de documentos lee?

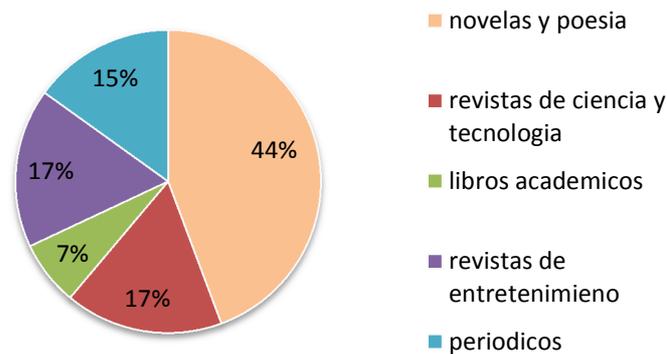


Figura 39. Tipos de documentos de lectura

Según la encuesta realizada, los tipos de documentos que más leen las personas implicadas son las novelas y poesías con el 44%, seguido de las revistas de tecnología y ciencia y de revistas de entretenimiento con el 17%, lo cual permite conocer cuáles son los tipos de libros de preferencia de los clientes potenciales.

Pregunta 3. ¿Qué tipo de género literario es de su interés?

Tabla 6
Género literario de interés

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Thriller	43	5%
Romántica	155	20%
Aventura	80	10%
Terror	81	10%
Ciencia ficción	114	15%
Investigación	54	7%
Biográfica	32	4%
Autoayuda	31	4%
Erótica	54	7%
Política	37	5%
Economía	35	4%
Otros temas	67	9%

¿Qué tipo de género literario es de su interés?

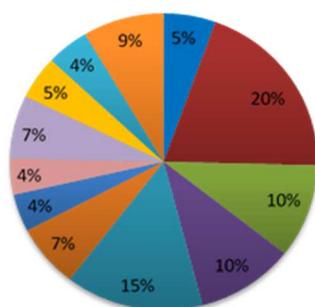


Figura 40. Género literario de interés

De acuerdo a la gráfica anterior, el género de mayor interés por parte de los encuestados son los libros de tipo románticos, seguida de los libros de ciencia ficción, por lo cual al momento de realizar los pedidos de libros se podrá tener una idea clara en cuanto a que tipo de género literario podría ser de mayor interés por parte de los clientes.

Pregunta 4. ¿Qué formato utiliza para leer?

Tabla 7
Formato de lectura

¿Qué formato utiliza para leer?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Impreso	185	57%
Digital	137	43%

¿Qué formato utiliza para leer?

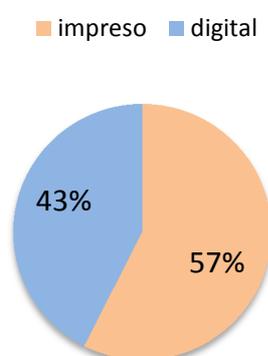


Figura 41. Formatos de lectura

De acuerdo a lo obtenido a través de las encuestas, el formato más utilizado por parte de los encuestados para realizar la actividad es el impreso, lo cual es beneficioso para la temática de ofrecer libros en formato físico a la venta. La pregunta fue contestada por 322 personas del total de 384, debido a que no todas gustaban de esta actividad.

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia a la semana realiza esta actividad?

Tabla 8
Frecuencia de lectura a la semana

¿Con qué frecuencia a la semana realiza esta actividad?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
15 a 30 minutos	55	20,80%
30 minutos a 1 hora	102	38,70%
1 hora a 2 horas	41	15,50%
más de 2 horas	66	25%

¿Con qué frecuencia a la semana realiza esta actividad?

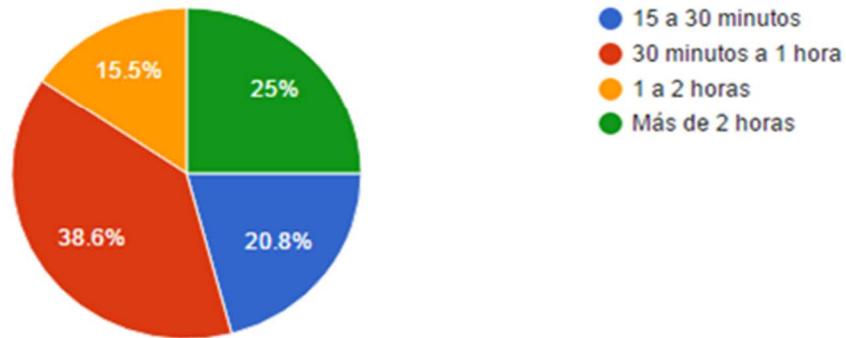


Figura 42. Frecuencia con la que se realiza la actividad

Según las encuestas realizadas, la frecuencia más alta con la que se realiza la actividad de lectura va desde 30 minutos a 1 hora a la semana. Por lo cual se concluye que el tiempo de rotación de mesas en el área de lectura será adecuada. La pregunta fue contestada por 358 personas del total de 384, debido a que todas realizan esta actividad.

Pregunta 6. ¿Qué lugar prefiere para disfrutar de su lectura?

Tabla 9
Lugar de preferencia para la lectura

¿Con qué frecuencia a la semana realiza esta actividad?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Bibliotecas	21	8%
Parques	21	8%
Casa	212	80%
Otros	11	4%

¿Qué lugar prefiere para disfrutar de su lectura?

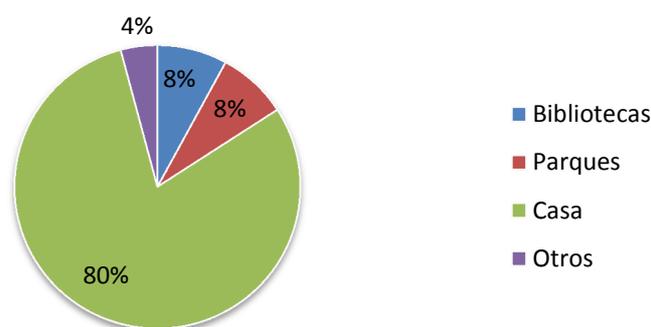


Figura 43. Lugar de preferencia para la lectura

De acuerdo a las encuestas realizadas, el lugar más común donde se realiza la actividad de leer es en el hogar, seguido de los parques y bibliotecas. Lo cual representa un punto negativo a la propuesta por lo cual se buscara estrategias para poder mitigarlo. La pregunta fue contestada por 358 personas del total de 384, debido a que no todos realizan la actividad.

Pregunta 7. ¿Conoce qué son los productos orgánicos?

Tabla 10
Productos orgánicos

¿Conoce qué son los productos orgánicos?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	330	85,70%
No	54	14,30%

¿Conoce qué son los productos orgánicos?

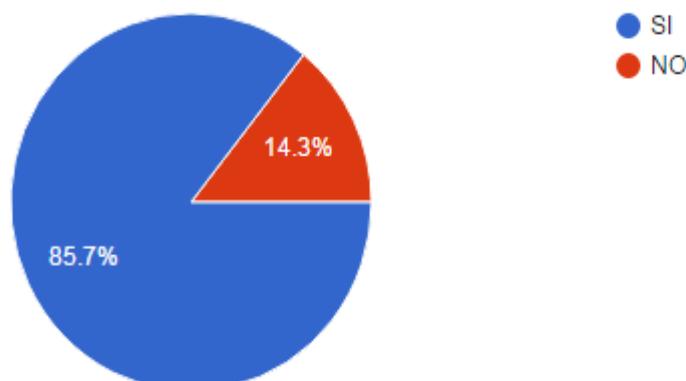


Figura 44. Productos orgánicos

Según los datos obtenidos de las encuestas, éstas indican que un 85,7% tiene conocimiento acerca de qué son los productos orgánicos, lo cual beneficia al tipo de menú que será ofrecido por parte de la propuesta.

Pregunta 8. ¿Ha consumido alguna vez productos orgánicos?

Tabla 11
Consumo de productos orgánicos

¿Ha consumido alguna vez productos orgánicos?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	327	84,90%
No	57	15,10%

¿Ha consumido alguna vez productos orgánicos?

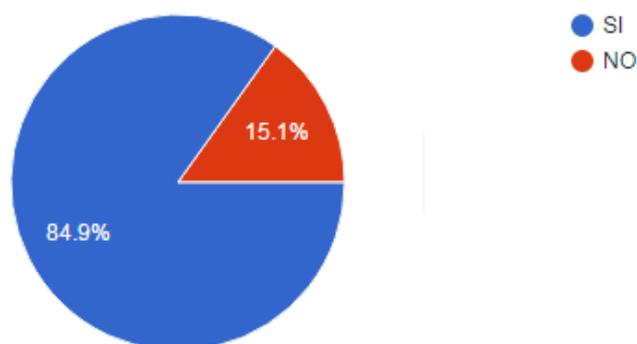


Figura 45. Consumo de productos orgánicos

La gran mayoría de encuestados afirman que han consumido como mínimo una vez productos orgánicos, lo cual proporciona una idea de cuál es el tipo de menú que la propuesta ofrece.

Pregunta 9. De la lista que se presenta a continuación, qué productos orgánicos Ud. ha consumido

Tabla 12
Tipos de productos orgánicos

¿De la lista que se presenta a continuación, qué productos orgánicos Ud. ha consumido?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Frutas	267	75,00%

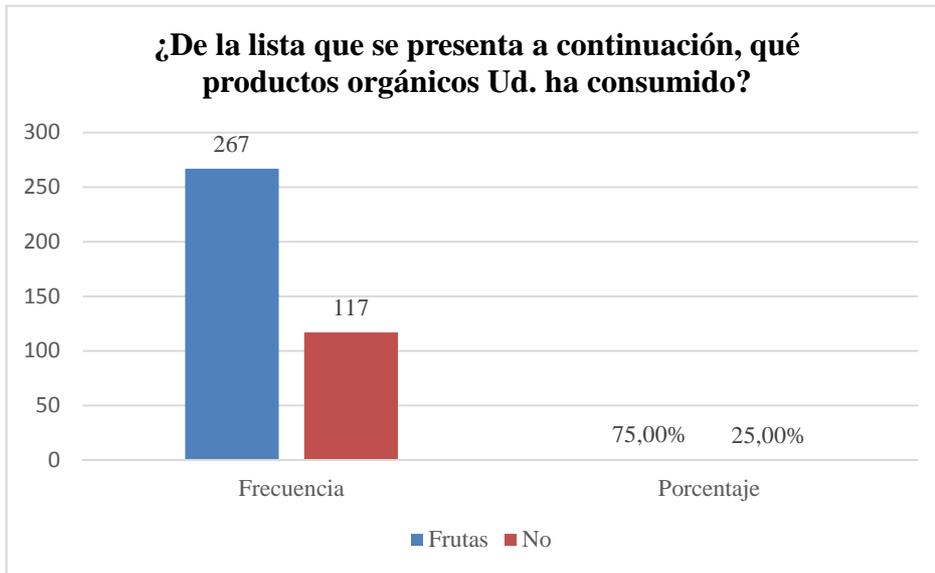


Figura 46. Consumo de productos orgánicos: frutas

Tabla 13
Tipos de productos orgánicos

¿De la lista que se presenta a continuación, qué productos orgánicos Ud. ha consumido?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Verduras y hortalizas	221	62,10%
No	163	37,90%

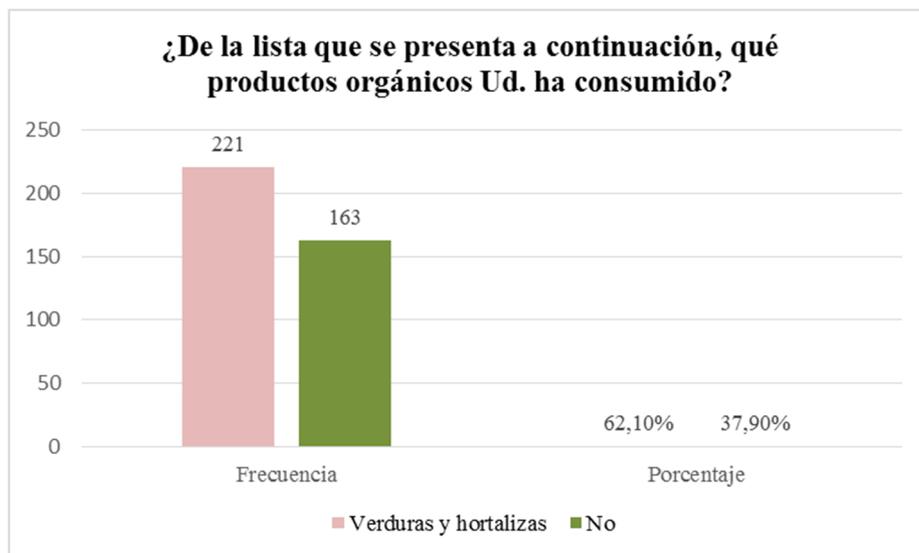


Figura 47. Consumo de productos orgánicos: verduras y hortalizas

F
T
T
Tabla 14
Tipos de productos orgánicos

¿De la lista que se presenta a continuación, qué productos orgánicos Ud. ha consumido?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
De origen animal: leche, queso	117	32,90%
No	267	67,10%

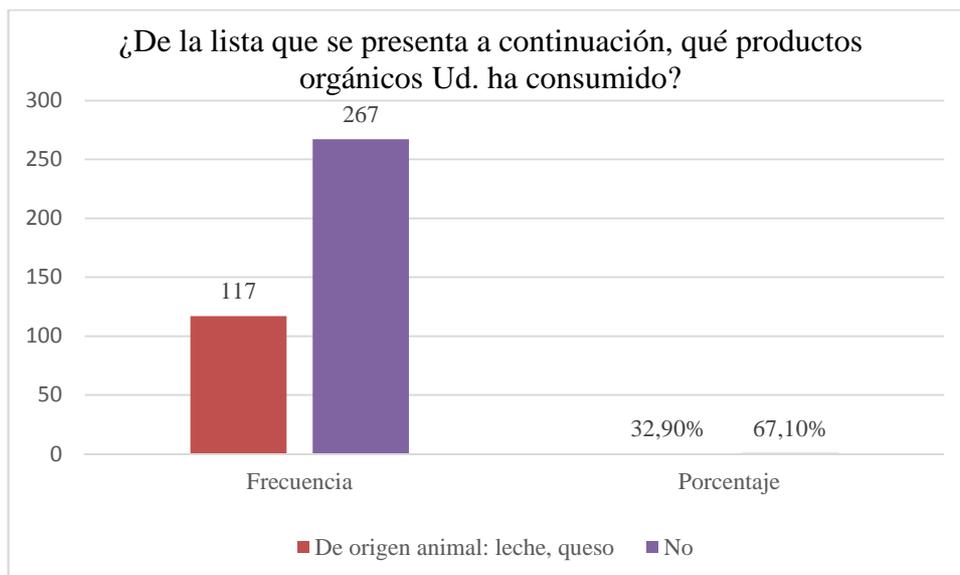


Figura 48. Consumo de productos orgánicos: de origen animal

Tabla 15
Tipos de productos orgánicos

¿De la lista que se presenta a continuación, qué productos orgánicos Ud. ha consumido?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Café	180	50,60%
No	204	49,40%

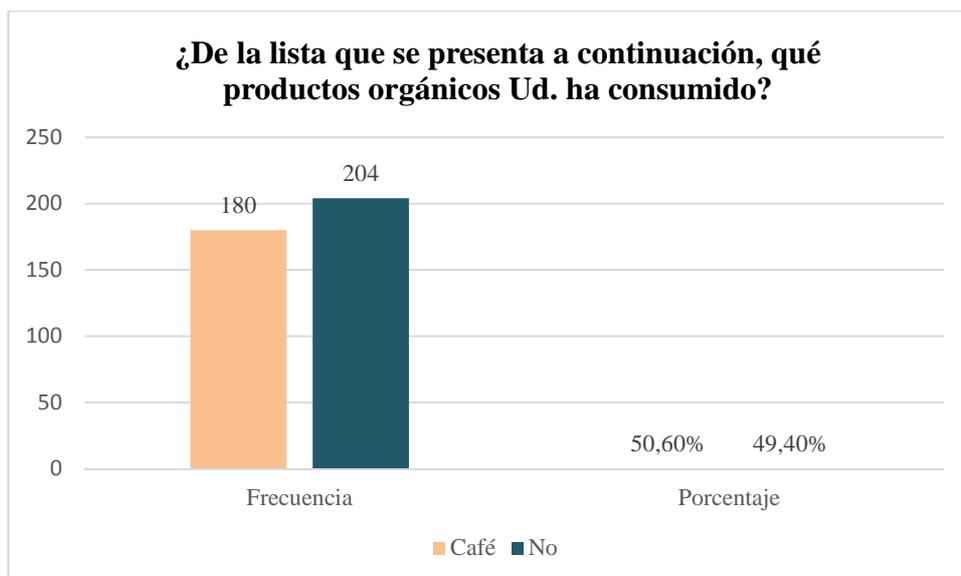


Figura 49. Consumo de productos orgánicos: café

De acuerdo a los gráficos 46, 47,48 y 49 un 75% de los encuestados ha consumido frutas, el 62,1% ha consumido verduras y hortalizas, un 50,6% ha consumido café orgánico y apenas un 32,9% ha consumido productos orgánicos de origen animal como leche o queso. Lo cual es positivo para la propuesta debido a que la materia prima orgánica que se usara en la elaboración del menú se basa en su mayoría en frutas y verduras.

Pregunta 10. ¿Usted estaría interesado en visitar una cafetería donde pueda tener la opción de consumir alimentos elaborados con productos orgánicos certificados, mientras puede disfrutar de la lectura de obras literarias o libros de su gusto, la cual a su vez ofrezca actividades culturales?

Tabla 16
Interés de visita del consumidor

¿Usted estaría interesado en visitar una cafetería donde pueda tener la opción de consumir alimentos elaborados con productos orgánicos certificados, mientras puede disfrutar de la lectura de obras literarias o libros de su gusto, la cual a su vez ofrezca actividades culturales?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	94,50%
No	22	5,50%

¿Usted estaría interesado en visitar una cafetería donde pueda tener la opción de consumir alimentos elaborados con productos orgánicos certificados, mientras puede disfrutar de la lectura de obras literarias o libros de su gusto, la cual a su vez ofrece



Figura 50. Interés de visita al consumidor

La encuesta demostró que las personas en su mayor parte si estarían interesados en visitar el lugar, lo cual es una ventaja ya que la ciudad de Guayaquil no cuenta con un café bar literario.

Pregunta 11. De la siguiente lista, ¿qué actividades de ámbito cultural le interesaría asistir?

Tabla 17
Actividades culturales

De la siguiente lista, ¿qué actividades de ámbito cultural le interesaría asistir?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Artistas en vivo	277	71,90%
No	107	28,10%

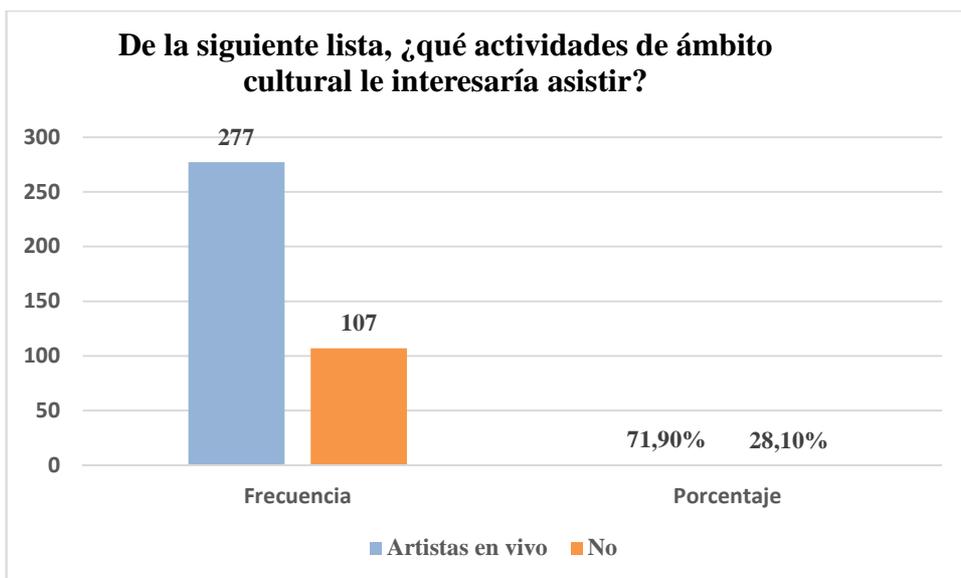


Figura 51. Actividades culturales: artistas en vivo

Tabla 18
Actividades culturales obras teatrales

De la siguiente lista, ¿qué actividades de ámbito cultural le interesaría asistir?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Obras teatrales	182	47,30%
No	202	52,70%



Figura 52. Actividades culturales: obras teatrales

Tabla 19
Actividades culturales lectura

De la siguiente lista, ¿qué actividades de ámbito cultural le interesaría asistir?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Lecturas en vivo de obras literarias	96	24,90%
No	288	75,10%

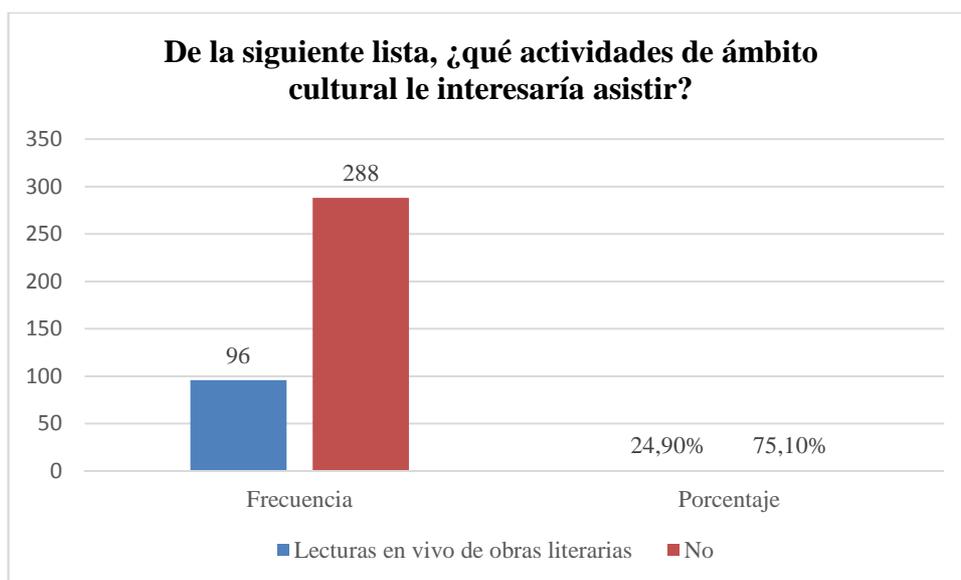


Figura 53. Actividades culturales: lectura en vivo de obras literarias

Tabla 20
Actividades culturales presentaciones poéticas

De la siguiente lista, ¿qué actividades de ámbito cultural le interesaría asistir?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Presentaciones poéticas	118	30,60%
No	266	69,40%

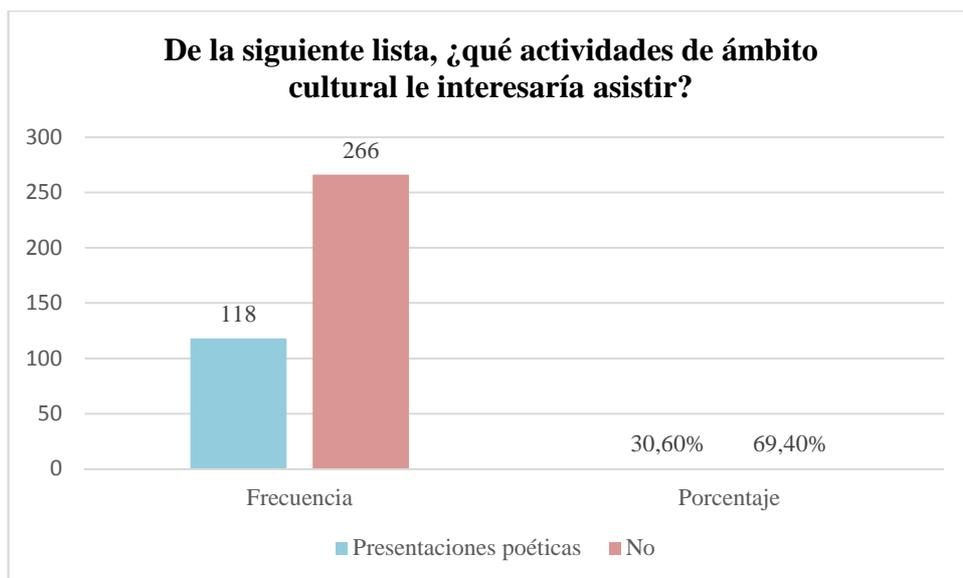


Figura 54. Actividades culturales: lectura en vivo de obras literarias

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas, indica que un 71,9% estaría interesado en asistir en presentaciones de artistas en vivo, el 47,3% estaría dispuesto a asistir a obras teatrales, el 30,6% a presentaciones poéticas y el 24,9% a lecturas en vivo de obras literarias. Lo cual aporta a la elección de actividades culturales que realizarán en horarios nocturnos.

Pregunta 12. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por alimentos mientras disfruta de la lectura de su preferencia?

Tabla 21
Valores a pagar

¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por alimentos mientras disfruta de la lectura de su preferencia?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$15 - \$20	334	86,80%
\$21 - \$25	34	8,80%
\$26 - \$30	4	1,00%
De \$31 en adelante	13	3,40%

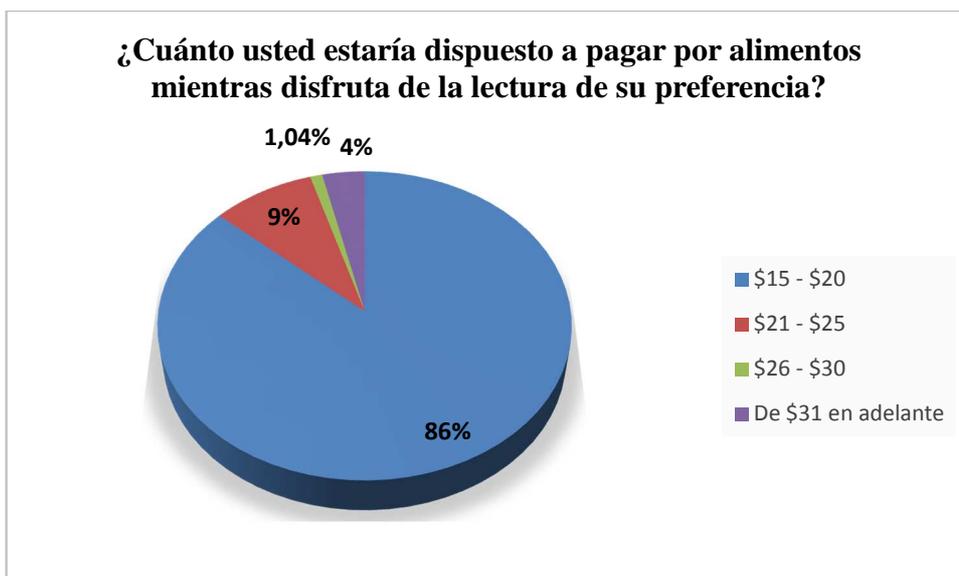


Figura 55. Valores a pagar

Según los datos registrados en la encuesta la gran mayoría de los encuestados estaría dispuesta a consumir entre \$10 y \$15 ya que son valores accesibles para el deleite de los consumidores del mismo modo esta información se tomara en cuenta al momento de establecer el precio de venta al público de los productos y servicios ofrecidos.

Para tener una idea más clara sobre el funcionamiento de un establecimiento de alimentos y bebidas que además prestará el servicio de alquiler de libros, se realizaron también entrevistas a personas claves en éstas áreas. Entre las personas entrevistadas están: Napoleón Ordoñez, administrador de restaurante Tinta Café del sector de cafetería, la srta. Verónica Coello, administradora de restaurante Tinta Café del sector de libros; el ing. Marcos Fioravanti, ingeniero ambiental y director de la feria orgánica Bonaterra, Luisa Constantine, coordinadora de la misma feria; Emilio (apellido por confirmar), propietario de pastelería vegana y gluten free.

Entrevista al administrador de Tinta Café, Napoleón Ordoñez

Tinta Café es un restaurante el cual tiene siete años de funcionamiento; su menú combina la cafetería de comida criolla nacional con la venta de libros de diferentes géneros. Dentro de la categorización de cafeterías se encuentra en la categoría de primera. La nueva administración la cual lleva un año, ha implementado ciertos cambios entre ellos el menú, ya que anteriormente se presentaban algunos platos con nombres de autor, para lo cual el administrador

informó que no necesitó ningún tipo de permiso, en cuanto a su personal, la principal competencia que debe poseer es la experiencia a la atención al cliente y la distribución de turnos se lo hace en partes, actualmente en el restaurante se encuentran trabajando 30 personas, entre las cuales 4 se encuentran en el área de librería, el restaurante no maneja un manual de operaciones debido a la nueva administración, y utiliza como proveedores productos nacionales, como servicios adicionales el restaurante ofrece servicio de coctel; el área de librería la cual tiene otra administración, se permite leer los libros en el área de lectura pero si el cliente está dispuesto a comprarlo, también en el área de lectura se encuentran personas capacitadas en ámbitos literarios, para poder ayudar al cliente al momento de elegir un libro si este lo requiere, con respecto a los permisos para la distribución de libros no necesitaron ninguno, a excepción de los obligatorios para el funcionamiento del restaurante.

La forma de llevar el marketing del restaurante, se enfoca en la cafetería lo cual se hace a través de redes sociales, donde se promociona las diferentes actividades que ofrece el restaurante como: charlas didácticas, cursos de pintura, eventos relacionados a los libros. En el manejo de la contabilidad se lleva a cabo por una misma empresa, al momento de facturación, la comida y la venta de libros se lo realiza juntos, pero su inventario se hace por separado.

Entrevista a Verónica Coello, administradora del área de librería de Tinta Café

La señora Verónica Coello es administradora del área de la librería y organiza los eventos culturales que se realizan en el restaurante dos veces por semana; mencionó que no se necesitó ningún tipo de permiso además de los de un restaurante para poder implementar la librería. Con respecto a los proveedores tres de ellos son nacionales que se encuentran en Quito que son: Océano, Planeta y El Libro. El proceso de distribución se maneja por cortes mensuales y se hacen los cobros a través de facturas, con cada librería se establece un contrato comercial previo, en el cual está establecido que el manejo de derechos de autor son manejados por las editoriales, tinta café no tiene proveedores internacionales pero en el 2010 y 2011 hicieron una importación grande desde Argentina; el stock literario se actualiza mensualmente y se basa en las tendencias actuales de literatura y las preferencias y

gustos de los lectores ecuatorianos, el margen bruto que ellos manejan es del 40%, siendo el área de restaurante el que vende el libro y ellos establecen el precio de venta al público.

El género literario más vendido en el restaurante es el infantil, y los libros que se utilizan para los clubs de lectura, el target que mayormente visita la librería son personas mayores, ejecutivos por reuniones de negocios y lectores. Las editoriales se encargan de capacitar a los trabajadores del área, quienes de preferencia deben cursar una carrera en literatura y letras o que posean un gusto personal por la lectura. De acuerdo al criterio de la persona entrevistada, la lectura digital no representa una competencia a la lectura física, ya que la población guayaquileña no tiene como hábito la lectura, así mismo opina que esta temática de un café libro si es atractivo porque las personas que los visitan se les da una categoría más intelectual y sofisticada, por el simple hecho de tener como actividad de ocio la lectura.

Entrevista a Luisa Constantine y Marco Fioravanti, coordinadora y organizador de la Feria Bonaterra

La feria de comercialización de productos orgánicos Bonaterra, inició en noviembre del 2011, y comenzó como un proyecto de la escuela Balandra con fundación Interris y el colectivo de productores agroecológicos, todos ellos decidieron crear este espacio de comercio justo y directo. Básicamente hoy en día con este sistema que poseen, permite que el agricultor no quede tan aplastado por los intermediarios y cadenas grandes de supermercados, ellos (agricultores) pueden poner un valor más justo para ellos y el consumidor, al ser una venta directa. La feria cuenta con alrededor de 12 proveedores de productos orgánicos (agricultores), entre ellos existen personas de Loja, de Guayaquil, Cotopaxi, Tungurahua, Latacunga.

Esta feria es realizada en la escuela Balandra en Ceibos, institución que les cede el espacio y participa en las actividades que realiza la feria; y en Parque Histórico en vía Samborondón, el cual es alquilado. Entre los principales productos orgánicos que se presentan en la feria están: las frutas, legumbres, plantas, abonos, pero también alimentos procesados que tienen tendencia orgánica (son trabajados con insumos orgánicos). Los productos con mayor demanda son las Frutas y legumbres. Entre los proveedores que se eligen para que puedan estar en la feria están: uno para procesados, microemprendimiento y gastronómicos y otro es para

productores. El procedimiento para elegir productores es sencillo según lo explica Luisa, el productor aplica, se les envía un formulario con preguntas que ayudan a saber si están alineados a la filosofía de la fundación, si realmente son orgánicos o no, y luego se coordina una visita de verificación a la finca del postulante con el sistema de participación garantía, luego una vez verificada que la finca sea orgánica se socializa con los productores y se determina si entran o no.

Actualmente en Ecuador tener un certificado orgánico internacional es muy complicado para un pequeño productor ya que económicamente es casi inaccesible por el valor alto que se debe pagar para dichas certificaciones, por ello se crea un equipo de verificación llamado también sistema de participación garantía, formado principalmente por ingenieros ambientales y feriantes de productos orgánicos que verifican el suelo y sus cultivos periódicamente; éste es un sistema que usan de manera general los pequeños agricultores en Ecuador. Los productos orgánicos presentan un precio distinto de venta y producción en comparación con los productos cultivados de forma tradicional. Marco Fioravanti, director de la feria Bonaterra explica que la técnica utilizada por los productores de la feria es la agroecología, el cual es un tipo de agricultura orgánica con un enfoque que trata de imitar los procesos de la naturaleza, éste es un sistema de cultivo diferente al de los monocultivos ya que entran en juego muchos factores a interactuar de manera que no se desperdicia nada, se siembran algunas especies y se asemeja a un bosque, ésta técnica es muchas veces al principio es difícil de sostener por sus costos, pero a medida que se desarrolla el producto se empieza a ver sus beneficios.

De acuerdo a Marco, no existe un aval internacional como tal porque como Luisa lo mencionaba antes los pequeños productores no alcanzarían a cubrir esos valores, pero tienen el sistema de verificación participativa que lo utilizan por cuestiones económicas y filosóficas porque cree que hay mucho más valor en la certificación que se puede producir como resultado de una relación directa entre el agricultor y el consumidor, que el que se podría generar en un sello; que como lo dijo anteriormente Luisa, después de todo el proceso que se hace, se logra saber si el producto es orgánico o no. Fioravanti explica que para dichas certificaciones se realiza de una a tres visitas al año a los productores que se han sido seleccionados para la feria, en las cuales se evalúa el método de manejo de la finca, cómo se controla las plagas, control de las malezas, fertilización de plantas, pero además

también se evalúa la proyección de su producto (cuánto producirá en el año de cada producto), también para cerciorarse que ellos traigan productos de su finca. El formulario que se llena al principio para la visita de la finca, involucra un análisis geográfico y físico de la infraestructura verde y de la finca y de los lotes de producción. Posteriormente en la feria, se hacen guías de remisión que permiten llevar un inventario de los productos que se van cosechando y se van vendiendo, de esa manera se puede saber qué producto viene de la finca involucrada, esto a su vez permite certificar dos cosas: el comercio directo y el producto como tal.

Luisa especifica que existen varios motivos por los cuales la gente busca y consume los productos orgánicos, indica que algunos lo hacen por temas ambientales y otras por salud ya que estos productos no contienen aditivos ni pesticidas. Actualmente existe un boom por el consumo de productos orgánicos, porque la gente está más consciente del daño que los productos cultivados tradicionalmente ocasionan. Lo que hace diferente a la feria Bonaterra de la venta tradicional de productos en supermercados, es que el cliente tiene la oportunidad de intercambiar información con el productor, saber de dónde viene el producto, y bajo que procesos fue realizado.

Entrevista a Emilio Carrión, propietario Sweet Market repostería vegana artesanal

La idea de vender dulces con una temática innovadora y que cause impacto en el mercado es algo que pocos consiguen plasmarlo a largo plazo, es el caso de Sweet Market una pastelería que ofrece dulces veganos a domicilio, que son artesanales e incluso algunos son libres de gluten y azúcar, no tienen químicos ni preservantes. Emilio (apellido) comenta que para poder endulzar las tortas y demás productos, él utiliza estevia o azúcar de coco y en otros casos utiliza dátiles. No todos los productos que utilizan son orgánicos porque en Guayaquil en cuanto a repostería no existe la posibilidad de que sea todo orgánico, pero dentro de lo que encuentra y puede utilizar es el chocolate, algunas harinas, azúcar de coco orgánica y frutas orgánicas.

La mayoría de los productos orgánicos que utiliza para la elaboración de sus dulces provienen de la feria orgánica Bonaterra, y de proveedores externos como mercados y supermercados. Para proceder a la entrega de sus productos, él solicita sus clientes que lo retiren en su domicilio, y sólo en el caso de que el cliente presente

algún problema para ir o se encuentran demasiado lejos, Emilio procede a ir a dejar el pedido. El rango de precios que maneja con los clientes con respecto a los dulces es desde \$22 hasta \$40, y para los proveedores se maneja los mismos precios pero con un descuento adicional que se les hace según la cantidad de productos solicitados.

Indica también la diferencia entre los dulces que vende que son los veganos y “gluten free”, los primeros están producidos con insumos que son 100% libre de origen animal, y los segundos explica que la harina utilizada no contiene gluten y que la demanda de éstos productos se ha visto en aumento debido a que las personas actualmente debido a sus hábitos alimenticios desarrollan alergias y proceden a cambiar su estilo de vida incluyendo su alimentación. Este negocio tiene un año en el mercado guayaquileño y el producto que más se vende es la torta de chocolate y la de zanahoria. Como se indicó anteriormente la demanda de los productos libres de gluten ha incrementado por cambios de hábitos alimenticios, pero también él explica que hay mucha gente “novelera” que lo hace por seguir modas y que muchas veces no tienen los conocimientos del por qué consumir o no estos productos.

Conclusión de las entrevistas

A manera de conclusión, dentro de la ciudad de Guayaquil existen diferentes establecimientos de alimentos y bebidas en los cuales lentamente se han ido implementado ciertos detalles para hacerlos innovadores, Tinta Café es una muestra de ello, no es un competidor directo puesto que no se encuentra dentro de la ciudad sino en la vía Samborondón, pero a la vez es un referente que demuestra que si existen grupos que gustan de la lectura dentro de la sociedad ecuatoriana. Existen diferentes proveedores tanto nacionales como internacionales que ayudarían a facilitar ciertos insumos a la propuesta. Al trabajar con proveedores directos, como los son las personas contactadas en la feria Bonaterra, se apoya al agricultor nacional y promoviendo la filosofía que ésta maneja, la cual se basa en que el cliente reciba un producto fresco y que no existan intermediarios que puedan afectar el valor comercial del mismo y su calidad.

Pese a que no se rigen bajo instituciones internacionales de certificación de productos orgánicos debido a los altos costos que implican las mismas, cuentan con un sistema bastante parecido y mucho más económico y cómodo tanto para los proveedores como para las personas que consumen productos orientados al

vegetarianismo y alimentos libres de gluten van en auge, esto permite no sólo que las personas tengan mayor conciencia sobre lo que comen, sino que también posibilita a los establecimientos de restauración a implementar productos innovadores. Dentro de la propuesta se ofrecen precisamente productos que contengan insumos orgánicos y opciones para personas vegetarianas o personas que llevan una dieta estricta de productos libres de gluten, y al tener un proveedor directo los costos se mantendrían y sus precios de venta al público serían accesibles.

CAPÍTULO 4: PROPUESTA DE EMPRENDIMIENTO

Estudio organizacional

Razón social: Cafelit La Tregua S.A

Nombre comercial: Café bar literario “La Tregua”

Nombre del proyecto: La Tregua

Logo:



Slogan: Un café para despertar, un libro para soñar

Misión

Contribuir a la cultura general de los ciudadanos y visitantes de la ciudad de Guayaquil, y consumo de productos sanos, propiciando un momento especial y agradable mediante la oferta de café y productos de pastelería orgánica conjuntamente y promoviendo hábitos de lectura como actividad de ocio y recreación.

Visión

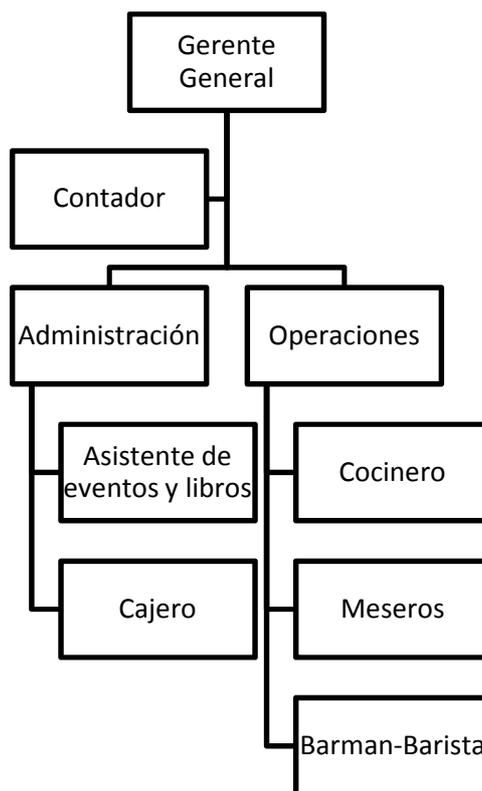
Posicionarnos en el mercado como una cafetería en constante búsqueda de la excelencia, a través de la capacitación y motivación de todos colaboradores, calidad y variedad de los productos y servicios.

Valores

Los principales valores en los que se basara la empresa son:

- Calidad al servicio al cliente
- Respeto entre todos los colaboradores del establecimiento
- Perfección en el desarrollo y adquisición de los productos elaborados y materia prima.

Organigrama



Estructura Organizacional: Nómina, Funciones y Horarios

Perfil de puestos

Para el desarrollo de las actividades de la empresa, se prevé que cada empleado conozca de manera detallada las funciones que debe desarrollar, para lo cual se buscarán entre ellos previo a su contratación, las competencias que se detallan a continuación:

Gerente general

Competencias y requisitos requeridos

- Edad: 25 años en adelante.
- Idiomas: español e inglés (avanzado).
- Título de tercer nivel en carreras administrativas o afines.
- Estudios complementarios: informática, ventas y contabilidad.
- Conocimientos en manejo de personal, liderazgo.
- Experiencias: 2 años mínimo en el cargo o afines.
- Capacidad de trabajar bajo presión.

Funciones

- Organizar, dirigir y controlar al recurso humano y materiales que se encuentren bajo su responsabilidad.
- Programar horarios y cambios de turnos del recurso humano.
- Organización de la publicidad para la empresa
- Reclutar y evaluar al recurso humano solicitante.
- Recibir los productos provenientes de los distribuidores.
- Atender quejas y sugerencias de los clientes.

Cocinero

Competencias y requisitos requeridos

- Edad: 24 años en adelante.
- Idiomas: español.
- Título de tercer nivel en manejo de alimentos y bebidas, gastronomía, normas de calidad o afines.
- Experiencia: 1 año mínimo en el cargo.
- Conocimientos en manejo de inventarios e informática.

Funciones

- Realizar inventarios de materia prima y sus requisiciones.
- Realizar lista de pedidos de utensilios, materia prima según las necesidades de la cafetería.
- Colaborar con la renovación de cartas y menús.
- Elaborar platos de acuerdo a su receta y su mise and place requerido.

Barman/ Barista

Competencias y requisitos requeridos

- Edad: 20 años en adelante.
- Sexo: masculino.
- Idiomas: español inglés (básico).
- Estudios mínimos requeridos: bachillerato.
- Cursos de elaboración de bebidas alcohólicas, bebidas a base de café.
- Manejo de bar.
- Experiencia: 1 año mínimo en el cargo.
- Capacidad de trabajar en equipo.

Funciones

- Elaboración de las bebidas de acuerdo a la receta y demás pedidos del cliente.
- Mantener su estación de trabajo limpia y ordenada.
- Verificar la existencia de suficiente materia prima en la estación de trabajo.
- Manejar una excelente presencia y servicio al cliente.

Mesero

Competencias y requisitos requeridos

- Edad: 18 años en adelante.
- Sexo: femenino.
- Idiomas: español. Inglés (básico).
- Estudios mínimos requeridos: bachillerato.
- Experiencia: mínimo 1 año en el cargo.

Funciones

- Proporcionar el menú y tomar la orden a los comensales.
- Informar a cocina, bar, cafetería el pedido según el requerimiento del cliente.
- Elaborar el mize and place antes de servir el pedido.
- Atender a cualquier requerimiento por parte de los comensales.
- Mantener un ambiente de respeto y buena presencia con el cliente.

Asistente de librería y eventos

Competencias y requisitos requeridos

- Edad: 20 años en adelante.
- Idiomas: español, inglés (básico).
- Estudios mínimos requeridos: bachillerato.
- Ser un lector crítico y analítico.
- Conocimiento sobre la elaboración de registros.

Funciones

- Ayudar en la búsqueda de algún tipo de género o libro al cliente.
- Informar sobre precio e información básica de los libros al cliente.

- Llevar un registro de libros vendidos.
- Colaborar con la organización de eventos por parte del área de Liberia.

Cajero

Competencias y requisitos requeridos

- Edad: 18 años en adelante
- Sexo: femenino
- Idiomas: español, inglés (básico)
- Estudios mínimos requeridos: bachillerato
- Experiencia mínima: 1 año
- Excelente presencia

Funciones

- Realizar los diferentes cobros a los clientes
- Tener conocimiento acerca de todos los productos a ofrecer
- Realizar funciones de cierre y apertura de caja
- Brindar un buen servicio al cliente

Tabla 22
Horario del personal

PERSONAL	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
PERSONAL ADMINISTRATIVO					
GERENTE GENERAL	09:00 -20:00	09:00 -20:00	09:00 -20:00	10:00 -00:00	10:00 -00:00
CAJERO	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	10: 00- 00:00	10: 00- 00:00
ASISTENTE DE LIBRERÍA Y EVENTOS	09:00- 17:00	09:00-17:00	09:00-17:00	10:00 - 18:00	10:00 - 18:00
PERSONAL OPERATIVO					
COCINERO	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	10: 00- 00:00	10: 00- 00:00
BARMAN/ BARISTA	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	10: 00- 00:00	10: 00- 00:00
MESERO	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	09:00 - 20:00	10: 00- 00:00	10: 00- 00:00

Análisis FODA

Fortalezas

- Ventajosa ubicación geográfica en uno de los sectores populares y concurridos de la ciudad.
- El personal será debidamente capacitado en la atención al servicio al cliente.
- La temática del café literario es única y no existe en la ciudad de Guayaquil.
- El menú de la propuesta es muy diverso y diferenciado de las cafeterías existentes.
- Diversidad de géneros y autores literarios disponibles para la venta.
- Local cuenta con suficientes áreas de parqueo.

Oportunidades

- Temática innovadora en el mercado de cafeterías en la ciudad de Guayaquil.
- Incremento del turismo en la ciudad de Guayaquil
- Las nuevas tendencias del consumo de alimentos orgánicos
- Variedad de grupos folklóricos culturales.

Debilidades

- El poco interés de los Guayaquileños, hacia la lectura como actividad de ocio.
- El precio elevado de algunas materias primas que sirven para la elaboración de productos.

Amenazas

- Establecimientos que ofrecen el servicio de cafetería en el sector de Urdesa.
- El aumento del índice de precios al consumidor (IPC).
- El difícil acceso para las personas que viven en sitios alejados del norte de la ciudad.

Mercado Objetivo

El café bar literario La Tregua estará dirigido a los habitantes de Guayaquil, así como turistas extranjeros y nacionales que se encuentren dentro de la ciudad que disfruten de la lectura como medio recreativo y del consumo de productos orgánicos. Se tomó en cuenta a estos mercados gracias a las encuestas realizadas donde se obtuvo una respuesta positiva a la propuesta presentada.

Estudio Técnico Operacional

Macro Localización y Micro Localización

El café bar literario tendrá como macro localización la ciudad de Guayaquil, del mismo modo su micro localización se centra en el sector Urdesa el cual es uno de los más concurridos de la ciudad, específicamente se ubicará dentro de la Plaza Comercial Aventura Plaza ubicada en la Av. Las Monjas y Carlos Julio Arosemena.

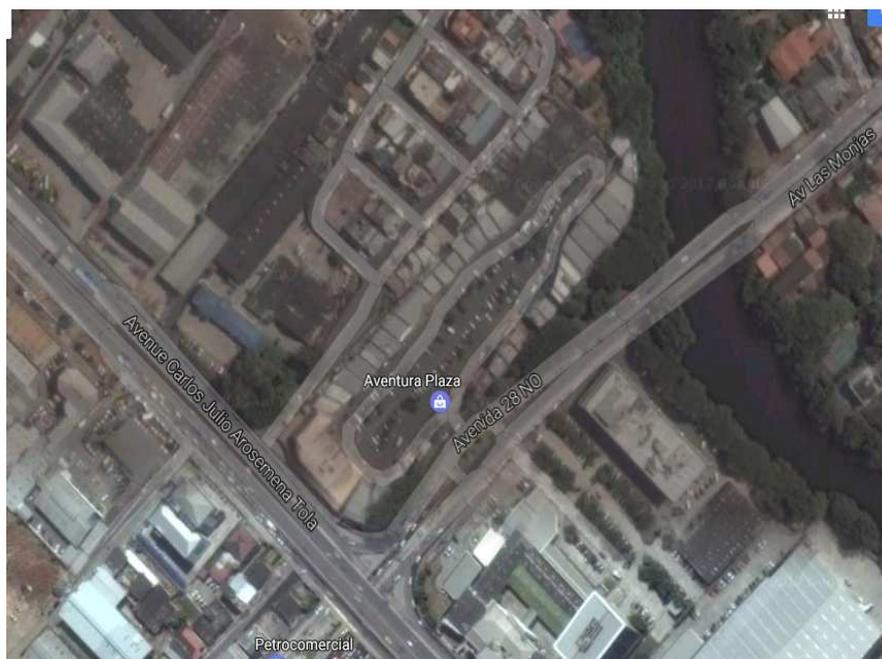


Figura 56. Ubicación del café bar literario. Tomado de Google Maps, 2017. Recuperado de <https://www.google.es/maps/place/Aventura+Plaza/@-2.1729296,79.9163697,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d6df47bca179b:0xd52ab3226467c837!8m2!3d-2.1729296!4d-79.914181>

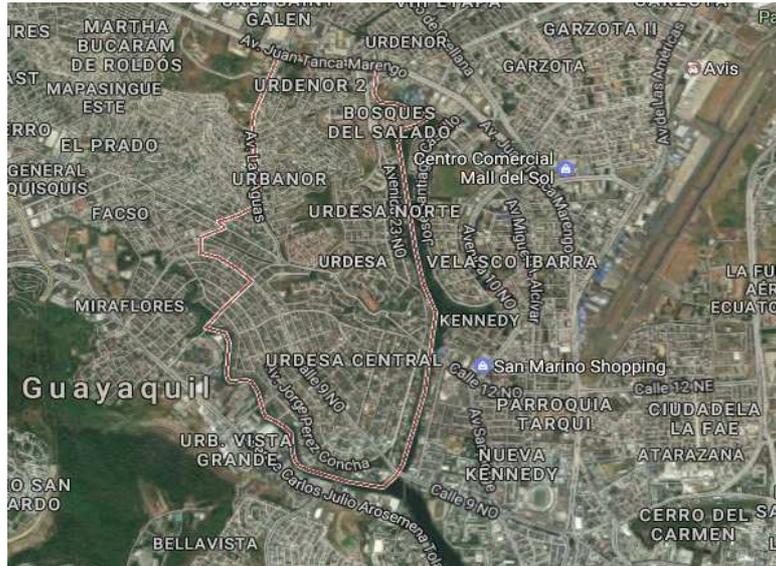


Figura 57. Mapa terrestre sector Urdesa. Tomado de Google Maps, 2017. Recuperado de <https://www.google.es/maps/place/Urdesa,+Guayaquil,+Ecuador/@-2.1625284,79.9264914,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d6d8fcd79ae01:0x9d9ca97dc94f9419!8m2!3d-2.1620216!4d-79.9066318>

Distribución física del espacio

El café bar literario tendrá como espacio de operación un área de 125 m² de una sola planta, así como también un patio trasero de 15 m² y posee una capacidad para 39 personas, el cual se encuentra distribuido de esta manera: cocina, dos baños para hombre y mujeres respectivamente, oficina de administración. Además contará con ocho mesas de cuatro sillas, cuatro sillones distribuidos a lo largo del salón; en el área del patio estarán ubicadas 3 butacas y una mesa de centro.

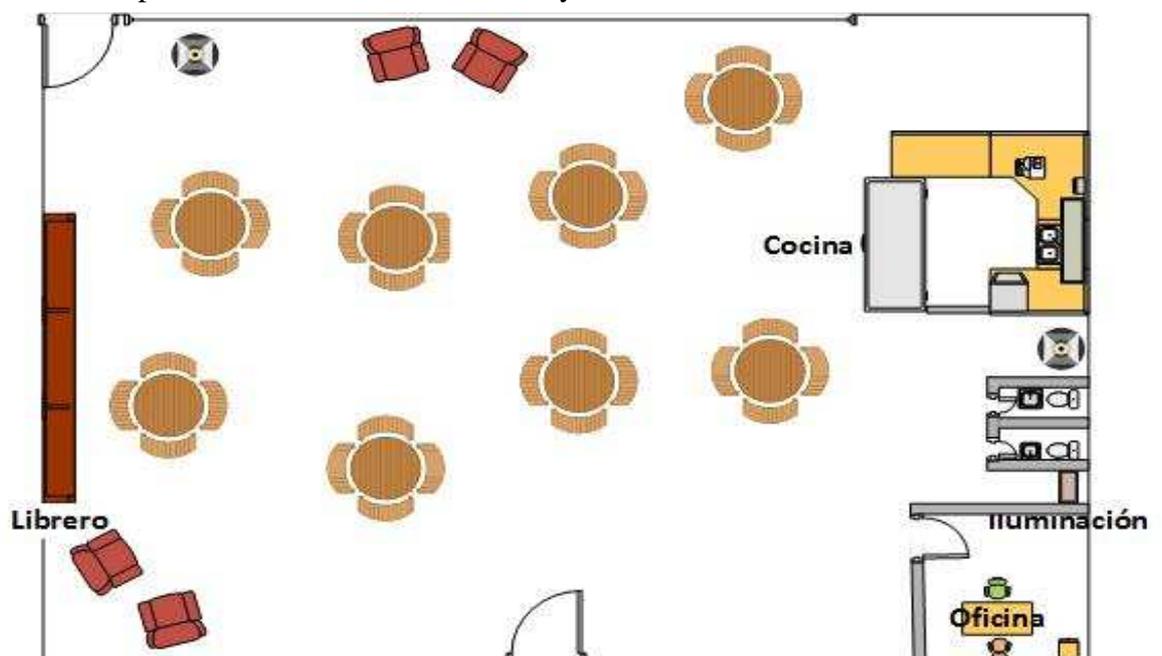


Figura 58. Área operacional del café bar literario

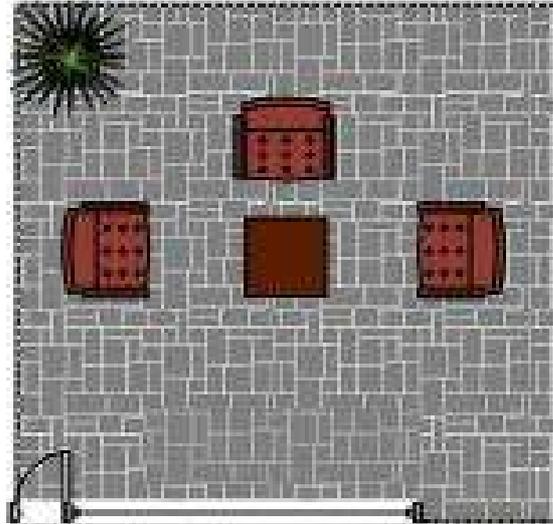


Figura 59. Patio trasero

Horario de funcionamiento

El café bar literario funcionara 5 días a la semana y se divide en 2 horario de atención al cliente.

Martes a Jueves: 09:00- 20:00.

Viernes y Sábado: 10:00- 00:00.

Menú Café Literario “La Tregua”

Snacks

La Odisea

Sánduche la plancha de pollo grill con cebollas caramelizadas, mayonesa, champiñones y lechuga, acompañados de láminas crocantes de papas y tomates cherry.

La Barcarola

Sánduche a la plancha con jamón de espalda y queso mozzarella, acompañados de láminas crocantes de papas.

Bandera Roja (sánduche caprese)

Pan a las finas hierbas, queso parmesano, y tomate, acompañados de láminas crocantes de papas.

El Túnel

Pan baguette con lomo fino, queso cheddar y refrito de la casa, acompañados de láminas crocantes de papas.

Memoria de mis papas tristes

Filete de pescado en vinagreta y papas fritas con guacamole.

Cumbres Borrascosas

Fresca ensalada de lechuga romana, tomates cherry, trocitos de pollo a la plancha, trocitos de queso mozzarella, aderezada con yogurt natural.

Lolita

Esta ensalada de manzana, queso mozzarella, tocino, preparada sobre una sábana de lechugas variadas, rúcula, y hojas de espinacas tiernas; aderezada con miel y mostaza.

Del amor y otros demonios

Tabla de quesos: mozzarella, cheddar, holandés; jamón serrano y pepperoni.

Bebidas Soft

- Agua de Jamaica.
- Limonada de frambuesa.
- Agua de sandía y fresa.
- Gaseosas.
- Agua con gas y sin gas.

Cafés

- Café Americano.
- Café Espresso.
- Capuccino caliente.
- Café Irlandés.
- Mocaccino caliente.
- Frappé mocca.
- Frappé capuccino.

Bebidas Alcohólicas

Cervezas artesanales

- Rubia Turtle pale ale.
- Red Llama ale.

Cocteles

Ernest Daiquiri

Coctel con base de ron, cáscara de naranja y limón.

La Bodeguita

Mojito con base de ron, limón, cola, hierba buena.

Gardel

Copa de vino de la casa.

Octavio Frozen

Margarita Frozen clásico.

El Lazarillo

Mimosa con base de champagne y jugo de naranja.

Sangre Azul

Coctel con base de gin, triple sec y blue curacao.

Infierno Negro

Coctel con base de vodka, licor de café, cola y hielo.

Bestiario Caipiriña

Coctel con base de aguardiente, limón, azúcar y hielo.

Dulces

- Torta vegana de naranjilla con jengibre.
- Torta vegana de chocolate con cerezas.
- Torta gluten free de banano.
- Torta gluten free de coco.
- Torta gluten free de chocolate.

Eventos culturales a ofrecer

En los horarios nocturnos se ofrecerán eventos con temática cultural tales como:

- Artistas en vivo.
- Presentaciones poéticas.
- Obras teatrales.

Plan de Marketing

Segmentación de mercado

Para identificar los objetivos específicos del plan de marketing es necesario segmentar el mercado meta. Según Kotler (2003) hay varios tipos de segmentación de mercado como: (a) geográfica, (b) demográfica, (c) psicográfica, y (d) cultural. Se

utilizará los 3 primeros tipos de segmentación, los mismos que estarán planteados de la siguiente forma:

Tabla 23
Segmentación de mercado

Geográfica	Sector	Guayaquil – Urdesa
Demográfica	Edad	De 18 años en adelante
	Sexo	Femenino y Masculino
Psicográfica	Perfil	Personas que consuman productos orgánicos y les agrada la lectura
	Nivel socioeconómico	Medio alto – alto

Estrategias de Posicionamiento

Como estrategias de posicionamiento se resaltarán la nueva temática literaria en la cual se podrán encontrar una variedad de géneros, y se dará la oportunidad de poder revisarlo y tener una previa apreciación del contenido antes de proceder a la compra. Además también se utilizará como estrategia el menú, el cual está conformado por productos orgánicos, bebidas alcohólicas, aguas saborizadas y cafés habituales, así mismo la implementación de un servicio personalizado a la hora de la entrega del pedido será una estrategia la cual será explotada y transmitida por diferentes redes sociales.

Estrategia de Marketing

Mediante al uso de la herramienta de marketing mix, producto, plaza, precio y promoción se establecerán cuáles serán las estrategias que se presentarán al mercado con el objetivo de captar la atención e interés del mercado objetivo.

Producto

La Tregua Café Bar Literario es un establecimiento con una capacidad de 39 personas, que ofrecerá dentro de su menú productos elaborados en su gran mayoría con insumos orgánicos, como también ofrecerá productos habituales de una cafetería en un ambiente sencillo y relajante, además contara con 8 mesas de 4 sillas y 4 butacas, en el área del patio se encontraran 3 butacas y una mesa céntrica donde se

poda realizar la actividad de lectura, para lo cual dentro del local se encontrara un librero en donde se exhibirán diferentes tipos de libros. El giro del negocio se torna básicamente en la cafetería, y la sección de los libros es un complemento dentro de la propuesta, ya que además de ofrecer todos lo antes mencionado, la comida ayudaría a captar la atención de los clientes hacia los libros y de esta forma impulsar lentamente la cultura lectora hacia los mismos.

La cafetería funcionará bajo estrictos estándares de manipulación de alimentos, siguiendo la guía de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, la cual establece estándares para la evaluación de cafeterías y restaurantes.

Precio

Los precios se establecieron de acuerdo al estudio de mercado previamente realizado y al sector socioeconómico dirigido. Además de esto, se tomó en cuenta los precios establecidos por parte de la competencia, de forma que exista una competencia justa entre los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas dentro de la ciudad, en las tablas 24 y 25 se verán detallados los precios de los productos a ofrecer.

*Tabla 24
Precios del Menú*

Precios estándar del Menú	
Snacks	
Sánduche "la Odisea"	\$ 5,00
Sánduche "la Barcarola"	\$ 4,00
Sánduche "Bandera Roja"	\$ 3,50
Sánduche "el Túnel"	\$ 5,00
Memoria de mis papas tristes	\$ 9,00
Ensalada "Cumbres Borrascosas"	\$ 8,00
Ensalada "Lolita"	\$ 9,00
Piqueo "del amor y otros demonios"	\$ 17,00
Bebidas Soft	
Agua de Jamaica	\$ 1,50
Limonada de frambuesa	\$ 2,50
Agua de sandía y fresa	\$ 2,00
Gaseosas	\$ 1,50
Agua con gas	\$ 1,50
Agua sin gas	\$ 1,20

Tabla 25

Precios del Menú

Precios Estandár del Menú	
Cafés	
Café americano	\$ 2,50
Café expreso	\$ 2,00
Capuccino caliente	\$ 3,50
Café irlandés	\$ 6,00
Mocaccino caliente	\$ 3,25
Frappé mocca	\$ 4,00
Frappé capuccino	\$ 4,00
Bebidas Alcohólicas	
Cerveza artesanal rubia turtle pale ale	\$ 3,50
Cerveza artesanal red llama ale	\$ 3,50
Ernest daiquiri	\$ 5,00
La bodeguita	\$ 6,00
Copa Gardel	\$ 5,00
Octavio Frozen	\$ 8,00
DULCES	
Torta vegana de naranjilla con jengibre	\$ 3,00
Torta vegana de chocolate con cerezas	\$ 3,50
Torta gluten free de banano	\$ 4,00
Torta gluten free de coco	\$ 3,00
Torta gluten free de chocolate	\$ 3,50

Plaza y canales de distribución

El café bar estará ubicado estratégicamente en una de las zonas de la ciudad mayor frecuentadas como lo es Urdesa, dentro del centro comercial Aventura Plaza. El local que mide aproximadamente 125 m² y adicionalmente un patio trasero de 15 m², no contará con servicio a domicilio, pero si con la opción de pedir órdenes para llevar, de tal manera que la única forma de canal de distribución del servicio a ofrecer es la visita al café bar, con respecto a los libros el funcionamiento será el mismo el único medio de distribución será la visita al área de la librería del café

Promoción

Para la promoción del café se utilizara el método BTL, el cual se basa en utilizar como medio de publicidad los medios de comunicación masiva, Ferrer y Medina (2014) para esto se hará la contratación de personal externo que gestione las diferentes redes sociales que tendrá el café como, Facebook, Instagram, twitter, el uso de redes sociales es un método de marketing muy utilizado debido a que es un método eficiente y de bajo costo.

Adicionalmente se buscará llegar a acuerdos con escritores nacionales, los cuales promocionen el establecimiento a través de sus redes sociales personales, por lo cual se dará un espacio en el stock de libros de venta a la obra literaria de su elección.

Aspectos de la propuesta

La actividad turística y sus derivados pueden producir situaciones positivas y negativas, el objetivo de la propuesta buscar contribuir de una forma positiva y reducir los aspectos negativos que puedan generarse.

Tabla 26
Aspectos de la Propuesta

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Incentivar el hábito de lectura como actividad de ocio	Generación de residuos orgánicos y no orgánicos perjudiciales para el medio ambiente provocados por las actividades diarias de la cafetería
Promover la alimentación saludable a través de productos sanos.	Generación de contaminación química debido a la limpieza y desinfección diaria del establecimiento
Generación de nuevas plazas de empleo en la ciudad	
Estimula el turismo cultural en la ciudad	

CAPÍTULO 5: ESTUDIO FINANCIERO DE LA PROPUESTA

Una vez identificados los gustos y preferencias de los clientes a quienes se dirige la propuesta, y una vez definidos los requisitos necesarios para la operación de este tipo de este negocio, se procedió a determinar la inversión inicial en activos, en el siguiente orden:

1. Fondo de maniobra correspondiente a un valor de dos meses del total de los costos laborales; dicho fondo servirá para laborar los primeros meses hasta tener movimiento en ventas.
2. Activos corrientes correspondientes a los enseres menores: señaléticas, tachos de basura, lámparas, entre otros. También estarán los suministros de oficina que es lo que permite al área administrativa un mejor desenvolvimiento de sus funciones, y finalmente el inventario de lencería que engloba las servilletas o manteles utilizados en el café bar.
3. Activos fijos que representan el mobiliario de cafetería necesario para la comodidad de los clientes durante su estadía, así como los equipos de cocina que son los que permitirán la producción de los diferentes ítems a ofrecer al cliente; el menaje de cocina, que son todos los utensilios que utilizarán los clientes para poder degustar de los productos en venta; también formarán parte los equipos de computación, muebles y equipos de oficina, que son al igual que los suministros de oficina necesarios para un desarrollo normal administrativo.
4. Dentro de los otros activos, se encuentran los gastos preoperativos que son los valores a cancelar por tasas y permisos de constitución de la empresa, además de las adecuaciones pequeñas que se realizarán dentro del local.

La inversión inicial total requerida asciende a: \$31.687,80, como consta en la tabla 27. El detalle de la misma se puede observar en el Apéndice B.

Tabla 27
Inversión Inicial

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA	
INVERSION INICIAL	
INVERSION INICIAL	\$31.687,80
Fondo de maniobra	
2 Meses de operación	\$9.250,81
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 561,00
Enseres menores	\$ 247,00
Suministros de oficina	\$ 164,00
Inventario de lencería	\$ 150,00
ACTIVOS FIJOS	\$20.208,35
Mobiliario de cafetería	\$ 9.090,00
Equipos de cocina	\$ 8.153,35
Menaje de cocina	\$1.354,00
Equipos de computación	\$ 750,00
Muebles de oficina	\$ 316,00
Equipos de oficina	\$ 545,00
OTROS ACTIVOS	
Gastos Preoperativos	\$1.667,64

La tabla 28 muestra el balance inicial del café bar literario muestra de forma clasificada los activos corrientes, la propiedad, planta y equipo y de otros activos como los gastos preoperativos, así mismo consta de pasivos corrientes que contiene la cuenta del préstamo a realizar y del capital invertir para poner en marcha el negocio.

Tabla 28
Balance Inicial

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA			
BALANCE INICIAL			
ACTIVOS			PASIVOS
ACTIVO			PASIVO
CORRIENTE		\$ 9.811,81	CORRIENTE
Caja Bancos	\$ 9.250,81		Documentos por pagar
Suministros de oficina	\$ 164,00		\$ 22.181,46
Enseres menores	\$ 247,00		TOTAL PASIVOS
Inventario de lencería	\$ 150,00		\$22.181,46
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$20.208,35	PATRIMONIO
Mobiliario de cafetería	\$ 9.090,00		Capital propio
Equipos de cocina	\$ 8.153,35		\$ 9.506,34
Menaje de cocina	\$ 1.354,00		TOTAL PATRIMONIO
Equipos de computación	\$ 750,00		\$9.506,34
Muebles de oficina	\$ 316,00		
Equipos de oficina	\$ 545,00		
OTROS ACTIVOS			
Gastos Preoperativos	\$ 1.667,64	\$ 1.667,64	
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 31.687,80	TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO
			\$31.687,80

Para poder financiar el proyecto del café bar se utilizará un préstamo con BanEcuador correspondiente al 70% del valor de la inversión inicial y el 30% restante será cubierto por las propietarias del negocio. Ésta entidad cobra una tasa del 9,76%, y con amortización elaborada bajo la metodología francesa según la cual la cuota mensual es constante a lo largo del período proyectado de pago que es cinco años. En la tabla 29 y 30 se puede observar el resumen del período en años, tasa de interés mensual, etc., y en mayor detalle en el Apéndice C se puede apreciar la tabla de amortización correspondiente al préstamo a utilizar.

Tabla 29
Préstamo y amortización

Monto del Crédito	\$ 22.181,46	Dólares
Tasa Interés Anual	9,76%	Porcentaje
Tasa de Interés Mensual	0,81%	Porcentaje
Plazo	5	Años
Dividendo (períodos)	60	Meses
Cuota Mensual	\$468,68	Dólares

Tabla 30
Resumen de pagos de amortización

Período	Pago capital	Interés	Cuota anual
1	\$ 3.618,21	\$ 2.005,90	\$ 5.624,10
2	\$ 3.987,58	\$ 1.976,47	\$ 5.624,10
3	\$ 4.394,66	\$ 1.946,80	\$ 5.624,10
4	\$ 4.843,29	\$ 1.916,89	\$ 5.624,10
5	\$ 5.337,73	\$ 1.886,74	\$ 5.624,10

Todos los activos fijos pierden su valor con el paso de los años, es por eso que es necesario realizar un proceso contable denominado depreciación en el cual se toma en cuenta el valor de adquisición del bien y el tiempo de vida útil del activo, expresado en años. En el Apéndice D se puede apreciar a detalle la depreciación de acuerdo a la proyección estimada de los primeros cinco años, teniendo en cuenta que no todos los activos se deprecian en la misma cantidad de años, cada uno varía de acuerdo a su función.

Proyección de Ingresos

Para la proyección de las ventas o ingresos, se consideró que la capacidad instalada para 39 personas en ocho mesas y siete butacas. El horario de atención previsto resulta en diez horas diarias durante cinco días en la semana. Como expectativa razonable se estima que el tiempo de permanencia máxima de cada cliente es de 1.5 horas, tiempo durante el cual, su consumo mínimo sería de \$ 6,00. Para las proyecciones financieras en el escenario normal, se estimó una utilización del 60%. En la tabla de 31 y 32 de a continuación se puede apreciar con mayor detalle los ingresos proyectados para el primer año.

Tabla 31
Ingresos Proyección primer año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA				
ESTIMACIÓN DE INGRESOS				
PROYECCIÓN 5 AÑOS				
PROYECCION DE VENTAS	Año 1		P. Unitario	P. Total
	Mensual	Anual		
SNACKS				
Sanduche "la odisea"	100	1200	\$ 5,00	\$ 6.000,00
Sanduche "la barcarola"	100	1200	\$ 4,00	\$ 4.800,00
Sanduche "bandera roja"	90	1080	\$ 3,50	\$ 3.780,00
Sanduche "el túnel"	100	1200	\$ 5,00	\$ 6.000,00
Memoria de mis papas tristes	80	960	\$ 9,00	\$ 8.640,00
Ensalada "cumbres borrascosas"	70	840	\$ 8,00	\$ 6.720,00
Ensalada "lolita"	70	840	\$ 9,00	\$ 7.560,00
Piqueo "del amor y otros demonios"	90	1080	\$ 17,00	\$ 18.360,00
BEBIDAS SOFT				
Agua de Jamaica	100	1200	\$ 1,50	\$ 1.800,00
Limonada de frambuesa	100	1200	\$ 2,50	\$ 3.000,00
Agua de sandía y fresa	100	1200	\$ 2,00	\$ 2.400,00
Gaseosas	130	1560	\$ 1,50	\$ 2.340,00
Agua con gas	100	1200	\$ 1,50	\$ 1.800,00
Agua sin gas	140	1680	\$ 1,20	\$ 2.016,00
CAFÉS				
Café americano	150	1800	\$ 2,50	\$ 4.500,00
Café expreso	120	1440	\$ 2,00	\$ 2.880,00
Capuccino caliente	130	1560	\$ 3,50	\$ 5.460,00
Café irlandés	90	1080	\$ 6,00	\$ 6.480,00
Mocaccino caliente	100	1200	\$ 3,25	\$ 3.900,00
Frappé mocca	100	1200	\$ 4,00	\$ 4.800,00
Frappé capuccino	90	1080	\$ 4,00	\$ 4.320,00
BEBIDAS ALCOHÓLICAS				
Cerveza artesanal rubia turtle pale ale	100	1200	\$ 3,50	\$ 4.200,00
Cerveza artesanal red llama ale	100	1200	\$ 3,50	\$ 4.200,00
Ernest daiquiri	60	720	\$ 5,00	\$ 3.600,00
La bodeguita	70	840	\$ 6,00	\$ 5.040,00
Copa Gardel	70	840	\$ 5,00	\$ 4.200,00
Octavio Frozen	60	720	\$ 8,00	\$ 5.760,00
El lazarillo	60	720	\$ 5,00	\$ 3.600,00
Sangre azul	50	600	\$ 9,00	\$ 5.400,00
Infierno negro	50	600	\$ 6,00	\$ 3.600,00
Bestiario caipiriña	70	840	\$ 5,00	\$ 4.200,00

Tabla 32
Ingresos Proyección primer año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA				
ESTIMACIÓN DE INGRESOS				
PROYECCIÓN 5 AÑOS				
PROYECCION DE VENTAS	Año 1			
	Mensual	Anual	P. Unitario	P. Total
DULCES				
Torta vegana de naranjilla con jengibre	60	720	\$ 3,00	\$ 2.160,00
Torta vegana de chocolate con cerezas	120	1440	\$ 3,50	\$ 5.040,00
Torta gluten free de banano	60	720	\$ 4,00	\$ 2.880,00
Torta gluten free de coco	60	720	\$ 3,00	\$ 2.160,00
Torta gluten free de chocolate	100	1200	\$ 3,50	\$ 4.200,00
LIBROS		100	\$ 980,10	\$ 1.960,20
Totales				\$ 169.756,20

A partir del segundo año se planteó como estrategia de ventas un incremento en la cantidad de unidades vendidas en un 15%, esto debido que al ser un negocio nuevo y de temática diferente a las tradicionales cuesta un poco más posicionarse en la mente del consumidor por lo cual se opta por realizar estimaciones conservadoras. Para los años siguientes se mantiene un aumento de ventas del 10%, esto tomando en consideración posible aumento de inflación, dentro de la tabla 33 y 34 se lo puede apreciar.

Tabla 33
Ingresos Proyección segundo año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA				
ESTIMACIÓN DE INGRESOS				
PROYECCIÓN 5 AÑOS				
PROYECCION DE VENTAS	Año 2			
	Mensual	Anual	P. Unitario	P. Total
SNACKS				
Sanduche "la odisea"	115	1380	\$ 5,00	\$ 6.900,00
Sanduche "la barcarola"	115	1380	\$ 4,00	\$ 5.520,00
Sanduche "bandera roja"	104	1242	\$ 3,50	\$ 4.347,00
Sanduche "el túnel"	115	1380	\$ 5,00	\$ 6.900,00
Memoria de mis papas tristes	92	1104	\$ 9,00	\$ 9.936,00
Ensalada "cumbres borascosas"	81	966	\$ 8,00	\$ 7.728,00
Ensalada "lolita"	81	966	\$ 9,00	\$ 8.694,00

Piqueo "del amor y otros demonios"	104	1242	\$	17,00	\$	21.114,00
------------------------------------	-----	------	----	-------	----	-----------

Tabla 34

Ingresos Proyección segundo año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA						
ESTIMACIÓN DE INGRESOS						
PROYECCIÓN 5 AÑOS						
PROYECCION DE VENTAS	Año 2		P. Unitario	10%		
	Mensual	Anual		P. Unitario	P. Total	
BEBIDAS SOFT						
Agua de Jamaica	115	1380	\$	1,00	\$	1.380,00
Limonada de frambuesa	115	1380	\$	2,25	\$	3.105,00
Agua de sandía y fresa	115	1380	\$	1,75	\$	2.415,00
Gaseosas	150	1794	\$	1,25	\$	2.242,50
Agua con gas	115	1380	\$	1,00	\$	1.380,00
Agua sin gas	161	1932	\$	0,75	\$	1.449,00
CAFÉS						
Café americano	173	2070	\$	2,50	\$	5.175,00
Café expreso	138	1656	\$	2,00	\$	3.312,00
Capuccino caliente	150	1794	\$	3,50	\$	6.279,00
Café irlandés	104	1242	\$	6,00	\$	7.452,00
Mocaccino caliente	115	1380	\$	3,25	\$	4.485,00
Frappé mocca	115	1380	\$	4,00	\$	5.520,00
Frappé capuccino	104	1242	\$	4,00	\$	4.968,00
BEBIDAS ALCOHÓLICAS						
Cerveza artesanal rubia turtle pale ale	115	1380	\$	3,50	\$	4.830,00
Cerveza artesanal red llama ale	115	1380	\$	3,50	\$	4.830,00
Ernest daiquiri	69	828	\$	5,00	\$	4.140,00
La bodeguita	81	966	\$	6,00	\$	5.796,00
Copa Gardel	81	966	\$	5,00	\$	4.830,00
Octavio frozen	69	828	\$	8,00	\$	6.624,00
El lazarillo	69	828	\$	5,00	\$	4.140,00
Sangre azul	58	690	\$	9,00	\$	6.210,00
Infierno negro	58	690	\$	6,00	\$	4.140,00
Bestiario caipiriña	81	966	\$	5,00	\$	4.830,00
DULCES						
Torta vegana de naranjilla con jengibre	69	828	\$	3,00	\$	2.484,00
Torta vegana de chocolate con cerezas	138	1656	\$	3,50	\$	5.796,00
Torta gluten free de banano	69	828	\$	4,00	\$	3.312,00
Torta gluten free de coco	69	828	\$	3,00	\$	2.484,00
Torta gluten free de chocolate	115	1380	\$	3,50	\$	4.830,00
LIBROS		100	\$	980,10	\$	1.960,20
Totales					\$	199.780,20

Costos de Operación

Dentro de los costos de operación, se detallan los costos variables que corresponden a los insumos utilizados para realizar el producto, y esto puede ser apreciado en el Apéndice E. Estos costos variables de materiales utilizados se calculan en base a la receta estándar de algunos productos a ofrecer dentro del establecimiento. Existen costos fijos como los sueldos a cancelar a los colaboradores del café bar, dichos valores fueron calculados de acuerdo a la tabla sectorial de sueldos vigentes según el Ministerio de Relaciones Laborales en el presente año. La plantilla de recursos humanos constará de dos meseros, un barista/barman, gerente general, un cocinero polivalente y un asistente de eventos y venta de libros.

Dentro de los costos operacionales constan las depreciaciones del mobiliario de cafetería y equipos de cocina. Además de esto también existen gastos generales, los cuales constan del valor de los sueldos del personal, también se considerará el alquiler del local, cuyo valor a cancelar es mensual y cubre servicio de alcuota al encontrarse dentro de una plaza comercial, mientras que los servicios básicos serán cancelados de forma independiente a las alcuotas. El rubro de uniformes también será incluido, el mismo que corresponde al valor de las camisas que se dará al personal para que las utilicen dentro del establecimiento.

El distributivo de sueldos y beneficios sociales para el primer año de operación se muestra en la tabla 35.

Tabla 35
Rol de pago primer año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA													
PROYECCIÓN DE COSTOS DE NÓMINA													
PROYECCIÓN 5 AÑOS													
Año 1													
Cargo	Sueldo mensual	Tasa hora	Horas nocturnas	Horas suplementarias	Remuneración	Sueldo anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Vacaciones	Fondo de reserva	Costo total anual	Costo total mensual
Mesero 1	\$378,65	\$1,58	\$ 3,16	\$ 75,73	\$ 457,54	\$5.490,43	\$457,54	\$375,00	\$667,09	\$ 228,77	-	\$7.218,81	\$ 601,57
Mesero 2	\$378,65	\$1,58	\$ 3,16	\$ 75,73	\$ 457,54	\$5.490,43	\$457,54	\$375,00	\$667,09	\$ 228,77	-	\$7.218,81	\$ 601,57
Cajero	\$379,02	\$1,58	\$ 3,16	\$ 75,80	\$ 457,98	\$5.495,79	\$457,98	\$375,00	\$667,74	\$ 228,99	-	\$7.225,50	\$ 602,13
Cocinero	\$379,77	\$1,58	\$ 3,16	\$ 75,95	\$ 458,89	\$5.506,67	\$458,89	\$375,00	\$669,06	\$ 229,44	-	\$7.239,06	\$ 603,25
Barman/Barista	\$378,65	\$1,58	\$ 3,16	\$ 75,73	\$ 457,54	\$5.490,43	\$457,54	\$375,00	\$667,09	\$ 228,77	-	\$7.218,81	\$ 601,57
Asist. Eventos y libros	\$377,90	\$1,57	\$ 3,15	\$ 75,58	\$ 456,63	\$5.479,55	\$456,63	\$375,00	\$665,77	\$ 228,31	-	\$7.205,26	\$ 600,44
Gerente general	\$391,90	\$1,63	\$ 3,27	\$ 78,38	\$ 473,55	\$5.682,55	\$473,55	\$375,00	\$690,43	\$ 236,77	-	\$7.458,30	\$ 621,52
Total												\$50.784,56	\$4.232,05

A partir del segundo año, se estima un incremento en el rubro de sueldos y beneficios sociales correspondientes al porcentaje de inflación. Se muestra en el Apéndice F.

Las reparaciones y mantenimientos de los equipos de cocina se realizarán de forma preventiva según lo amerite el equipo, o en su efecto de forma anual según requerimiento de la máquina. Para estimar estos costos se tomará en cuenta un porcentaje del 3% aproximadamente del valor total de los equipos. La reposición del menaje de cocina al igual que el de la lencería se lo realizará de forma anual o según lo requiera el stock actual. El stock de suministros de oficina se lo repondrá de forma anual o según lo demande el proyecto. Para efectos de movilización dentro del negocio por cualquiera que fuere el motivo, se estimó un porcentaje pequeño con el cual se cubrirá dicho rubro. Al no poseer un contador dentro de la nómina de empleados, se contará con los servicios contables de una persona externa.

Además, dentro de estos se incluyen los valores de las depreciaciones correspondientes al menaje de cocina, equipos de computación, muebles y equipos de oficina, cuyo resumen se muestra en la tabla 36.

Tabla 36
Depreciación de activos fijos

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA					
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS					
RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mobiliario de cafetería	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00
Equipos de cocina	\$ 1.630,67	\$ 1.630,67	\$ 1.630,67	\$ 1.630,67	\$ 1.630,67
Menaje de cocina	\$ 340,66	\$ 340,66	\$ 330,66	\$ 241,06	\$ 100,96
Equipos de computación	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00		
Muebles de oficina	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20
Equipos de oficina	\$ 181,67	\$ 181,67	\$ 181,67		
Total depreciaciones	\$ 4.284,20	\$ 4.284,20	\$ 4.274,20	\$ 3.752,93	\$ 3.612,83
Depreciación acumulada	\$ 4.284,20	\$ 8.568,39	\$ 12.842,59	\$ 16.595,52	\$ 20.208,35

Dentro de los gastos preoperativos consta como se mencionó anteriormente los valores correspondientes para la formación de la empresa y sus permisos, valor que contablemente se lo registra durante el primer año, ya que para los años siguientes se registra el valor de la renovación de los permisos necesarios para

continuar con el funcionamiento del negocio. Para cubrir el rubro de “varios” se estimará un 2% sobre el valor de las ventas en caso de cualquier eventualidad.

Dentro de los gastos de ventas se encuentra el rubro de publicidad, el cual se lo cancelará a un free lance, que se encargará del manejo y contenido de redes sociales, todo esto a fin de que el marketing ayude a crecer al proyecto dándose a conocer no solo a nivel local sino también nacional. La mayoría del consumo dentro de la cafetería está pronosticada que sea en tarjeta (60%), mientras que una minoría en efectivo (40%), tomando en cuenta que para ello (consumo con tarjeta) se utilizará la máquina de Datafast el cual se lo obtiene pagando un valor inicial y luego un valor mensual por el servicio del sistema, correspondiente al rubro de servicios bancarios. Finalmente, dentro de los gastos financieros se encuentra el rubro intereses que corresponde a los valores a cancelar por el préstamo que se realizará. Todos estos valores pueden ser observados en la tabla 37 y 38 de a continuación.

Tabla 37
Gastos Generales

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA					
GASTOS GENERALES					
PROYECCIÓN 5 AÑOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración	\$ 86.268,15	\$ 86.339,15	\$ 90.885,81	\$ 91.713,74	\$ 92.974,98
Sueldos personal	\$ 50.784,56	\$ 51.323,95	\$ 55.161,55	\$ 55.749,96	\$ 56.344,96
Alquiler	\$ 21.600,00	\$ 21.841,92	\$ 22.086,55	\$ 22.333,92	\$ 22.584,06
Servicios Básicos	\$ 1.800,00	\$ 1.820,16	\$ 1.840,55	\$ 1.861,16	\$ 1.882,00
Uniformes	\$ 280,00	\$ 283,14	\$ 286,31	\$ 289,51	\$ 292,76
Mantenimiento	\$ 517,30	\$ 523,09	\$ 528,95	\$ 534,88	\$ 540,87
Suministros de Oficina	\$ 164,00	\$ 165,84	\$ 167,69	\$ 169,57	\$ 171,47
Reposición menaje	\$ 1.354,00	\$ 1.369,16	\$ 1.384,50	\$ 1.400,01	\$ 1.415,69
Reposición lencería	\$ 150,00	\$ 151,68	\$ 153,38	\$ 155,10	\$ 156,83
Movilización	\$ 120,00	\$ 121,34	\$ 122,70	\$ 124,08	\$ 125,47
Servicios contables	\$ 3.600,00	\$ 3.640,32	\$ 3.681,09	\$ 3.722,32	\$ 3.764,01
Depreciación menaje de cocina	\$ 340,66	\$ 340,66	\$ 330,66	\$ 241,06	\$ 100,96
Depreciación equipos de computación	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ -	\$ -
Depreciación muebles de oficina	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20
Depreciación equipos de oficina	\$ 181,67	\$ 181,67	\$ 181,67	\$ -	\$ -
Gastos preoperativos	\$ 1.667,64				

Tabla 38
Gastos Generales

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA					
GASTOS GENERALES					
PROYECCIÓN 5 AÑOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Renovación de permisos		\$ 432,26	\$ 437,10	\$ 442,00	\$ 446,95
Varios	\$ 3.395,12	\$ 3.830,75	\$ 4.209,91	\$ 4.626,98	\$ 5.085,76
Gastos de Ventas	\$ 8.337,69	\$ 9.855,41	\$ 10.554,23	\$ 11.319,80	\$ 12.158,75
Publicidad	\$ 3.000,00	\$ 3.033,60	\$ 3.067,58	\$ 3.101,93	\$ 3.136,67
Comisión de tarjeta de crédito	\$ 5.092,69	\$ 6.703,82	\$ 7.367,34	\$ 8.097,21	\$ 8.900,07
Servicios Bancarios	\$ 245,00	\$ 117,99	\$ 119,31	\$ 120,65	\$ 122,00
Gastos Financieros	\$ 2.005,90	\$ 1.636,53	\$ 1.229,45	\$ 780,81	\$ 286,38
Intereses	\$ 2.005,90	\$ 1.636,53	\$ 1.229,45	\$ 780,81	\$ 286,38
Total	\$ 96.611,74	\$ 97.831,08	\$ 102.669,49	\$ 103.814,35	\$ 105.420,11

Proyección de Resultados

En el estado de pérdidas y ganancias se presentan las ventas proyectadas dentro de los cinco primeros años, los costos de operación correspondientes a los mismos, teniendo en cuenta que de la substracción de ambos rubros se obtiene la utilidad bruta en ventas. A partir de la utilidad bruta se restan gastos de administración y ventas para poder obtener una utilidad contable en base a la cual se calcularán el impuesto a la renta correspondiente a cada año y también la participación de los trabajadores que es del 15% en todos los años proyectados, obteniendo así finalmente la utilidad neta del ejercicio contable. A continuación en la tabla 39 se detalla el estado de pérdidas y ganancias proyectado para cinco años.

Tabla 39
Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas Totales	\$169.756,20	\$191.537,70	\$210.495,45	\$231.348,98	\$254.287,85
(-) Costos de Operación	\$ 72.597,47	\$ 82.702,49	\$ 90.449,67	\$ 98.971,57	\$108.345,66
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 97.158,73	\$108.835,21	\$120.045,78	\$132.377,40	\$145.942,19
(-) Gastos de Administración	\$ 86.268,15	\$ 86.339,15	\$ 90.885,81	\$ 91.713,74	\$ 92.979,98
(-) Gastos de Ventas	\$ 8.337,69	\$ 9.855,41	\$ 10.554,23	\$ 11.319,80	\$ 12.158,75
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 2.552,89	\$ 12.640,65	\$ 18.605,74	\$ 29.343,87	\$ 40.808,46
(-) Gastos Financieros	\$ 2.005,90	\$ 1.636,53	\$ 1.229,45	\$ 780,81	\$ 286,38
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 546,99	\$ 11.004,13	\$ 17.376,29	\$ 28.563,05	\$ 40.522,08
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 82,05	\$ 1.650,62	\$ 2.606,44	\$ 4.284,46	\$ 6.078,31
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 464,95	\$ 9.353,51	\$ 14.769,84	\$ 24.278,60	\$ 34.443,77
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 102,29	\$ 2.057,77	\$ 3.249,37	\$ 5.341,29	\$ 7.577,63
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 362,66	\$ 7.295,74	\$ 11.520,48	\$ 18.937,30	\$ 26.866,14

Proyección de Flujos de Caja

Para el flujo de caja del café bar literario se toman en cuenta dos flujos importantes:

1. El flujo operacional al cual le corresponden los rubros de ingresos por ventas, y los egresos de efectivo correspondientes a gastos de operación, administración y ventas, además del impuesto a la renta y participación de los trabajadores.
2. El flujo de financiamiento en el cual se incluyen los egresos de efectivo correspondientes al pago del préstamo a realizar y de los intereses del mismo. En la tabla 34 que se presenta a continuación se puede observar que los flujos de caja de los cinco años proyectados son positivos, aumentando de manera considerable año a año.

Como se muestra en la tabla de a continuación, se observa que tanto el pasivo como el activo van en aumento, y esto se debe principalmente a diversos factores

como aumento de ventas, inflación, entre otros que afectarán siempre de una u otra forma al negocio.

Tabla 40
Flujo de caja

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA						
FLUJO DE CAJA						
Rubros	(Inversión inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$169.756,20	\$191.537,70	\$ 210.495,45	\$ 231.348,98	\$254.287,85
(-) Egresos de efectivo		\$161.251,47	\$174.797,19	\$191.323,91	\$204.107,99	\$219.492,31
Gastos de operación		\$ 69.148,80	\$ 79.253,82	\$ 87.001,00	\$95.522,90	\$104.896,99
Gastos de administración		\$83.764,99	\$ 85.503,62	\$ 90.060,29	\$ 91.409,48	\$ 92.810,82
Gastos de ventas		\$ 8.337,69	\$ 9.855,41	\$ 10.554,23	\$ 11.319,80	\$ 12.158,75
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 102,29	\$ 2.057,77	\$ 3.249,37	\$ 5.341,29
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 82,05	\$ 1.650,62	\$ 2.606,44	\$ 4.284,46
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 8.504,73	\$ 16.740,51	\$ 19.171,54	\$ 27.249,99	\$ 34.795,54
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo		\$ -				
Préstamos recibidos		\$ -				
(-) Egresos de efectivo		\$ -				
Pagos de préstamos o principal		\$ 3.618,21	\$ 3.987,58	\$ 4.394,66	\$ 4.843,29	\$ 5.337,73
Pago de intereses		\$ 2.005,90	\$ 1.636,53	\$ 1.229,45	\$ 780,81	\$ 286,38
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (31.687,80)	\$ (5.624,10)	\$ (5.624,10)	\$ (5.624,10)	\$ (5.624,10)	\$ (5.624,10)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (31.687,80)	\$ 2.880,62	\$ 11.116,41	\$ 13.547,44	\$ 21.616,88	\$ 29.171,43

Evaluación Financiera del Proyecto

Dentro de la evaluación del proyecto se asume una tasa de descuento que es del 12%, ésta es la tasa que normalmente dan las entidades bancarias al tener dinero depositado en las mismas, pero también representa el costo de oportunidad, es decir lo que se deja de invertir en un negocio determinado por invertir en el proyecto deseado. El Valor Actual Neto resultó mayor a cero, lo cual significa que el proyecto es factible financieramente y por ende se decidiría aprobarlo. Además, la Tasa

Interna de Retorno resultó mayor a la tasa de descuento, lo cual significa que el negocio es rentable. En el cálculo de beneficio costo resulta que por cada dólar que se invertirá en el proyecto se generará \$0,19 centavos, y el período de recuperación de la inversión sería de tres años y dos meses aproximadamente como lo indica la tabla 41 de a continuación.

Tabla 41
Evaluación del proyecto

Evaluación del Proyecto		
VPN	\$ 17.570,97	Debido a que el VAN es > 0 , se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
TIR	28,41%	TIR $>$ que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
B/C	\$ 1,19	Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera \$0,19 centavos
PRI	3,19	El período de recuperación es en años, lo cual equivale a 3 años y 2 meses aproximadamente.

Escenarios Optimistas y Pesimistas

Dentro de los escenarios se pueden esperar tres posibles, en los cuales se toma la misma tasa de descuento para realizar los cálculos y comparaciones. En el escenario pesimista se toma en cuenta una capacidad utilizada del 50%, lo cual significa que del total de capacidad instalada que es 234 personas que ocuparan las plazas dentro del establecimiento, apenas asistirían 117 personas a consumir, lo cual repercutiría dentro de las ventas del local y para ello la estrategia de ventas que se manejaría en este caso al tener menos afluencia de clientes, sería de un aumento del 10% apenas en las ventas a partir del segundo año y se mantendría de forma constante a lo largo de los 3 años siguientes. En el caso del escenario pesimista el Valor Actual Neto resultó menor que cero, lo cual significa que el proyecto no se aprobaría por no ser factible financieramente. Además, la Tasa Interna de Retorno resultó menor a la tasa de descuento, lo cual significa que el negocio no es rentable y en el cálculo de beneficio costo resulta que por cada dólar que se invertirá en el proyecto se generará apenas \$0,14 centavos, además de todo esto el período de recuperación de la inversión de cinco años no alcanzaría para recuperar la inversión.

Por otra parte, en el escenario optimista se toma en cuenta una capacidad utilizada del 70%, lo cual significa asistirían alrededor de 164 personas a consumir, lo cual repercutiría de forma positiva dentro de las ventas del local y con ello la

estrategia de ventas cambiaría a un aumento del 30% a partir del segundo año y del 20% durante los 3 años siguientes. En este caso, el Valor Actual Neto resultó mayor que cero, lo cual significa que el proyecto se aprobaría por ser factible financieramente. Además, la Tasa Interna de Retorno resultó mayor a la tasa de descuento, lo cual significa que el negocio es rentable y en el cálculo de beneficio costo resulta que por cada dólar que se invertirá en el proyecto se generará \$0,26 centavos, y que además la inversión se recuperaría en un plazo de dos años y tres meses aproximadamente. Así se detalla a continuación los diferentes escenarios en la tabla 42.

Tabla 42
Escenarios

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA			
ESCENARIOS			
	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Capacidad Instalada	50%	60%	70%
Inversión inicial	\$ (31.687,80)	\$ (31.687,80)	\$ (31.687,80)
Flujo 1	\$ 2.880,62	\$ 2.880,62	\$ 2.880,62
Flujo 2	\$ 4.043,09	\$ 14.424,35	\$ 24.378,88
Flujo 3	\$ 8.150,50	\$ 13.177,91	\$ 35.160,84
Flujo 4	\$ 15.680,25	\$ 18.423,97	\$ 55.311,07
Flujo 5	\$ 19.759,45	\$ 22.036,88	\$ 78.138,37
VPN	\$ 969,46	\$ 17.570,97	\$ 84.673,80
TIR	13,02%	28,41%	66,10%
B/C	\$ 1,14	\$ 1,19	\$ 1,26
PRI	-	3,19	2,30

Punto de Equilibrio

Durante el primer año de acuerdo a lo proyectado, el 43% de total de los ingresos representan los costos variables. Se tendrían que obtener ingresos de \$169.756,20 para alcanzar el punto de equilibrio y poder cubrir los costos fijos y variables del primer año. A partir del segundo año, aplicando la política de ventas anteriormente expuesta, en la cual se opta por aumentar las unidades en un 20%, para llegar al punto de equilibrio se tendrían que obtener ingresos de \$199.780,20 y los costos variables representarían el 44%. A partir del tercer año según esta política de ventas, se optaría por aumentar las unidades de venta en un 10% y se obtendrían ingresos de \$219.562,20 para poder cubrir todos los costos y obtener el punto de

equilibrio, en este año los costos variables representarían el 45%. En el cuarto y quinto año se tendrían que obtener ingresos de \$241.322,40 y \$265.258,62, respectivamente para poder llegar al punto de equilibrio, sus costos variables representarían el 46% y 48% relativamente.

Tabla 43
Punto de Equilibrio

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA					
PUNTO DE EQUILIBRIO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES:					
Gastos Generales	\$ 96.611,74	\$ 97.831,08	\$102.669,49	\$103.814,35	\$105.420,11
COSTOS VARIABLES:					
Costos de Ventas	\$ 72.597,47	\$ 82.702,49	\$ 90.449,67	\$ 98.971,57	\$108.345,66
INGRESOS TOTALES	\$169.756,20	\$191.537,70	\$210.495,45	\$231.348,98	\$ 254.287,85
% COSTOS VARIABLES:					
Costo de Ventas / Ingresos					
Totales	43%	43%	43%	43%	43%
\$					
Punto de Equilibrio	168.800,49	\$ 172.171,67	\$180.026,83	\$181.430,84	\$ 183.682,68

CONCLUSIONES

Mediante los estudios realizados tomando como referencia algunos cafés literarios ubicados en ciudades como España y Buenos Aires y la forma en que se desarrollan, se concluye que el Café Bar Literario La Tregua es un establecimiento de restauración innovador que ofrece a sus clientes una forma diferente de disfrutar del café y los libros al mismo tiempo, además de tener la oportunidad de consumir alimentos producidos con insumos libres de pesticidas y químicos. Es uno de los pocos proyectos de cafetería con una temática orientada al incentivo de la cultura dentro del Ecuador continental, por lo que sus competencias directas e indirectas no representan una fuerte amenaza para las operaciones del mismo.

Después de un análisis del entorno y de mercado, se concluye que en la ciudad de Guayaquil la actividad literaria representa un porcentaje relativamente mediano, pero que está en aumento debido a las necesidades de las personas por informarse cada vez acerca de lo que pasa a su alrededor, pero sobre todo por lograr superarse y formar una sociedad acorde al resto de países desarrollados. La legislación turística permite que los negocios se beneficien de los incentivos por parte del gobierno nacional y que son de gran ayuda al momento de emprender un negocio.

Mediante las encuestas se pudo constatar que debido a los constantes cambios que ocurren en el entorno, se está desarrollando un perfil de un turista con exigencias cada vez más exigentes y diferentes a las de años atrás, tal es el caso de los turistas literarios, que son personas que buscan una experiencia distinta al destino que lleguen siempre enlazándola de una u otra manera con alguna de sus obras literarias favoritas. Dentro de la ciudad de Guayaquil el panorama no es distinto, mucha gente siente la necesidad de poder leer su libro u obra de interés, pero al mismo tiempo poder disfrutar de una bebida caliente o fría sin tener que cambiar de lugar. El rango de edad de la población interesada en este tipo de propuesta son personas a partir de los 18 años, además cada vez son más las personas que optan por consumir productos que ayuden a su salud de alguna manera.

El análisis financiero dio como resultado que el proyecto tiene potencial para ser implementado, por lo que se concluye que es totalmente viable y rentable, y su período de recuperación es de 3 años y 4 meses aproximadamente.

RECOMENDACIONES

El turismo es una industria que está en constante cambio, pero esto a su vez está intrínsecamente enlazada a la cultura de las personas, más en Ecuador al poseer distintos reconocimientos de Patrimonio Nacional de la UNESCO no puede quedarse atrás. El café bar literario, es una propuesta innovadora que a través de este estudio se ha comprobado una oportunidad nueva de mercado, el cual tendría la oportunidad de posicionarse como uno de los favoritos dentro de la ciudad.

Este proyecto generara plazas de trabajo directa e indirecta mejorando la calidad de vida de los guayaquileños y su desarrollo. Por lo que se recomienda apoyo por parte del Ministerio de Turismo y Ministerio de Cultura, para ayudar a impulsar las actividades culturales, mediante la promoción de este tipo de establecimientos y además con el apoyo para poder traer artistas extranjeros como escritores, pintores, entre otros. Al mismo tiempo, realizando campañas de consumo literario, tanto para las generaciones nuevas como para las anteriores.

Listado de Referencias

- ABC.es. Café Gijón (2014). Recuperado de <http://www.abc.es/madrid/20131231/abci-robo-cafe-gijon-201312310545.html>
- Agüero, L. (2014). *Estrategia de Fidelización de Clientes*. Universidad de Cantabria, España. Recuperado a partir de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5b2%5d%20Ag%20C3%BCero%20Cobo%20L.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcázar, P. (2010). Captación de clientes. Recuperado a partir de <http://www.emprendedores.es/gestion/conseguir-clientes/tecnicas>
- Alexander, A., Richard, C., & Sourav, R. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development, 18.
- Arias, L., Herrero, M., & Magadán, M. (2000). *Literatura y Turismo*. Septem Ediciones. Recuperado a partir de <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3205079>
- Asamblea Constituyente. (2008). Constitución del Ecuador. Recuperado a partir de http://www.asambleanacional.gob.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Asamblea Nacional. (2016). Reglamento Ley Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana. Recuperado a partir de [file:///D:/Reglamento%20Ley%20Solidaridad%20y%20de%20Corresponsabilidad%20Ciudadana%20\(1\).pdf](file:///D:/Reglamento%20Ley%20Solidaridad%20y%20de%20Corresponsabilidad%20Ciudadana%20(1).pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2016). Inflación mensual Mayo. Recuperado a partir de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Barraguer, A. (2008). Equipos, Maquinarias y Mobiliarios. Recuperado a partir de <http://www.escuelahosteleria.org/portal/recetas/materiales/DVEQFHbTh.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3.^a ed.). México: Pearson Educación, Prentice Hall.
- Blanco, E. (2014). *La Literatura como Recurso Turístico: Los Cafés Literarios de Madrid*. Universidad de Valladolid, Segovia. Recuperado a partir de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5451/1/TFG-N.11.pdf>
- Bonet, A. (2012). *Los cafés históricos* (1a edición). Madrid: Cátedra.

- Cabarcos, N. (2010). *Promoción Y Venta de Servicios Turísticos*. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. (2016). Comportamiento del Lector y Hábitos de Lectura. Recuperado a partir de http://www.cerlalc.org/files/tabinterno/33c91d_Comportamiento_Lector.pdf
- Christensen, C. M., & Raynor, M. (2004). *El Imperativo del Crecimiento*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Congreso Nacional. (2004). La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Recuperado a partir de <http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/cbac1cfa-7546-4bf4-ad32-c5686b487ccc/20151228+LRTI.pdf>
- Congreso Nacional. (2014). Ley de Compañías. Recuperado a partir de <http://181.198.3.74/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPAC3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Congreso Nacional. (2008). Ley de turismo. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ferrer, I., & Medina, P. (2014). *Gestión empresarial de la agencia de publicidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Foro Económico Mundial. (2013). Ranking Global de Competitividad.
- Freire, L. (2013). *La comprensión lectora y su influencia en el aprendizaje significativo en los estudiantes de quinto grado de educación básica de la unidad educativa intercultural bilingüe «tamboloma» de la comunidad tamboloma, parroquia Pilahuín, Canton Ambato, provincia Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado a partir de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6258/1/FCHE-SEB-1069.pdf>
- Gómez, P. (2009). Estilos de vida y alimentación, 25(1). Recuperado a partir de http://www.ugr.es/~pwlac/G25_27Luis_Alvarez-Amaia_Alvarez.html
- González, F. J. (2014). *Servicio y atención al cliente en restaurante: normas de servicio, protocolos de comunicación y técnicas de venta*. Vigo: Ideaspropias.
- Gregory, S. (2012). Emprendimiento y la Gestión de Innovación, 50.

- Hamilton, R., & Todolí, V. (Eds.). (2009). *Comida para Pensar, Pensar Sobre el Comer*. Barcelona: Actar.
- Haro, S. (2014). La Importancia de la Lectura. Recuperado a partir de <https://www.esritores.org/recursos-para-esritores/colaboraciones/9874-la-importancia-de-la-lectura>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2012). Estudio de Pro Productos Orgánicos. Recuperado a partir de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_PRODUCTOSORG%C3%81NICOS_CANAD%C3%81.pdf
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2015). Ley de Propiedad Intelectual. Recuperado a partir de https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY_DE_PROPIEDAD_INTELECTUAL.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010a). Bases de Datos de Censo Económico. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010b). Población y Demografía Provincia del Guayas. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). Hábitos de Lectura en Ecuador. Recuperado a partir de http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_habitos.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). Encuesta de información ambiental económica en empresas. Recuperado a partir de file:///D:/Documento%20tecnico%20de%20EIAEE_2014.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). Composición de la población: Total nacional. Recuperado a partir de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf

- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de mercadotecnia*. México: Pearson Educación de México.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educacion.
- Leoni, sheina. (2012). La Importancia de la Lectura en una Sociedad Tecnologizada. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado a partir de <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/sllh.html>
- Magadán, M., & Rivas, J. (2011). *Turismo Literario*. Oviedo, España: Septem Ediciones.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados: un enfoque práctico*. México: Pearson Educación.
- Mansilla, S. (2004). *Sitial para la Lectura en Café Literario*. Universidad de Chile, Chile. Recuperado a partir de <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/113325>
- Marti, A. (2007). *Poética del Café, un espacio de la modernidad literaria europea* (1.^a ed.). Barcelona: ANAGRAMA.
- Martínez, D., & Milla, A. (2006). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid: Díaz de Santos.
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (2012). Ley Orgánica de Salud. Recuperado a partir de http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SALUD-LEY_ORGANICA_DE_SALUD.pdf
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social. (2016). Crea una Empresa en Ecuador. Recuperado a partir de <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2008). Programa de Protección y Defensa al consumidor. Recuperado a partir de <http://www.industrias.gob.ec/programa-de-proteccion-de-defensa-del-consumidor/>
- Ministerio de Turismo. (2002). Reglamento general de Actividades Turísticas. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2007). Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador «PLANDETUR 2020». Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). Servicios Turísticos. Recuperado a partir de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>
- Morales, A. (2009). El movimiento de comida lenta se opone al de comida rápida (Dossier). Recuperado a partir de <http://67.192.84.248:8080/bitstream/10469/888/1/08.%20Dossier.%20Crisis%20alimentaria.%20El%20movimiento%20de%20comida%20lenta%E2%80%A6%20Agust%C3%ADn%20Morales%20Espinoza.pdf>
- Morére, N., & Perelló, S. (2013). *Turismo Cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. España: TURISMO Y TERRITORIO.
- Navarro, J. (2011). La cocina de vanguardia, una nueva forma de arte. En *La comunicación pública, secuestrada por el mercado, 2011*, ISBN 978-84-939337-5-3, págs. 133-134 (pp. 133-134). Sociedad Latina de Comunicación Social. Recuperado a partir de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5287495>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2001). Mercado Mundiales de Frutas y Verduras Orgánicas. Recuperado a partir de <http://www.fao.org/3/a-y1669s/index.html>
- Organización Mundial de Turismo. (2014). Glossary of Tourism Terms. Recuperado a partir de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>
- Peña, M. (2001). *Los cafés literarios en Chile*. Santiago de Chile: Archivo del Escritor ; RiL Editores.
- Porter, M. E. (2002). *Estrategias Competitivas: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. New York: Free Press.
- Quesada, R. (2006). *Elementos del Turismo*. San José: EUNED.
- Roteta, A. (2011). *Los Costos en la Mesa Buffet*. Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo Sevilla, Sevilla. Recuperado a partir de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/1002/indice.htm>

Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed). México, D.F: McGraw-Hill.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Plan de Ordenamiento Territorial de la Provincia del Guayas. Recuperado a partir de <http://www.guayas.gob.ec/dmdocuments/ley-de-transparencia/literal-k/Senplades%20PLAN%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL.pdf>

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Recuperado a partir de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Vallejo, R. (2012). Economía e historia del turismo español del siglo XX. *Historia Contemporánea*, 0(25). Recuperado a partir de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/HC/article/view/5934>

Apéndices

Apéndice A

Formato de encuestas

Encuesta para el estudio de factibilidad para la implementación de un café-bar Literario para fomentar hábitos de lectura y el consumo de productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil

Edad:

Sexo:

- Femenino
- Masculino

1. ¿Disfruta de la lectura como actividad de ocio? Si la respuesta es no, diríjase a la pregunta 7.

- Si
- No

2. ¿Qué tipo de documentos lee?

- Libros de novelas y poesía
- Revistas de Ciencia y Tecnología
- Libros de corte académico
- Revistas de entretenimiento, vida social, etc.
- Periódicos o publicaciones de opinión.

3. ¿Qué tipo de género literario es de su interés?

- Thriller
- Romántica
- Aventura
- Terror
- Ciencia Ficción
- Investigación
- Biográfica
- Autoayuda
- Erótica
- Enciclopedia
- Política
- Economía
- Viajes / Cultura
- Otros temas / Varios

4. ¿Qué formato utiliza para leer?

- Impreso
- Digital

5. ¿Con qué frecuencia a la semana realiza esta actividad?

- 15 a 30 minutos
- 30 minutos a 1 hora
- 1 a 2 horas
- Más de 2 horas

6. ¿Qué lugar prefiere para disfrutar de su lectura?

- Bibliotecas
- Parques
- Casa
- Otros _____

7. ¿Conoce qué son los productos orgánicos?

- Si
- No

8. ¿Ha consumido alguna vez productos orgánicos?

- Si
- No

9. De la lista que se presenta a continuación, qué productos orgánicos Ud. ha consumido:

- Frutas
- Verduras, hortalizas
- De origen animal: leche, queso
- Café

10. ¿Usted estaría interesado en visitar una cafetería donde pueda tener la opción de consumir alimentos elaborados con productos orgánicos certificados, mientras puede disfrutar de la lectura de obras literarias o libros de su gusto, la cual a su vez ofrezca actividades culturales?

- Si
- No

11. De la siguiente lista, ¿qué actividades de ámbito cultural le interesaría asistir?

- Artistas en vivo
- Obras teatrales
- Lecturas en vivo de obras literarias
- Presentaciones poéticas

12. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por alimentos mientras disfruta de la lectura de su preferencia?

- \$15 - \$20
- \$21 - \$25
- \$26 - \$30
- De \$31 en adelante

Apéndice B

Tabla 44

Detalle de la inversión inicial

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA				
DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL				
ACTIVOS FIJOS				
Mobiliario de cafetería	Cant.		V. Unitario	Valor total
Mesas	8	\$	490,00	\$ 3.920,00
Mesa para butacas	1	\$	230,00	\$ 230,00
Sillas	32	\$	95,00	\$ 3.040,00
Butacas	7	\$	200,00	\$ 1.400,00
Libreros de madera	1	\$	500,00	\$ 500,00
Total				\$ 9.090,00
Muebles de oficina				
Escritorio	1	\$	150,00	\$ 150,00
Silla de Oficina boss	1	\$	90,00	\$ 90,00
Silla recibidora	1	\$	76,00	\$ 76,00
Total				\$ 316,00
Menaje de cocina				
Cuchillos de cocina	2	\$	10,00	\$ 20,00
Plato llano	40	\$	3,50	\$ 140,00
Plato para Postre	40	\$	3,22	\$ 128,80
Taza café americano y café con leche	40	\$	2,80	\$ 112,00
Copa para capuccinos	40	\$	3,50	\$ 140,00
Taza café expreso	40	\$	2,00	\$ 80,00
Cuchara de Postre	40	\$	1,25	\$ 50,00
Copa vino	40	\$	3,21	\$ 128,40
Cuchara de Café	40	\$	2,27	\$ 90,80
Vaso Cervezero	40	\$	2,50	\$ 100,00
Cuchillos de mesa	40	\$	4,50	\$ 180,00
Tenedor	40	\$	4,60	\$ 184,00
Total				\$ 1.354,00
Equipos de oficina				
Caja registradora	1	\$	470,00	\$ 470,00
Teléfono (Recepción y Oficina)	1	\$	75,00	\$ 75,00
Total				\$ 545,00

Tabla 45
Detalle de la inversión inicial

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA			
DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL			
ACTIVOS FIJOS			
Equipos de cocina	Cant.	V. Unitario	Valor total
Plancha lisa y estriada	1	\$ 437,50	\$ 437,50
Freidora de sobremesa	1	\$ 286,00	\$ 286,00
Licuada oster	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Exhibidor de vidrio de productos	1	\$ 1.562,50	\$ 1.562,50
Cafetera profesional	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Trampa de grasa	1	\$ 285,71	\$ 285,71
Lavadero de 2 pozos	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Campana extractora	1	\$ 785,93	\$ 785,93
Refrigerador de puerta de vidrio vertical 1 puerta	1	\$ 1.785,71	\$ 1.785,71
Microondas	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Total			\$ 8.153,35
Equipos de computación			
Laptop	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Impresora Multifunción	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total			\$ 750,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 20.208,35
ACTIVOS MENORES			
Enseres menores	Cant.	Valor unitario	Valor total
Lámparas	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Basureros (para cafetería)	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Basureros para oficina y baño	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Focos	6	\$ 4,00	\$ 24,00
Señaléticas	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Total			\$ 247,00
Suministros de oficina			
Carpetas	10	\$ 0,10	\$ 1,00
Perforadora	2	\$ 1,65	\$ 3,30
Clips (caja)	3	\$ 0,40	\$ 1,20
Tinta de impresora	3	\$ 40,00	\$ 120,00
Cuaderno	3	\$ 1,10	\$ 3,30
Grapadora	2	\$ 1,80	\$ 3,60
Tijera	2	\$ 0,80	\$ 1,60
Calculadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Plumas	8	\$ 0,25	\$ 2,00
Resma de Hojas	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Rollos de papel máquina registradora	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Total			\$ 164,00

Tabla 46
Detalle de la inversión inicial

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA			
DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL			
ACTIVOS MENORES			
	Cant.	V. Unitario	Valor total
Inventario de Lencería			\$ 150,00
TOTAL ACTIVOS MENORES			\$ 561,00
GASTOS PREOPERATIVOS			
Instalaciones			
Pintura y mano de obra		\$ 250,00	\$ 250,00
Adecuaciones		\$ 200,00	\$ 200,00
Total			\$ 450,00
Gastos de constitución			
Tasas y Permisos de constitución		\$ 1.217,64	\$ 1.217,64
Total			\$ 1.217,64
TOTAL DE GASTOS PREOPERATIVOS			\$ 1.667,64

Apéndice C

Tabla 47
Detalle de amortización

Años	Período	Saldo capital (Saldo inicial del periodo)	Pago capital	Interés	Cuota Mensual	Saldo principal (Saldo final del período)
1	1	\$ 22.181,46	\$ 288,27	\$ 180,41	\$ 468,68	\$ 21.893,20
	2	\$ 21.893,20	\$ 290,61	\$ 178,06	\$ 468,68	\$ 21.602,59
	3	\$ 21.602,59	\$ 292,97	\$ 175,70	\$ 468,68	\$ 21.309,61
	4	\$ 21.309,61	\$ 295,36	\$ 173,32	\$ 468,68	\$ 21.014,25
	5	\$ 21.014,25	\$ 297,76	\$ 170,92	\$ 468,68	\$ 20.716,49
	6	\$ 20.716,49	\$ 300,18	\$ 168,49	\$ 468,68	\$ 20.416,31
	7	\$ 20.416,31	\$ 302,62	\$ 166,05	\$ 468,68	\$ 20.113,69
	8	\$ 20.113,69	\$ 305,08	\$ 163,59	\$ 468,68	\$ 19.808,61
	9	\$ 19.808,61	\$ 307,57	\$ 161,11	\$ 468,68	\$ 19.501,04
	10	\$ 19.501,04	\$ 310,07	\$ 158,61	\$ 468,68	\$ 19.190,97
	11	\$ 19.190,97	\$ 312,59	\$ 156,09	\$ 468,68	\$ 18.878,39
	12	\$ 18.878,39	\$ 315,13	\$ 153,54	\$ 468,68	\$ 18.563,25
2	13	\$ 18.563,25	\$ 317,69	\$ 150,98	\$ 468,68	\$ 18.245,56
	14	\$ 18.245,56	\$ 320,28	\$ 148,40	\$ 468,68	\$ 17.925,28
	15	\$ 17.925,28	\$ 322,88	\$ 145,79	\$ 468,68	\$ 17.602,40
	16	\$ 17.602,40	\$ 325,51	\$ 143,17	\$ 468,68	\$ 17.276,89
	17	\$ 17.276,89	\$ 328,16	\$ 140,52	\$ 468,68	\$ 16.948,73
	18	\$ 16.948,73	\$ 330,83	\$ 137,85	\$ 468,68	\$ 16.617,91
	19	\$ 16.617,91	\$ 333,52	\$ 135,16	\$ 468,68	\$ 16.284,39
	20	\$ 16.284,39	\$ 336,23	\$ 132,45	\$ 468,68	\$ 15.948,16
	21	\$ 15.948,16	\$ 338,96	\$ 129,71	\$ 468,68	\$ 15.609,20
	22	\$ 15.609,20	\$ 341,72	\$ 126,95	\$ 468,68	\$ 15.267,48
	23	\$ 15.267,48	\$ 344,50	\$ 124,18	\$ 468,68	\$ 14.922,98
	3	24	\$ 14.922,98	\$ 347,30	\$ 121,37	\$ 468,68
25		\$ 14.575,68	\$ 350,13	\$ 118,55	\$ 468,68	\$ 14.225,55
26		\$ 14.225,55	\$ 352,97	\$ 115,70	\$ 468,68	\$ 13.872,57
27		\$ 13.872,57	\$ 355,85	\$ 112,83	\$ 468,68	\$ 13.516,73
28		\$ 13.516,73	\$ 358,74	\$ 109,94	\$ 468,68	\$ 13.157,99
29		\$ 13.157,99	\$ 361,66	\$ 107,02	\$ 468,68	\$ 12.796,33
30		\$ 12.796,33	\$ 364,60	\$ 104,08	\$ 468,68	\$ 12.431,73
31		\$ 12.431,73	\$ 367,56	\$ 101,11	\$ 468,68	\$ 12.064,17
32		\$ 12.064,17	\$ 370,55	\$ 98,12	\$ 468,68	\$ 11.693,62
33		\$ 11.693,62	\$ 373,57	\$ 95,11	\$ 468,68	\$ 11.320,05
34		\$ 11.320,05	\$ 376,61	\$ 92,07	\$ 468,68	\$ 10.943,44
35		\$ 10.943,44	\$ 379,67	\$ 89,01	\$ 468,68	\$ 10.563,78
4	36	\$ 10.563,78	\$ 382,76	\$ 85,92	\$ 468,68	\$ 10.181,02
	37	\$ 10.181,02	\$ 385,87	\$ 82,81	\$ 468,68	\$ 9.795,15

	38	\$	9.795,15	\$	389,01	\$	79,67	\$	468,68	\$	9.406,14
	39	\$	9.406,14	\$	392,17	\$	76,50	\$	468,68	\$	9.013,97
	40	\$	9.013,97	\$	395,36	\$	73,31	\$	468,68	\$	8.618,61
	41	\$	8.618,61	\$	398,58	\$	70,10	\$	468,68	\$	8.220,03
	42	\$	8.220,03	\$	401,82	\$	66,86	\$	468,68	\$	7.818,21
	43	\$	7.818,21	\$	405,09	\$	63,59	\$	468,68	\$	7.413,12
	44	\$	7.413,12	\$	408,38	\$	60,29	\$	468,68	\$	7.004,74
	45	\$	7.004,74	\$	411,70	\$	56,97	\$	468,68	\$	6.593,04
	46	\$	6.593,04	\$	415,05	\$	53,62	\$	468,68	\$	6.177,99
	47	\$	6.177,99	\$	418,43	\$	50,25	\$	468,68	\$	5.759,56
	48	\$	5.759,56	\$	421,83	\$	46,84	\$	468,68	\$	5.337,73
5	49	\$	5.337,73	\$	425,26	\$	43,41	\$	468,68	\$	4.912,46
	50	\$	4.912,46	\$	428,72	\$	39,95	\$	468,68	\$	4.483,74
	51	\$	4.483,74	\$	432,21	\$	36,47	\$	468,68	\$	4.051,54
	52	\$	4.051,54	\$	435,72	\$	32,95	\$	468,68	\$	3.615,81
	53	\$	3.615,81	\$	439,27	\$	29,41	\$	468,68	\$	3.176,55
	54	\$	3.176,55	\$	442,84	\$	25,84	\$	468,68	\$	2.733,71
	55	\$	2.733,71	\$	446,44	\$	22,23	\$	468,68	\$	2.287,27
	56	\$	2.287,27	\$	450,07	\$	18,60	\$	468,68	\$	1.837,19
	57	\$	1.837,19	\$	453,73	\$	14,94	\$	468,68	\$	1.383,46
	58	\$	1.383,46	\$	457,42	\$	11,25	\$	468,68	\$	926,04
	59	\$	926,04	\$	461,14	\$	7,53	\$	468,68	\$	464,89
	60	\$	464,89	\$	464,89	\$	3,78	\$	468,68	\$	-

Apéndice E

Receta estándar: Sánduche la Odisea

SANDUCHE LA ODISEA		3 porciones	
	Cant. Necesaria	Costo Unitario	Costo Total
Pan baguette	1 unidad	\$ 1,55	\$ 1,55
Pechuga de pollo	1 Libra	\$ 4,00	\$ 4,00
Cebolla perla	0,25 Libra	\$ 0,35	\$ 0,09
Mayonesa	20 Grs	\$ 0,01	\$ 0,18
Champiñones	80 Grs	\$ 0,01	\$ 0,50
Lechuga	75 Grs	\$ 0,00	\$ 0,30
Papa	0,5 Libra	\$ 0,30	\$ 0,15
Tomates cherry	0,5 Libra	\$ 0,65	\$ 0,33
Varios			\$ 0,71
	Total Receta		\$ 7,80
	Porciones		\$ 3,00
	Costo por porción		\$ 2,60

Receta estándar: Sánduche la Barcarola

SANDUCHE LA BARCAROLA		3 porciones	
	Cant. Necesaria	Costo Unitario	Costo Total
Pan baguette	1 unidad	\$ 1,55	\$ 1,55
Jamón de espalda	0,15 kg	\$ 9,90	\$ 1,49
Queso mozzarella	0,15 grs	\$ 4,40	\$ 0,66
Mayonesa	16 grs	\$ 0,01	\$ 0,14
Papa	0,25 libra	\$ 0,65	\$ 0,16
Varios			\$ 0,40
	Total Receta		\$ 4,40
	Porciones		\$ 3,00
	Costo por porción		\$ 1,47

Receta estándar: Sánduche Bandera Roja

SANDUCHE BANDERA ROJA		3 porciones	
	Cant. Necesaria	Costo Unitario	Costo Total
Pan baguette	1 unidad	\$ 1,55	\$ 1,55
Queso mozzarella	0,27 kg	\$ 4,40	\$ 1,19
Tomate	0,5 libra	\$ 0,40	\$ 0,20
Papa	0,5 libra	\$ 0,65	\$ 0,33
Varios			\$ 0,33
	Total Receta		\$ 3,59
	Porciones		\$ 3,00
	Costo por porción		\$ 1,20

Receta estándar: Sánduche el Túnel

SANDUCHE EL TÚNEL		3 porciones	
	Cant. Necesaria	Costo Unitario	Costo Total
Pan baguette	1 unidad	\$ 1,55	\$ 1,55
Lomo fino	1 libra	\$ 2,40	\$ 2,40
Cebolla perla	0,25 libra	\$ 0,35	\$ 0,09
Queso cheddar	0,2 grs	\$ 3,65	\$ 0,73
Pimiento	0,25 libra	\$ 0,32	\$ 0,08
Papa	0,5 libra	\$ 0,65	\$ 0,33
Tomate	0,5 libra	\$ 0,65	\$ 0,33
Varios			\$ 0,55
	Total Receta		\$ 6,05
	Porciones		\$ 3,00
	Costo por porción		\$ 2,02

Receta estándar: Coctel la Bodeguita

COCTEL LA BODEGUITA		16 tragos	
	Cant. Necesaria	Costo Unitario	Costo Total
Ron	1 unidad	\$ 10,00	\$ 10,00
Limón	0,5 libra	\$ 0,50	\$ 0,25
Cola	1 litro	\$ 1,25	\$ 1,25
Hierba buena	0,25 libra	\$ 0,20	\$ 0,05
Azúcar	0,5 kg	\$ 1,00	\$ 0,50
Varios			\$ 2,41
	Total Receta		\$ 14,46
	Porciones		\$ 16,00
	Costo por porción		\$ 0,90

Receta estándar: Coctel Octavo Frozen

COCTEL OCTAVIO FROZEN		16 tragos	
	Cant. Necesaria	Costo Unitario	Costo Total
Tequila	1 unidad	\$ 10,60	\$ 10,60
Limón	2 libra	\$ 1,00	\$ 2,00
Triple sec	1 unidad	\$ 14,00	\$ 14,00
Varios			\$ 5,32
	Total Receta		\$ 31,92
	Porciones		\$ 16,00
	Costo por porción		\$ 2,00

Apéndice F

Sueldos

Tabla 48

Rol de pago segundo año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA													
PROYECCIÓN DE COSTOS DE NÓMINA													
PROYECCIÓN 5 AÑOS													
Año 2	Sueldo mensual	Tasa hora	Horas nocturnas	Horas suplementarias	Remuneración	Sueldo anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Vacaciones	Fondo de Reserva	Costo total anual	Costo total mensual
Cargo													
Mesero 1	\$ 382,89	\$ 1,60	\$ 3,19	\$ 76,58	\$ 462,66	\$ 5.551,92	\$ 462,66	\$375,00	\$ 674,56	\$ 231,33	\$462,66	\$ 7.295,47	\$ 607,96
Mesero 2	\$382,89	\$ 1,60	\$ 3,19	\$ 76,58	\$ 462,66	\$ 5.551,92	\$ 462,66	\$375,00	\$ 674,56	\$ 231,33	\$462,66	\$ 7.295,47	\$ 607,96
Cajero	\$383,27	\$ 1,60	\$ 3,19	\$ 76,65	\$ 463,11	\$ 5.557,34	\$ 463,11	\$375,00	\$ 675,22	\$ 231,56	\$463,11	\$ 7.302,23	\$ 608,52
Cocinero	\$ 384,02	\$ 1,60	\$ 3,20	\$ 76,80	\$ 464,03	\$ 5.568,34	\$ 464,03	\$375,00	\$ 676,55	\$ 232,01	\$464,03	\$ 7.315,94	\$ 609,66
Barman/Barista	\$382,89	\$ 1,60	\$ 3,19	\$ 76,58	\$ 462,66	\$ 5.551,92	\$ 462,66	\$375,00	\$ 674,56	\$ 231,33	\$462,66	\$ 7.295,47	\$ 607,96
Asist. Eventos y libros	\$ 382,13	\$ 1,59	\$ 3,18	\$ 76,43	\$ 461,74	\$ 5.540,92	\$ 461,74	\$375,00	\$ 673,22	\$ 230,87	\$461,74	\$ 7.281,76	\$ 606,81
Gerente general	\$396,29	\$ 1,65	\$ 3,30	\$ 79,26	\$ 478,85	\$ 5.746,19	\$ 478,85	\$375,00	\$ 698,16	\$ 239,42	\$478,85	\$ 7.537,63	\$ 628,14
Total												\$51.323,95	\$4.277,00

Tabla 49
Rol de pago tercer año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA													
PROYECCIÓN DE COSTOS DE NÓMINA													
PROYECCIÓN 5 AÑOS													
Año 3	1,12%												
Cargo	Sueldo mensual	Tasa hora	Horas nocturnas	Horas suplementarias	Remuneración	Sueldo anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Vacaciones	Fondo de reserva	Costo total anual	Costo total mensual
Mesero 1	\$ 387,18	\$ 1,61	\$ 3,23	\$ 77,44	\$ 467,84	\$ 5.614,10	\$ 467,84	\$375,00	\$ 682,11	\$ 233,92	\$467,84	\$ 7.840,82	\$ 653,40
Mesero 2	\$ 387,18	\$ 1,61	\$ 3,23	\$ 77,44	\$ 467,84	\$ 5.614,10	\$ 467,84	\$375,00	\$ 682,11	\$ 233,92	\$467,84	\$ 7.840,82	\$ 653,40
Cajero	\$ 387,56	\$ 1,61	\$ 3,23	\$ 77,51	\$ 468,30	\$ 5.619,59	\$ 468,30	\$375,00	\$ 682,78	\$ 234,15	\$468,30	\$ 7.848,11	\$ 654,01
Cocinero	\$ 388,32	\$ 1,62	\$ 3,24	\$ 77,66	\$ 469,23	\$ 5.630,71	\$ 469,23	\$375,00	\$ 684,13	\$ 234,61	\$469,23	\$ 7.862,90	\$ 655,24
Barman/Barista	\$ 387,18	\$ 1,61	\$ 3,23	\$ 77,44	\$ 467,84	\$ 5.614,10	\$ 467,84	\$375,00	\$ 682,11	\$ 233,92	\$467,84	\$ 7.840,82	\$ 653,40
Asist. Eventos y libros	\$ 386,41	\$ 1,61	\$ 3,22	\$ 77,28	\$ 466,91	\$ 5.602,98	\$ 466,91	\$375,00	\$ 680,76	\$ 233,46	\$466,91	\$ 7.826,03	\$ 652,17
Gerente general	\$ 400,73	\$ 1,67	\$ 3,34	\$ 80,15	\$ 484,21	\$ 5.810,55	\$ 484,21	\$375,00	\$ 705,98	\$ 242,11	\$484,21	\$ 8.102,07	\$ 675,17
Total												\$55.161,55	\$4.596,80

Tabla 50
Rol de pago cuarto año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA													
PROYECCIÓN DE COSTOS DE NÓMINA													
PROYECCIÓN 5 AÑOS													
Año 4	1,12%												
Cargo	Sueldo mensual	Tasa hora	Horas nocturnas	Horas suplementarias	Remuneración	Sueldo anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal	Vacaciones	Fondo de reserva	Costo total anual	Costo total mensual
Mesero 1	\$ 391,52	\$ 1,63	\$ 3,26	\$ 78,30	\$ 473,08	\$ 5.676,98	\$ 473,08	\$375,00	\$ 689,75	\$ 236,54	473,081	7924,43345	660,3694539
Mesero 2	\$ 391,52	\$ 1,63	\$ 3,26	\$ 78,30	\$ 473,08	\$ 5.676,98	\$ 473,08	\$375,00	\$ 689,75	\$ 236,54	\$473,08	\$ 7.924,43	\$ 660,37
Cajero	\$ 391,90	\$ 1,63	\$ 3,27	\$ 78,38	\$ 473,54	\$ 5.682,52	\$ 473,54	\$375,00	\$ 690,43	\$ 236,77	\$473,54	\$ 7.931,81	\$ 660,98
Cocinero	\$ 392,67	\$ 1,64	\$ 3,27	\$ 78,53	\$ 474,48	\$ 5.693,77	\$ 474,48	\$375,00	\$ 691,79	\$ 237,24	\$474,48	\$ 7.946,76	\$ 662,23
Barman/Barista	\$ 391,52	\$ 1,63	\$ 3,26	\$ 78,30	\$ 473,08	\$ 5.676,98	\$ 473,08	\$375,00	\$ 689,75	\$ 236,54	\$473,08	\$ 7.924,43	\$ 660,37
Asist. Eventos y libros	\$ 390,74	\$ 1,63	\$ 3,26	\$ 78,15	\$ 472,14	\$ 5.665,73	\$ 472,14	\$375,00	\$ 688,39	\$ 236,07	\$472,14	\$ 7.909,48	\$ 659,12
Gerente general	\$ 405,22	\$ 1,69	\$ 3,38	\$ 81,04	\$ 489,64	\$ 5.875,63	\$ 489,64	\$375,00	\$ 713,89	\$ 244,82	\$489,64	\$ 8.188,61	\$ 682,38
Total												\$55.749,96	\$4.645,83

Tabla 51
 Rol de pago quinto año

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA													
PROYECCIÓN DE COSTOS DE NÓMINA													
PROYECCIÓN 5 AÑOS													
Año 5	Sueldo mensua l	Tasa hora	Horas nocturna s	Horas suplementari as	Remuneració n	Sueldo anual	Décim o tercero	Décim o cuarto	Aporte patrona l	Vacacione s	Fondo de reserva	Costo total anual	Costo total mensual
Mesero 1	\$395,90	\$1,65	\$3,30	\$79,18	\$478,38	\$5.740,56	\$478,38	\$375,00	\$697,48	\$239,19	\$478,38	\$8.008,99	\$667,42
Mesero 2	\$395,90	\$1,65	\$3,30	\$79,18	\$478,38	\$5.740,56	\$478,38	\$375,00	\$697,48	\$239,19	\$478,38	\$8.008,99	\$667,42
Cajero	\$396,29	\$1,65	\$3,30	\$79,26	\$478,85	\$5.746,17	\$478,85	\$375,00	\$698,16	\$239,42	\$478,85	\$8.016,45	\$668,04
Cocinero	\$397,07	\$1,65	\$3,31	\$79,41	\$479,79	\$5.757,54	\$479,79	\$375,00	\$699,54	\$239,90	\$479,79	\$8.031,57	\$669,30
Barman/Barista	\$395,90	\$1,65	\$3,30	\$79,18	\$478,38	\$5.740,56	\$478,38	\$375,00	\$697,48	\$239,19	\$478,38	\$8.008,99	\$667,42
Asist. Eventos y libros	\$395,12	\$1,65	\$3,29	\$79,02	\$477,43	\$5.729,19	\$477,43	\$375,00	\$696,10	\$238,72	\$477,43	\$7.993,87	\$666,16
Gerente general	\$409,75	\$1,71	\$3,41	\$81,95	\$495,12	\$5.941,44	\$495,12	\$375,00	\$721,88	\$247,56	\$495,12	\$8.276,12	\$689,68
Total												\$56.344,96	\$4.695,41

Apéndice D

Tabla 52

Detalle de la depreciación de los activos

CAFÉ BAR LITERARIO LA TREGUA									
DETALLE DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS									
INVERSION INICIAL									
Mobiliario de cafetería	Cant.	Valor unitario	Valor total	Años vida útil	Deprec. Año 1	Deprec. Año 2	Deprec. Año 3	Deprec. Año 4	Deprec. Año 5
Mesas	8	\$ 490,00	\$ 3.920,00	5	\$ 784,00	\$ 784,00	\$ 784,00	\$ 784,00	\$ 784,00
Mesa para butacas	1	\$ 230,00	\$ 230,00	5	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00
Sillas	32	\$ 95,00	\$ 3.040,00	5	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00
Butacas	7	\$ 200,00	\$ 1.400,00	5	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00
Libreros de madera	1	\$ 500,00	\$ 500,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 9.090,00	Total	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00	\$ 1.818,00
Muebles de oficina									
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00	5	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Silla de Oficina boss	1	\$ 90,00	\$ 90,00	5	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 18,00
Silla recibidora	1	\$ 76,00	\$ 76,00	5	\$ 15,20	\$ 15,20	\$ 15,20	\$ 15,20	\$ 15,20
Total			\$ 316,00	Total	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20	\$ 63,20

Menaje de cocina	Cant.	Valor		Años vida útil	Deprec. Año 1	Deprec. Año 2	Deprec. Año 3	Deprec. Año 4	Deprec. Año 5
		unitario	Valor total						
Cuchillos de cocina	2	\$ 10,00	\$ 20,00	2	\$ 10,00	\$ 10,00			
Plato llano	40	\$ 3,50	\$ 140,00	3	\$ 46,67	\$ 46,67	\$ 46,67		
Plato para Postre	40	\$ 3,22	\$ 128,80	3	\$ 42,93	\$ 42,93	\$ 42,93		
Taza café americano y café con leche	40	\$ 2,80	\$ 112,00	4	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 28,00	
Copa para capuchinos	40	\$ 3,50	\$ 140,00	4	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	
Taza café expreso	40	\$ 2,00	\$ 80,00	4	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	
Cuchara de Postre	40	\$ 1,25	\$ 50,00	5	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Copa vino	40	\$ 3,21	\$ 128,40	4	\$ 32,10	\$ 32,10	\$ 32,10	\$ 32,10	
Cuchara de Café	40	\$ 2,27	\$ 90,80	5	\$ 18,16	\$ 18,16	\$ 18,16	\$ 18,16	\$ 18,16
Vaso Cervezero	40	\$ 2,50	\$ 100,00	4	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	
Cuchillos de mesa	40	\$ 4,50	\$ 180,00	5	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
Tenedor	40	\$ 4,60	\$ 184,00	5	\$ 36,80	\$ 36,80	\$ 36,80	\$ 36,80	\$ 36,80
Total			\$1.354,00	Total	\$ 340,66	\$ 340,66	\$ 330,66	\$ 241,06	\$ 100,96
Equipos de oficina									
Caja registradora	1	\$ 470,00	\$ 470,00	3	\$ 156,67	\$ 156,67	\$ 156,67		
Teléfono (Recepción y Oficina)	1	\$ 75,00	\$ 75,00	3	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00		
Total			\$ 545,00	Total	\$ 181,67	\$ 181,67	\$ 181,67		

Equipos de cocina	Cant.	Valor unitario	Valor total	Años	Deprec. Año 1	Deprec. Año 2	Deprec. Año 3	Deprec. Año 4	Deprec. Año 5
				vida útil					
Plancha lisa y estriada	1	\$ 437,50	\$ 437,50	5	\$ 87,50	\$ 87,50	\$ 87,50	\$ 87,50	\$ 87,50
Freidora de sobremesa	1	\$ 286,00	\$ 286,00	5	\$ 57,20	\$ 57,20	\$ 57,20	\$ 57,20	\$ 57,20
Licuada oster	1	\$ 100,00	\$ 100,00	5	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Exhibidor de vidrio de productos	1	\$1.562,50	\$1.562,50	5	\$ 312,50	\$ 312,50	\$ 312,50	\$ 312,50	\$ 312,50
Cafetera profesional	1	\$2.000,00	\$2.000,00	5	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Trampa de grasa	1	\$ 285,71	\$ 285,71	5	\$ 57,14	\$ 57,14	\$ 57,14	\$ 57,14	\$ 57,14
Lavadero de 2 pozos	1	\$ 780,00	\$ 780,00	5	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00
Campana extractora	1	\$ 785,93	\$ 785,93	5	\$ 157,19	\$ 157,19	\$ 157,19	\$ 157,19	\$ 157,19
Refrigerante puerta de vidrio vertical 1 puerta	1	\$1.785,71	\$1.785,71	5	\$ 357,14	\$ 357,14	\$ 357,14	\$ 357,14	\$ 357,14
Microondas	1	\$ 130,00	\$ 130,00	5	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00
Total			\$8.153,35	Total	\$1.630,67	\$1.630,67	\$1.630,67	\$1.630,67	\$1.630,67
Equipos de computación									
Laptop	1	\$ 600,00	\$ 600,00	3	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00		
Impresora Multifunción	1	\$ 150,00	\$ 150,00	3	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00		
Total			\$ 750,00	Total	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00		



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Diana Carolina Landín Vargas, con C.C #0926334434 autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad de Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 24 de febrero del 2017

Nombre: Landín Vargas Diana Carolina

C.C: 0926334434



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Lozano Márquez Denisse, con C.C #0952085694 autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad de Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 24 de febrero del 2017

Nombre: Lozano Márquez Denisse

C.C: 0952085694



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad de Implementación de un Café-Bar Literario para Fomentar Hábitos de Lectura y el Consumo de Productos Orgánicos en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Landín Vargas Diana Carolina Lozano Márquez Denisse		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Vera Salas Laura Guadalupe		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	24 de febrero del 2017	No. DE PÁGINAS:	149
ÁREAS TEMÁTICAS:	Ciudad de Guayaquil, sector Urdesa		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Café Literario, Alimentos orgánicos, consumidor, lectura, turismo		
<p>El objetivo principal de la propuesta es evaluar la factibilidad para la implementación de un café bar literario como propuesta de desarrollo turístico en la ciudad de Guayaquil, con lo cual se busca incentivar el hábito de lectura como actividad de ocio, y de la misma forma se busca promover la alimentación sana a través del consumo de productos orgánicos en el café y la repostería, que serán ofrecidos en el Café Bar Literario “La Tregua”. Análogamente se prevé contribuir culturalmente a la ciudad, a través de eventos culturales como artistas en vivo, presentaciones de libros y obras teatrales. Según el estudio financiero realizado, la inversión inicial de proyecto es de \$31.687,80; el valor actual neto (VAN) es de \$17.570,97; la tasa interna de retorno (TIR) es de 28,41%, el costo de beneficio es de 1,19 y el periodo de recuperación es de 3 años y 2 meses aproximadamente, de este modo se demuestra la factibilidad de la presente propuesta.</p> <p>The main objective of the proposal is to evaluate the feasibility for the implementation of a literary coffee bar as a proposal for tourism development in the city of Guayaquil, which seeks to encourage</p>			

the habit of reading as an activity of leisure, and similarly seeks to promote healthy eating through the consumption of organic products in the coffee and the bakery, which will be offered at Coffee Bar Literary “La Tregua”. You are similarly expected, to contribute culturally to the city through cultural events such as live artists, book’s presentations and theater.

According to the financial study carried out, the initial project investment is \$ 31,687.80; The net present value (NPV), is \$ 17.570,97; The internal rate of return (IRR) is 28.40%, the cost of benefit is 1.19 and the recovery period is approximately 3 years and 2 months approximately, thus demonstrating the feasibility of this proposal.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-4505388/ 0987979282 +593-4-6049836/ 0989706770	E-mail: nanita_92@gmail.com dnsse_sc@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	Teléfono: +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	E-mail: eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec	