



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA  
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO DEL PROYECTO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
CAFETERÍA CULTURAL EN LA CASA DE LA CULTURA  
ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN DE LA CIUDAD DE QUITO**

*Trabajo de Graduación presentado como requisito para optar por  
el Título de Tecnóloga en: Administración de Empresas*

**AUTORA: Consuelo del Rocío Puga Palomeque  
TUTOR: Dr. Augusto Calvopiña**

**Quito, junio de 2019**

## **CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto: Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería cultural en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión de la ciudad de Quito, presentado por el Srta. Consuelo del Rocío Puga Palomeque, para optar por el Título de Tecnólogo en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 28 días del mes de junio de 2019.

---

**FIRMA TUTOR**

No. C.C. 0500741723

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y conclusiones del trabajo de grado titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAFETERÍA CULTURAL EN LA CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN DE LA CIUDAD DE QUITO son de exclusiva responsabilidad de la autora, respetando los derechos intelectuales de terceros.

En consecuencia, declaro que el presente trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de este trabajo.

-----

Consuelo Puga Palomeque

## **DEDICATORIA**

A mis padres,

Por ser el fundamento de mi ser.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia por el apoyo incondicional que me brindan en todos los aspectos de mi vida, especialmente a mi madre María Consuelo quien ha sido la persona que ha alentado mi continua capacitación a lo largo de mi carrera como músico y como emprendedora.

A los funcionarios de La Casa de la Cultura Benjamín Carrión y a su presidente, Licenciado Camilo Restrepo Guzmán, por haber prestado todas las facilidades para realizar la investigación documental y de mercado dentro de las instalaciones de la misma.

Al personal docente del Instituto Superior Tecnológico HCPP por haber compartido sus conocimientos con eficiencia y eficacia, necesarios para realizar este trabajo.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	X
RESUMEN.....	1
TEMA:.....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVOS.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos.....	5
CAPÍTULO I.....	6
1. MARCO TEÓRICO.....	6
1.1 LA MICROEMPRESA.....	6
1.1.1 Clasificación de las microempresas.....	8
1.1.2 La microempresa de servicio de alimentos.....	10
1.1.3 La cafetería.....	11
1.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	11
1.2.1 Estudio de mercado.....	12
1.2.2 Estudio técnico.....	12
1.2.3 Estudio administrativo.....	13
1.2.4 Estudio legal.....	13
1.2.5 Estudio financiero.....	14
1.2.6 Evaluación financiera.....	14
1.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	15
CAPITULO II.....	17
2. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	17
2.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	17
2.2 POBLACIÓN.....	20
2.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	20
2.4 DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	21

2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	22
2.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	36
2.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	38
2.8 PLAN DE MARKETING.....	39
2.8.1 Plaza .....	39
2.8.2 Producto.....	39
2.8.3 Precio.....	40
2.8.4 Promoción .....	40
CAPITULO III .....	42
3. ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO .....	42
3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	42
3.1.1 Macro localización.....	42
3.1.2 Micro localización.....	42
3.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	44
3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	46
3.4 DESCRIPCIÓN DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA .....	47
3.5 DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS Y MATERIALES .....	48
3.6 DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS .....	50
3.7 LA CONSTITUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DE LA MICRO EMPRESA.....	50
3.7.1 Registro Único de contribuyentes (RUC).....	50
3.7.2 Permiso de funcionamiento Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) .....	52
3.7.3 Permiso de funcionamiento Ministerio del Interior .....	53
3.7.4 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ (LUAE).....	54
3.7.5 Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).....	55
3.8 FILOSOFÍA DE LA MICRO EMPRESA.....	58
3.9 ORGANIZACIÓN .....	59
3.10 FUNCIONES.....	60
Capítulo IV.....	61
4. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA .....	61
4.1 ESTUDIO FINANCIERO .....	61
4.1.1 Inversión del Proyecto .....	61
4.1.2 Financiamiento.....	64
4.1.3 Costos y gastos.....	64
4.1.4 Ingresos.....	65

4.1.5 Presupuesto de resultados o Ingresos y gastos .....	67
4.1.6 Balance General .....	70
4.2 EVALUACIÓN FINANCIERA .....	71
4.2.1 Valor Actual Neto - VAN .....	71
4.2.2 Tasa Interna de Rendimiento - TIR.....	72
4.2.3 Punto de equilibrio.....	73
CONCLUSIONES .....	74
RECOMENDACIONES .....	75
BIBLIOGRAFÍA.....	76
ANEXOS .....	78
Formato encuesta .....	78
Autorización Casa de la Cultura Ecuatoriana .....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- Estructura de empresas según su tamaño .....	7
Tabla 2- Estructura de empresas por sectores económicos .....	9
Tabla 3- Número de microempresas según actividad económica .....	11
Tabla 4- Estructura del Gasto Corriente de consumo monetario .....	19
Tabla 5- Actividades de Uso del Tiempo .....	20
Tabla 6 - Pregunta 1 .....	22
Tabla 7- Pregunta 2 .....	23
Tabla 8 - Pregunta 3 .....	24
Tabla 9 - Pregunta 4 .....	25
Tabla 10 - Pregunta 5 .....	27
Tabla 11 - Pregunta 6 .....	28
Tabla 12 - Pregunta 7 .....	29
Tabla 13 - Pregunta 8 .....	30
Tabla 14 - Pregunta 9 .....	31
Tabla 15 - Pregunta 10 .....	32
Tabla 16 - Pregunta 11 .....	33
Tabla 17 - Pregunta 12 .....	34
Tabla 18 - Pregunta 13 .....	35
Tabla 19 - Análisis de los resultados de las encuestas .....	36
Tabla 20 - Precio de los productos .....	40
Tabla 21 - Descripción del servicio .....	44
Tabla 22 - Maquinaria, equipo, muebles y enseres .....	62
Tabla 23 - Permisos y licencias .....	62
Tabla 24 - Capital de trabajo .....	63
Tabla 25 - Presupuesto de inversiones .....	63
Tabla 26 - Financiamiento externo .....	64
Tabla 27- Depreciación.....	65
Tabla 28 - Costos de operación .....	65
Tabla 29 - Presupuesto ingresos y egresos .....	66
Tabla 30 - Presupuesto de resultados.....	67
Tabla 31- Flujo neto de efectivo.....	69
Tabla 32 - Balance general .....	70
Tabla 33 - Punto de equilibrio .....	73

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1- Segmento de mercado.....	18
Ilustración 2 - Pregunta 1.....	22
Ilustración 3 - Pregunta 2.....	23
Ilustración 4 - Pregunta 3.....	24
Ilustración 5 - Pregunta 4.....	25
Ilustración 6 - Pregunta 5.....	27
Ilustración 7 - Pregunta 6.....	28
Ilustración 8 - Pregunta 7.....	29
Ilustración 9 - Pregunta 8.....	30
Ilustración 10 - Pregunta 9.....	31
Ilustración 11 - Pregunta 10.....	32
Ilustración 12 - Pregunta 12.....	34
Ilustración 13 - Pregunta 13.....	35
Ilustración 14 - Logotipo y promoción.....	41
Ilustración 15 - Micro localización.....	43
Ilustración 16 - Complejo de la CCE.....	43
Ilustración 17 - Edificio Administrativo y artístico del Complejo de la CCE.....	43
Ilustración 18 - Descripción del proceso.....	46
Ilustración 19 - Descripción de la infraestructura física.....	47
Ilustración 20 - Descripción de herramientas y materiales.....	49
Ilustración 21 - Organización.....	59

## RESUMEN

A través del presente estudio se pretende demostrar la factibilidad de la implementación de una Cafetería Cultural en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión ubicada en la ciudad de Quito.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana es el Centro Cultural más importante de la capital, con más de cuarenta mil personas circulando mensualmente por el complejo, personas que realizan actividades relacionadas con el ámbito cultural en los diferentes espacios dedicados a cultivar y difundir la cultura nacional e internacional, como son, las salas de teatro, cinemateca, bibliotecas, archivos, ágora, museos, entre otros.

A través de un análisis previo de la situación actual se determinó un problema, es decir, una necesidad insatisfecha, que se definió como la necesidad de los usuarios de la CCE de contar con un espacio dentro de la CCE que ofrezca servicio de cafetería en un ambiente acogedor, con alimentos saludables y buena atención.

En el Capítulo I se realiza una Investigación Bibliográfica y Webgráfica para enmarcar teóricamente la propuesta de estudio de factibilidad para emprender un proyecto de inversión que cubra dicha necesidad.

En el Capítulo II se realiza un Estudio del Mercado basándose en información primaria a través de encuestas y entrevistas con las personas que por diferentes motivos se encontraron dentro del complejo de la CCE. El análisis de los resultados de este estudio permitió establecer la oferta y la demanda existente, los gustos y preferencias de los potenciales clientes, sus hábitos de consumo y otras necesidades insatisfechas.

En el Capítulo III se realiza un Estudio Administrativo, Técnico y Legal, estudios que se encuentran enmarcados dentro de la planificación de la microempresa, y que serán el fundamento para la creación de la microempresa.

En el Capítulo IV se realizará el Estudio Financiero donde se realiza el análisis de la capacidad de la empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo; para terminar con la Evaluación técnica Financiera de los datos obtenidos, donde se determinará la viabilidad del proyecto a través de los indicadores de Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y el Punto de Equilibrio.

TEMA:

Estudio de factibilidad para la implementación de una Cafetería Cultural en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión de la ciudad de Quito.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Quito, siendo la capital de los ecuatorianos y patrimonio cultural de la humanidad, mantiene un movimiento cultural activo todo el año, y la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión (CCE) es un importante centro cultural de la ciudad que fue creada para robustecer la identidad ecuatoriana.

En esta casa convergen las distintas artes como son el teatro, la danza, la música, el cine, escultura, pintura y literatura; artes que son generadas dentro de la casa con talleres y grupos de teatro y danza, cinemateca, bibliotecas, auditorios para distintos tipos de actividades y museos que son visitados obligatoriamente por los turistas nacionales e internacionales; adicionalmente importantes encuentros, seminarios y foros académicos se realizan en las instalaciones de la CCE.

Dentro de la CCE existen dos cafeterías, una a la entrada del Museo Nacional y otra dentro de la Cinemateca en un segundo piso. En ambos casos sus horarios de atención al público se encuentran delimitados ya sea por el horario de 8 horas ordinarias de trabajo o condicionado por los horarios de presentación de las películas, en el segundo caso.

Esta situación da paso a encontrar el primer problema, es decir, la necesidad de las personas que asisten a programaciones que se dan fuera de estos horarios, queda sin ser atendida.

El segundo problema lo encontramos en el estudio de mercado que se realizó, donde se evidencia el poder adquisitivo y preferencias de las personas que asisten por diferentes motivos o que trabajan dentro de la Casa, este resultado es el que guía la estructuración de la oferta de productos y precios que se ajusten a las necesidades de los clientes potenciales de la cafetería cultural, que por el momento no se encuentran satisfechas por los servicios de las cafeterías anteriormente mencionadas.

Por su naturaleza, una Cafetería Cultural debe brindar un ambiente acogedor adecuado que estimule el diálogo, el encuentro, la tranquilidad y que sea apto para realizar actividades culturales, como la lectura con música apropiada, lanzamiento de libros, club de lectura, exposiciones de artes plásticas, presentaciones artísticas y otras actividades más.

Por lo anteriormente dicho se formula la siguiente pregunta: ¿La carencia de un lugar cultural adecuado dentro de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión para la espera y encuentro de los espectadores a los eventos, como un valor agregado a la CCE, ha generado la necesidad de implementar una Cafetería Cultural en ese lugar?

## JUSTIFICACIÓN

Esta investigación pretenderá demostrar la factibilidad del proyecto de implementación de una Cafetería Cultural dentro de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión ubicada en el centro norte de la ciudad de Quito.

“El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.” (Miranda, 2005)

Siendo la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión el Centro Cultural más importante de la ciudad, visitado por turistas nacionales y extranjeros y que es sede de diferentes encuentros académicos y culturales, tiene un flujo importante de personas todo el año y a toda hora del día.

Con este antecedente se puede calcular el número de personas beneficiadas con la implementación de una cafetería que brinde servicios de alimentación y productos culturales. Entre los grupos beneficiados más representativos se mencionan los siguientes:

- Artistas que trabajan dentro de la CCE
- Elencos de artistas externos a la CCE

- Alumnos
- Público asistente a los diferentes eventos que continuamente se realizan en la CCE
- Personas que visitan los museos, bibliotecas, archivos, cinemateca y otros.
- Grupos asistentes a seminarios, foros, encuentros, etc.
- Personal administrativo de la CCE
- Transeúntes

En los principales centros culturales de diferentes ciudades alrededor del mundo existen puntos de encuentro donde las personas puedan esperar el inicio de un evento, encontrarse con amistades, o simplemente disfrutar un buen café, con horarios de atención extendidos que se acomoden a las necesidades de los eventos culturales nocturnos.

Con este antecedente se propone la creación de un espacio con estas mismas características en la CCE, adicionalmente con la característica particular de ser el escenario para mostrar los trabajos resultado de los talleres que se imparten dentro de la Casa.

A pesar de que existen dos cafeterías, una en el Museo Nacional y otro en la Cinemateca, la CCE carece de un espacio con este concepto.

Este trabajo será una investigación exploratoria que presentará con claridad, cualitativa y cuantitativa los beneficios y beneficiarios de la implementación de este proyecto dentro de la Casa de la Cultura y demostrará la existencia de una necesidad insatisfecha de las personas que realizan sus actividades en este centro cultural.

## OBJETIVOS

### Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad que permita determinar la viabilidad de la implementación de una Cafetería Cultural en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión ubicada en la ciudad de Quito, mediante estudios bibliográfico y de mercado que guíen adecuadamente el estudio para encontrar una solución al problema.

## Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente, mediante una Investigación Bibliográfica y Webgráfica de lo relacionado a la elaboración de estudios de factibilidad para la implementación de una Cafetería Cultural en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión ubicada en la ciudad de Quito.
- Realizar una Investigación del Mercado utilizando fuentes primarias para determinar los gustos y preferencias de los potenciales clientes que realizan sus actividades relacionadas a la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, mediante la aplicación de diferentes herramientas de recopilación de datos.
- Establecer cuáles son los requerimientos técnicos y tecnológicos, así como los de organización y de funcionamiento para la creación de la micro microempresa Cafetería Cultural de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión ubicada en la ciudad de Quito.
- Realizar los análisis y evaluaciones financieras apropiadas que permitan determinar la rentabilidad del proyecto.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1 LA MICROEMPRESA

Empresa es el conjunto de personas naturales o jurídicas que realizan una actividad económica orientada a incluirse en el mercado de bienes y servicios con el propósito de satisfacer necesidades, pueden tener o no fines de lucro. Está compuesta por capital y trabajo y se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de servicios a la colectividad. Pueden ser públicas, privadas o mixtas.

Esta investigación se centra en la creación de una micro empresa que se ajusta a este emprendimiento; es decir que su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores y empleados no excede de 10. Jurídicamente hablando es una empresa unipersonal conformada por persona natural obligada o no a llevar contabilidad, acorde a sus ingresos.

Según un estudio realizado por Magill y Meyer, para la USAID, “Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre producto, mercados y precios y además constituye una importante (sino la más importante) fuente de ingresos para el hogar” P.15

“Microempresa es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.” (Registro Oficial n° 351, 2010)

En nuestro país se conoce como MIPYMES al conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo al número de trabajadores, volumen de ventas, años en el mercado, y sus niveles de producción, activos, pasivos (que representan su capital) tienen características similares en sus procesos de crecimiento. Este tipo de empresas se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o

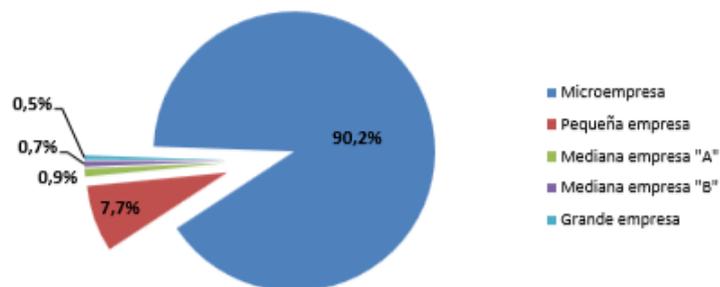
añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Las MIPYMES representan sobre el 90% de las unidades productivas, dan el 60% del empleo, participan en el 50% de la producción, y generan casi el 100% de los servicios que un ecuatoriano usa en un día, por ejemplo: tienda, almuerzos, copias, cabinas, buses, etc.

En el siguiente gráfico se puede observar la magnitud de estos datos frente a los otros tipos de empresas, reflejando la importancia de las microempresas en el movimiento económico y desarrollo del país.

Tabla 1- Estructura de empresas según su tamaño

### Estructura de empresas según su tamaño Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas año 2014



Tamaño de Empresa	No. Empresas	Porcentaje
Microempresa	760.739	90,2%
Pequeña empresa	65.135	7,7%
Mediana empresa "A"	7.929	0,9%
Mediana empresa "B"	5.588	0,7%
Grande empresa	4.253	0,5%
<b>Total</b>	<b>843.644</b>	<b>100,0%</b>

NOTA: Clasificación emitida por la Comunidad Andina de Naciones (CAN)

Fuente (INEC, 2014)

Al no contar con muchos trabajadores, las MIPYMES tienen estructuras organizacionales que se adaptan más rápidamente a los cambios de la economía. Adicionalmente, los cargos gerenciales tienen sueldos más cercanos a los del resto de la empresa, a diferencia de los cargos gerenciales de una gran empresa (donde un Gerente General gana cientos

de veces más que un empleado promedio), y esta particularidad de las MIPYMES ayuda a una mejor redistribución de la riqueza de una economía.

Las debilidades de las MIPYMES son principalmente la falta de conocimiento en el ámbito empresarial, la falta de capital o liquidez para crecer, insuficiente maquinaria y/o tecnología para sus procesos productivos, contables y administrativos, dificultad con competencia con grandes empresas multinacionales, falta de asesoría y programas específicos para MIPYMES, entre otras.

### 1.1.1 Clasificación de las microempresas

Esta clasificación se basa en el Directorio de Empresas del 2014 que se encuentra a su vez alimentado por los registros del Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Instituto de Seguridad Social (IESS). Con una cobertura de empresas de 843.644 empresas y 1'126.365 establecimientos. (INEC, 2014)

#### **Según la rama de actividad**

Constituye una estructura de clasificación coherente y consistente de todas las actividades económicas que realizan las empresas, emitida por la Organización de Naciones Unidas (ONU), basada en un conjunto de conceptos, principios y normas de clasificación.

•Secciones: A. Agricultura B. Minas y canteras C. Manufacturas D. Suministro energías E. Distribución de agua F. Construcción G. Comercio H. Transporte I. Alojamiento J. Información K. Financieras L. inmobiliaria M. Científico Técnico N. Administrativos O. Administración pública P. Enseñanza Q. Salud humana R. Arte S. otros servicios

#### **Según el sector económico**

Corresponde a un nivel agrupado de las actividades económicas (sección). La agregación permite simplificar la estructura sectorial de una economía.

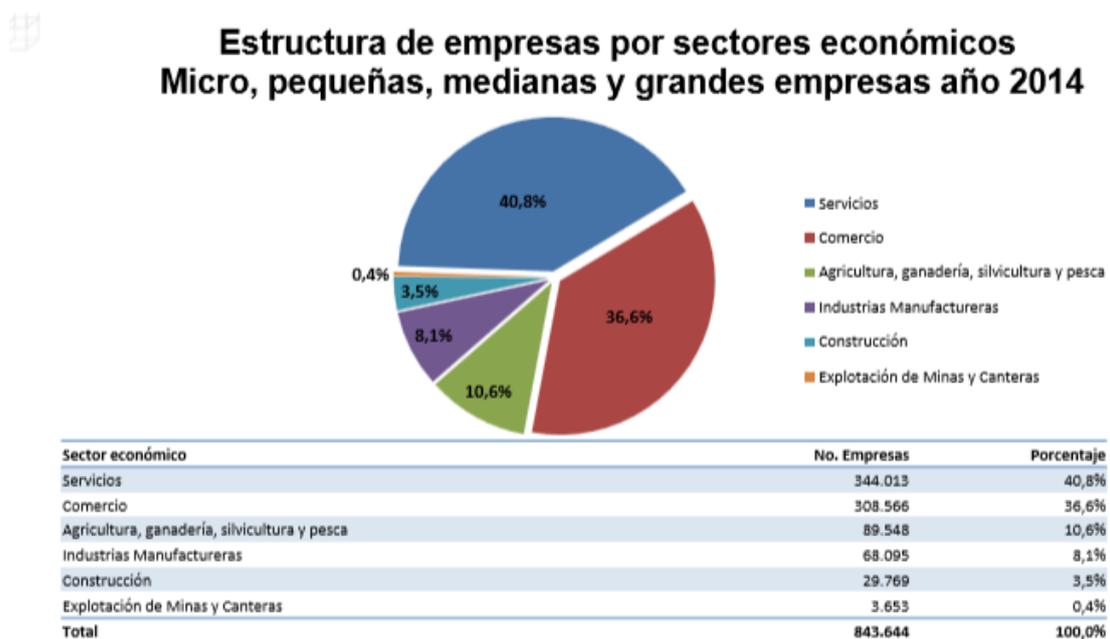
1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca: se dedican a la explotación de los recursos naturales.
2. Explotación de minas y canteras: se dedican a la explotación de los recursos naturales.
3. Industrias manufactureras: transforman la materia prima en productos terminados.
4. Comercio: son las que adquieren bienes o mercancías para su venta posterior.

5. Construcción: se dedican a la construcción comercial e inmobiliaria y de infraestructura.

6. Servicios: se caracterizan por la venta de servicios, sean profesionales o de cualquier otro tipo (Suministro energías, distribución de agua, transporte, alojamiento, información, financieras, inmobiliarias, científico técnico, administrativos, administración pública, enseñanza, salud, artes, otros servicios).

Como se observa en el siguiente gráfico las empresas con mayor representatividad en el ámbito económico son las de servicios y las de comercio. El INEC considera a las empresas de alojamiento, restaurantes (incluye cafeterías), y otros, como empresas de servicios.

Tabla 2- Estructura de empresas por sectores económicos



Fuente: (INEC, 2014)

## **Según el tipo de unidad legal**

Las empresas e instituciones según el tipo de unidad legal pueden ser personas naturales o personas jurídicas, a su vez este tipo de unidad legal con las particularidades jurídicas de cada empresa o institución puede derivarse en otras formas que el Directorio de Empresas denomina forma institucional (subclasificación de la unidad legal de las empresas e instituciones de acuerdo a sus características jurídicas).

### Persona natural

- Régimen impositivo simplificado (RISE)
- Personas naturales obligadas a llevar contabilidad
- Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad

### Persona jurídica

- Empresa constituida en sociedad con fines de lucro.
- Organización constituida en sociedad sin fines de lucro.
- Empresa Pública
- Instituciones públicas
- Organizaciones de la economía popular y solidaria

#### 1.1.2 La microempresa de servicio de alimentos

En la encuesta exhaustiva realizada en 2011, se dan a conocer las cifras de las microempresas según la actividad económica, donde se observa que la actividad de alojamiento y servicio de comidas se ubica en el tercer lugar después de las microempresas de comercio y las industrias manufactureras, por lo tanto, el número de personal ocupado entre hombres y mujeres es igualmente importante, así como su producción.

Tabla 3- Número de microempresas según actividad económica

www.ecuadorencifras.gob.ec								
CENSO NACIONAL ECONÓMICO - ENCUESTA EXHAUSTIVA 2011								
NÚMERO DE MICROEMPRESAS, PERSONAL OCUPADO, REMUNERACIONES, PRODUCCIÓN, CONSUMO INTERMEDIO, VALOR AGREGADO Y FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA								
ACTIVIDAD ECONÓMICA	NÚMERO DE MICROEMPRESAS	PERSONAL OCUPADO (Hombres)	PERSONAL OCUPADO (Mujeres)	REMUNERACIONES	PRODUCCIÓN	CONSUMO INTERMEDIO	VALOR AGREGADO	FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL (FLJ)
<b>TOTAL</b>	<b>401.142</b>	<b>394.170</b>	<b>404.774</b>	<b>1.209.285.393</b>	<b>7.899.210.211</b>	<b>3.405.195.795</b>	<b>4.434.014.416</b>	<b>369.259.726</b>
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	54.614	30.416	41.411	242.619.272	1.783.954.952	1.003.146.999	780.807.934	43.693.846
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO	51	151	67	4.539.122	10.238.072	1.969.416	9.369.656	-
DISTRIBUCIÓN DE AGUA, ALCANTARILLADO, GESTIÓN DE DESECHOS Y ACTIVIDADES DE SANEAMIENTO	153	578	299	4.210.425	9.399.785	3.077.220	6.111.955	1.789.057
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS	213.022	176.144	201.219	446.409.995	2.433.360.131	913.239.399	1.520.120.733	85.847.441
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	3.397	6.679	4.273	50.883.376	658.944.010	111.577.420	547.366.589	8.208.388
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS	40.659	40.553	65.656	160.770.589	1.262.232.629	775.459.755	498.772.874	22.308.981
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	17.852	13.669	15.099	28.598.931	197.713.224	32.532.966	135.160.266	17.279.940
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	1.126	1.993	1.270	18.506.935	196.435.299	48.449.797	147.985.502	132.481.614
ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	6.337	8.445	5.635	39.337.659	215.462.241	73.557.671	141.904.570	8.668.099
ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO	5.278	7.278	5.990	42.906.737	235.001.602	66.889.865	168.111.937	15.603.209
ENSEÑANZA	4.760	4.744	16.564	55.670.276	101.988.569	32.875.484	68.513.095	4.068.433
ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL	12.009	9.608	13.528	45.940.682	256.354.193	95.220.150	161.734.043	12.939.881
ARTES, ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN	2.607	3.915	1.945	5.865.359	127.265.623	19.150.323	139.127.300	1.446.423
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS	39.368	30.390	31.619	66.039.157	410.950.694	169.042.331	242.908.363	14.914.525

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-exhaustiva/>

### 1.1.3 La cafetería

Cafetería es “establecimiento donde se ofrece café y otras bebidas, así como alimentos fríos o que requieran poca preparación, así como sándwiches o platos combinados” según Word reference.com

Cafetería Cultural se entiende como la combinación de una cafetería con la pasión por las artes, esto se traduce a que además de las actividades propias de una cafetería, se brinda la oportunidad de participar en eventos culturales como lectura de poesía, exposiciones de pintura, teatro, instalaciones, música y cualquier expresión cultural que pueda ser presentado dentro del espacio físico de la cafetería.

La cafetería como concepto abstracto también ofrece ese espacio de encuentro, de espera, de conversación muy necesario en un ámbito cultural.

## 1.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.” (Miranda, 2005)

La UPEL (1998) define el proyecto factible como un estudio “que consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales” (p.7).

De igual manera, la Universidad Simón Rodríguez (1980) considera que un proyecto factible está orientado a resolver un problema planteado o a satisfacer las necesidades en una institución.

De las definiciones anteriores se deduce que, un proyecto factible consiste en un conjunto de actividades vinculadas entre sí, cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda tener una institución o un grupo social en un momento determinado.

Es decir, la finalidad del proyecto factible radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio. (Moya, 2002)

#### 1.2.1 Estudio de mercado

La investigación de mercado es “Obtención y análisis sistemático de información relacionada con un problema de mercadotecnia” (Stanton & Futrell, 1989)

Entendiéndose como mercado al intercambio de bienes o servicios por algo de valor, sea esto dinero, un servicio u otros productos para satisfacer un deseo.

#### 1.2.2 Estudio técnico

Es la determinación del tamaño más conveniente de la empresa, la identificación de la localización final apropiada y la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. El estudio técnico, además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles, de aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesarios, esto se conoce como ingeniería conceptual. En resumen, el

estudio técnico abarca: el tamaño adecuado, su localización, la ingeniería y obras complementarias y cronograma de realización. (Miranda, 2005)

### 1.2.3 Estudio administrativo

El estudio administrativo supone la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, identificación de canales de comunicación, entre otras, que dependiendo de la naturaleza del proyecto serán analizadas en detalle.

### 1.2.4 Estudio legal

#### 1. Constitución de la República de Ecuador

Art. 383 Se garantiza el derecho de las personas u los colectivos al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

#### 2. Normas de buenas prácticas de Manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) se aplican en todos los procesos de elaboración y manipulación de alimentos, y son una herramienta fundamental para la obtención de productos inocuos.

#### 3. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Art. 4/ literal b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en la micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria. (Registro Oficial n° 351, 2010)

#### 4. De acuerdo al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), el Consejo Sectorial de la Producción es el organismo de la Función Ejecutiva encargado de la definición de las políticas de desarrollo productivo y el fomento de las inversiones, que se conforma y funciona según lo establecido en

el COPCI, enmarcando sus directrices dentro del Sistema Nacional de Planificación.

#### 5. Plan Nacional del buen vivir

Objetivo 5 – construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

#### 1.2.5 Estudio financiero

Es la técnica que permite analizar los estados contables de la empresa con el fin de tomar decisiones encaminadas a la optimización de los recursos financieros. Los estados contables más importantes son: Estado de pérdidas y ganancias, estado de flujos de caja, Balance General, Estado de fuentes y usos

#### 1.2.6 Evaluación financiera

Indicadores de evaluación de Inversiones

**TMAR** - Tasa mínima de rendimiento aceptable

**TPR** – Tasa promedio de rendimiento

Si la  $TPR > TMAR$  = se acepta la inversión

Si la  $TPR < TMAR$  = se rechaza la inversión

**PRI, PRC** o Payback, – Período de recuperación de capital

Es la suma algebraica de la inversión y el flujo neto de efectivo (FNE)

**VAN, VPN, NPV, VNA** - Valor actual neto

Determina la viabilidad de la inversión

**TIR, IRR** - Tasa interna de rendimiento

Determina la rentabilidad del proyecto, porcentaje que ayuda a convertir al VAN en 0

Si la  $TIR > TMAR$  = rentable

Si la  $TIR < TMAR$  = no rentable

Si la  $TIR = TMAR$  = se elimina la evaluación

### **Beneficio / Costo**

Criterio que permite determinar y comparar la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficios actualizados. (Miranda, 2005)

### **EVA – Valor económico agregado**

Es un indicador que señala la valía de la empresa una vez que se ha entregado al inversionista la rentabilidad sobre su inversión, es decir, el costo del capital

### **EBITDA –**

Es un indicador que refleja el verdadero resultado operativo, sin tomar en cuenta gastos financieros ni gastos no desembolsables. Se calcula anualmente (series temporales) y responde al principio de sostenibilidad de la empresa. Ganancias antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones

## 1.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES

1. **Agenda cultural:** la programación de los eventos culturales que se realizarán dentro de las diferentes salas de la casa de la Cultura.
2. **Artes:** acto mediante el hombre imita o expresa lo material o lo invisible, valiéndose de la materia, de la imagen o del sonido y crea: copiando o imaginando. Son consideradas artes el teatro, la danza, la música, el cine, escultura, pintura y literatura.
3. **Café pasado:** En el Perú, Ecuador y Bolivia se llama café pasado al molido y filtrado por agua a través de una manga cónica de tela o papel poroso o una cafetera metálica.
4. **Concesión:** cesión, por parte de una administración u organismos públicos, a un particular o a una empresa del derecho de ejecución de una obra o explotación de un servicio.
5. **Convenio:** pacto, acuerdo entre personas, organizaciones, instituciones, etc.

6. **Cultura:** resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos. Conjunto de modos de vida o costumbres de una época o grupo social.
7. **Emprendimiento:** iniciar una empresa, tomar riesgos y la persona que asume estos riesgos es un emprendedor. Según el Diccionario de la Lengua Española la definición de emprendedor es “Que emprende con resolución acciones dificultosas”.
8. **Factibilidad:** realizable, posibilidad o viabilidad.
9. **Horarios extendidos:** Ampliar el margen de funcionamiento fuera de la organización de las horas habituales en que se realizan determinadas actividades.
10. **Institución autónoma:** financiamiento por parte del gobierno ecuatoriano, no obstante, toma sus propias decisiones.
11. **Intercambio de libros:** iniciativa encaminada a atraer lectores y fomentar el hábito y disfrute de la lectura.
12. **Menaje de cafetería:** muebles y utensilios de una cafetería.
13. **Mercado:** personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y el deseo de gastarlo.
14. **Mercadotecnia:** sistema total de actividades tendientes a planear, fijar precios, promover y distribuir en los mercados los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.
15. **Microempresa:** Aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US S 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.
16. **Señalética:** ayuda a guiar a las personas en muchos ámbitos y en todos los lugares, es entendido por todos.

## **CAPITULO II**

### **2. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN**

Una vez identificado y delimitado el problema o carencia que motiva esta investigación, se procede a realizar una investigación de mercado exploratoria a través del levantamiento de información, es decir, información primaria obtenida a través de entrevistas y encuestas como técnicas principales de la investigación de campo.

Adicionalmente realizará un análisis en base a información secundaria obtenida de la rendición de cuentas de la CCE del año 2108, para la obtención de estadísticas acerca de los servicios culturales que se ofrece y el nivel de asistencia a los mismos.

#### **2.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

“La segmentación de mercados es el proceso de dividir el mercado heterogéneo total de un producto en varios segmentos, cada uno de los cuales tiende a ser homogéneo en todos los aspectos importantes” (Stanton & Futrell, 1989) p.172

La mercadotecnia recomienda delimitar el mercado y encontrar un mercado meta a través del proceso de segmentación basado en conceptos homogéneos generales como son género, edad, nivel económico o grupo étnico, para luego segmentar en categorías utilizando también criterios macro ambientales de situación geográfica, culturales, capacidad adquisitiva, escolaridad, personalidad, entre otros, para luego realizar un perfil de segmento que muestra los intereses de los consumidores potenciales del servicio que se ofertará.

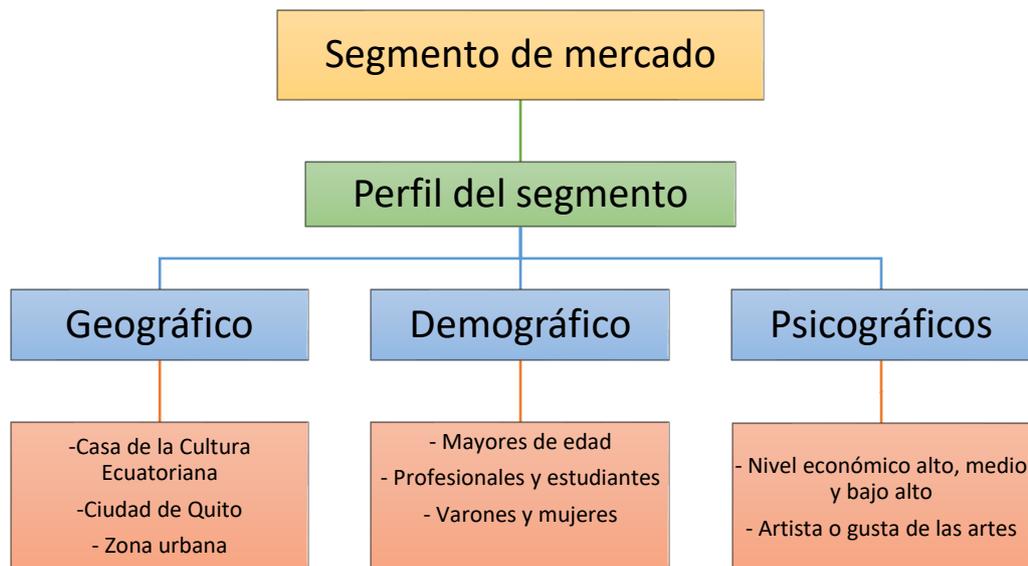


Ilustración 1- Segmento de mercado

Fuente: encuesta. Elaborado por Consuelo Puga

El perfil de segmento de los potenciales clientes de la Cafetería Cultural, de por sí ya se encuentra delimitado por el hecho de estar ubicada dentro de un Centro Cultural de importancia como es la CCE, el mismo que se constituye de la siguiente manera:

Hombres y mujeres mayores de edad sean profesionales o estudiantes, que tengan capacidad adquisitiva, que se dediquen a cultivar o gusten de las artes y que realicen actividades de esparcimiento o laboral en la CCE ubicada en la ciudad de Quito.

Esta segmentación es medible, accesible, es sustancial y tiene elementos diferenciales, además de ser susceptible de acción, es decir se espera una favorable respuesta hacia la oferta.

Tabla 4- Estructura del Gasto Corriente de consumo monetario



El 24,4% del gasto de los hogares es destinado a la adquisición de Alimentos y Bebidas no alcohólicas, seguido por transporte con el 14,6% del gasto.

**Estructura del Gasto Corriente de Consumo Monetario Mensual**

Divisiones	Gasto Corriente mensual (en dólares)	%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	584.496.341	24,40
Transporte	349.497.442	14,60
Bienes y servicios diversos	236.381.682	9,90
Prendas de vestir y calzado	190.265.816	7,90
Restaurantes y hoteles	184.727.177	7,70
Salud	179.090.620	7,50
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	177.342.239	7,40
Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	142.065.518	5,90
Comunicaciones	118.734.692	5,00
Recreación y cultura	109.284.976	4,60
Educación	104.381.478	4,40
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	17.303.834	0,70
<b>Gasto de Consumo del hogar</b>	<b>2.393.571.816</b>	<b>100,00</b>

Fuente:(www.ecuadorencifras.gob.ec, 2011)

Según los resultados del censo 2011-2012 el consumo mensual de alimentos y bebidas no alcohólicas en relación al gasto es del 24,40%, actualizado este porcentaje al año 2019 con un aumento del 1,7 anual da un valor de 26,55%; siendo este el valor más alto con respecto a otros tipos de gasto.

Así mismo, se observa que el gasto en recreación y cultura en relación al gasto total mensual es de 4,60% el que al ser actualizado al año 2019 es de 5%, considerado un valor considerablemente bajo.

Adicionalmente, es importante saber el tiempo que las personas dedican a actividades de tipo recreativo, de acuerdo al cuadro que sigue, se observa que alrededor de 10 horas semanales son utilizadas en este tipo de actividades; tomando en cuenta que la cafetería se encuentra dentro de un importante Centro Cultural de la ciudad donde las personas asisten por actividades de aprendizaje, convivencia, lectura, necesidades personales a más de las actividades recreativas, esto nos lleva a pensar que las horas promedio del uso del tiempo en actividades no productivas en su totalidad podrían ser invertidas dentro de la CCE.

Tabla 5- Actividades de Uso del Tiempo



**Actividades de Uso del Tiempo (Horas promedio semanal)**

ACTIVIDADES				Diferencia (H - M)
<b>Actividades no Productivas</b>	<b>91:02</b>	<b>90:07</b>	<b>90:27</b>	<b>- 0:54</b>
- Aprendizaje y estudio	28:07	30:31	29:28	2:23
- Convivencia y actividades recreativas	9:54	10:17	10:09	0:23
- Medios de Comunicación y Lectura	10:22	10:51	10:41	0:29
- Necesidades Personales	67:26	65:55	66:29	- 1:31
- Tiempo Propio (meditación y descanso)	4:34	5:05	4:53	0:30

Fuente: (www.ecuadorencifras.gob.ec, 2019)

## 2.2 POBLACIÓN

Según los datos publicados en la página web de la CCE se estima que en promedio mensualmente 40.000 personas realizan actividades dentro de este Centro Cultural, por lo tanto, son potenciales clientes de la cafetería cultural. (www.casadelacultura.gob.ec, 2018)

De estas 40.000 personas, 39.600 son usuarios de los servicios culturales que brinda la CCE, entre bibliotecas, museos, cinemateca, servicios de prestación de espacios destinados a la cultura como teatros y otros; el personal admirativo suma 248 personas y alrededor de 152 son artistas autónomos que trabajan dentro de la CCE en espacios concesionados.

[http://www.casadelacultura.gob.ec/lotaip/19/2018/Diciembre/literal\\_d\\_servicios\\_que\\_ofrece\\_y\\_las\\_formas\\_de\\_acceder\\_a\\_ellos\\_diciembre.pdf](http://www.casadelacultura.gob.ec/lotaip/19/2018/Diciembre/literal_d_servicios_que_ofrece_y_las_formas_de_acceder_a_ellos_diciembre.pdf)

## 2.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

La unidad de análisis es la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, ubicada en el centro norte de la ciudad de Quito.

n = muestra

N = población

P = probabilidad que ocurra el hecho

Q = probabilidad que no ocurra el hecho  
 PQ = 0,25 (cuartil)  
 E = margen de error (8%)  
 K= 2

$$n = \frac{P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 \cdot 40.000}{(40.000 - 1) \frac{0,08^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{10.000}{(39.000) \frac{0,0064}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{10.000}{62,40 + 0,25}$$

$$n = \frac{10.000}{62,65}$$

$$n = 155,65$$

## 2.4 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Se ha elaborado una encuesta de 13 preguntas cerradas para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales de la cafetería cultural, estructuradas de la siguiente manera:

3 para análisis de la demanda

5 para análisis de la oferta

1 para determinar el precio del producto

1 para análisis de comercialización

3 para establecer la frecuencia

## 2.5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

### 1. ¿Cuántas veces visita la CCE?

Tabla 6 - Pregunta 1

Respuesta	N°	%
De 1 a 5 veces al mes	82	64,57
De 1 a 10 veces al año	21	16,54
Es mi primera vez	7	5,51
A diario	17	13,39
Total	127	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

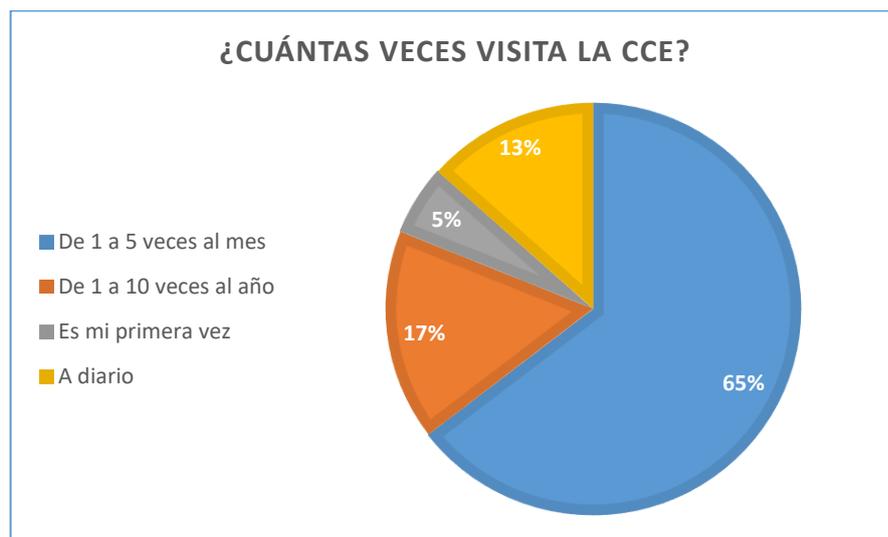


Ilustración 2 - Pregunta 1

#### Análisis e interpretación

Por medio de la pregunta realizada a las personas que se encontraron dentro de la CCE durante la realización de la encuesta, se puede observar que un gran porcentaje de ellas asiste de 1 a 5 veces al mes por diferentes motivos, esto indica que son clientes potenciales de la cafetería cultural, debido a que su permanencia en la CCE es habitual; este indicador es seguido por el de personas que van por lo menos una vez al mes, sumando alrededor de un 90% de asiduos visitantes.

## 2. ¿Cuál es su motivo para estar en la CCE?

Tabla 7- Pregunta 2

Respuesta	N°	%
Trabajo aquí	18	11,61
Vine a ensayar	39	25,16
Asisto a clases	20	12,90
Pasaba por aquí	12	7,74
Soy turista	9	5,81
Vine a un evento	47	30,32
Otro	10	6,45
Total	155	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

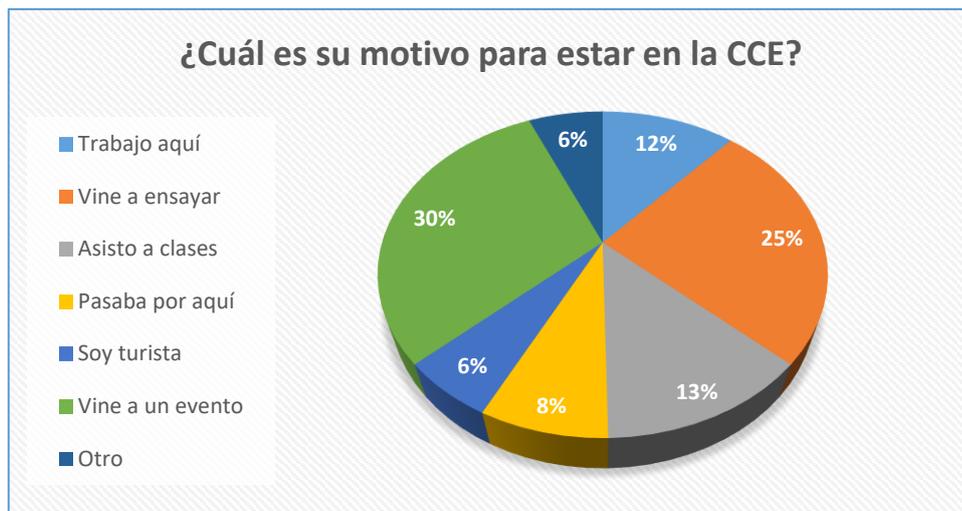


Ilustración 3 - Pregunta 2

### Análisis e interpretación

Es importante para este emprendimiento conocer el motivo por el cual existe un gran porcentaje de asistencia frecuente a la CCE, de esta manera se logrará discernir el tipo de consumidores potencial con los que contará la cafetería. Concluyendo que este conjunto de personas se ajusta al perfil de segmento requerido. Poco menos del 70% son personas que asisten a los eventos, clases y talleres que se realizan en la CCE, porque gustan del arte y/o son artistas.

3. ¿Conoce usted lugares que oferten servicios de cafetería en la CCE o en sus alrededores?

Tabla 8 - Pregunta 3

Respuesta	N°	%
Sí	39	30,71
No	88	69,29
Total	127	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

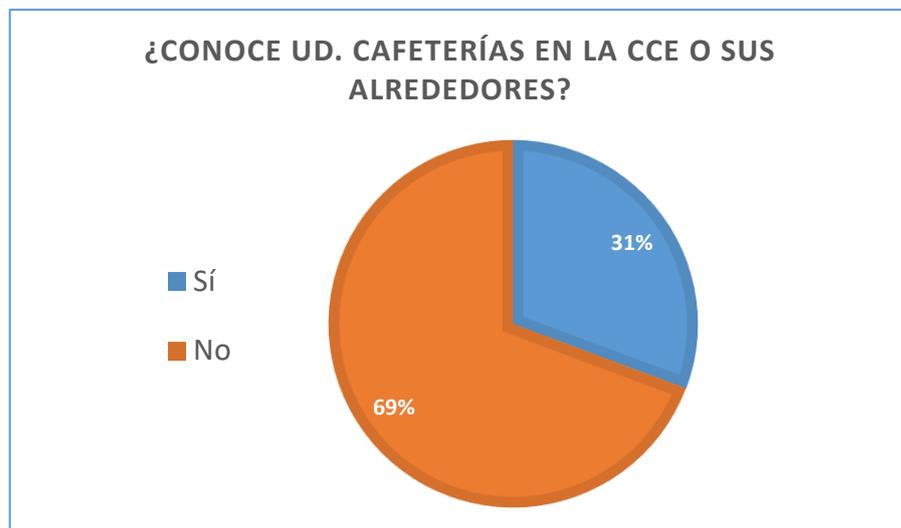


Ilustración 4 - Pregunta 3

### Análisis e interpretación

Se expresa claramente en esta respuesta el desconocimiento por parte de la gran mayoría de investigados de la existencia de cafeterías dentro o en los alrededores de la CCE. Este dato aparte de ser un indicador positivo para la implementación de este proyecto, también podría demostrar la falta de una necesidad de acceder a los servicios de cafetería por parte de los usuarios de la CCE. Incertidumbre que será aclarada oportunamente con otra pregunta.

4. En caso de conocer cite los nombres

Tabla 9 - Pregunta 4

Respuesta	N°	%
Hotel Colón	7	15,22
Sweet & Coffee	13	28,26
Quiosco ambulante	3	6,52
Sala El Triciclo CCE	1	2,17
MuNa CCE	5	10,87
Mama Charito CCE	11	23,91
Mc Donald	2	4,35
Cinemateca CCE	1	2,17
Don Soto	1	2,17
Juan Valdez	2	4,35
Total	46	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

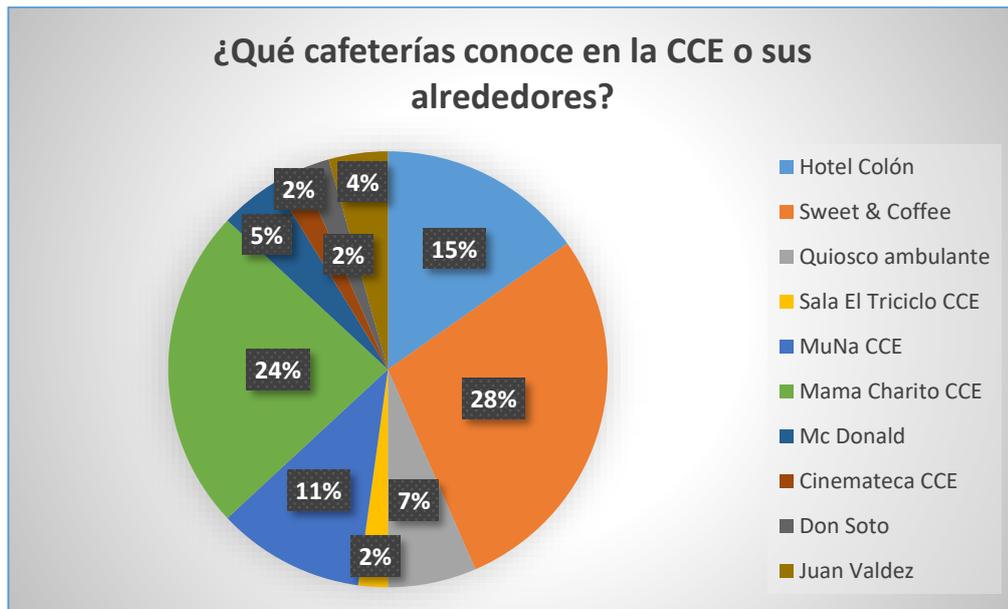


Ilustración 5 - Pregunta 4

## Análisis e interpretación

Como complemento de la pregunta anterior que dio como resultado de alrededor del 30% de personas que sí conocen alguna cafetería en la CCE o sus alrededores, se pide que se mencionen los nombres para el respectivo análisis de los valores más representativos. De ese 30%, el 28% de investigados frecuentan Sweet & Coffee, una empresa de prestigio que ofrece un excelente servicio y se ubica a casi 3 cuadras de la CCE; seguido por el 25% que consume café donde Mama Charito, un quiosco ubicado dentro de la CCE a la entrada de la Sala Benjamín Carrión, donde no se ofrece en realidad un servicio de cafetería. A estos dos sitios le sigue el Hotel Colón, a dos cuadras de la CCE, ofrece servicio de cafetería en diferentes espacios con variedad de precios.

A pesar de haber dos cafeterías representativas dentro de la CCE, apenas obtienen un 11% la cafetería del Museo Nacional (MuNa) y un 2% la cafetería de la Cinemateca, dos espacios muy visitados, no obstante, sus cafeterías no lo reflejan.

5. ¿Cree que hace falta un lugar cómodo y con buen servicio de cafetería dentro de la CCE?

Tabla 10 - Pregunta 5

Respuesta	N°	%
Sí	122	96,83
No	4	3,17
Total	126	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga



Ilustración 6 - Pregunta 5

### Análisis e interpretación

Este resultado es uno de los indicadores más importantes para la presente investigación debido a que el 97% de personas encuestadas expresan la necesidad de un espacio dentro de la CCE que brinde un buen servicio de cafetería con un ambiente cómodo y acogedor.

El factor distancia en esta pregunta es el que tiene mayor incidencia para esta investigación, la cercanía de una cafetería para quienes trabajan, estudian o asisten a los eventos de CCE es importante, ya que evita su traslado a lugares más alejados, lo que conlleva más tiempo y presumiblemente más dinero.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en servicios de cafetería?

Tabla 11 - Pregunta 6

Respuesta	N°	%
Entre \$2 y \$4	99	77,95
Entre \$5 y \$8	24	18,90
Más de \$9	4	3,15
Total	127	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

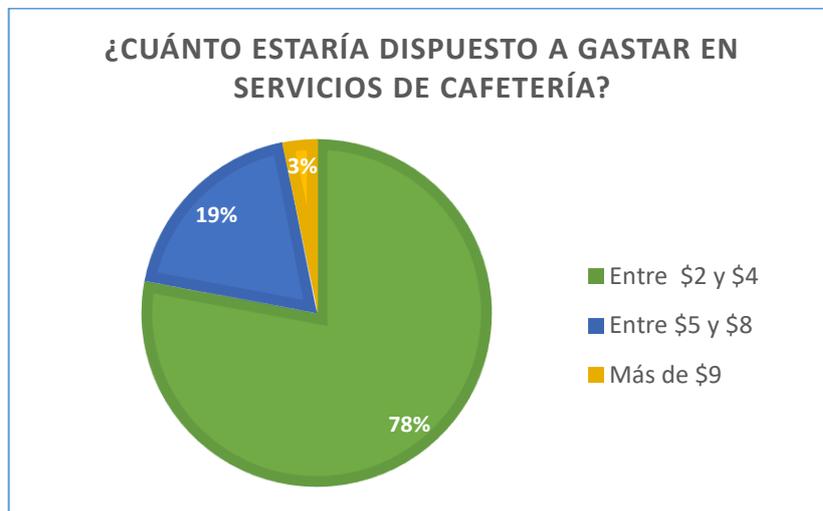


Ilustración 7 - Pregunta 6

Análisis e interpretación

El porcentaje resultado de esta pregunta es bastante alto, el 78% de los investigados está dispuesto a pagar entre \$2 y \$4 en su consumo de cafetería. Este resultado se encuentra dentro de lo esperado puesto que el perfil del potencial consumidor de la cafetería, a pesar de tener capacidad adquisitiva, es un segmento de población directa o indirectamente dedicada al arte, en su mayoría independientes, es decir con ingresos no fijos que fluctúan de mes a mes, no obstante, gustan de espacios acogedores donde invertir su tiempo libre.

Alrededor del 20% estarían dispuestos a gastar entre \$5 y \$8, es un indicador al que no se le debe restar importancia, puesto que podría ser tomado en cuenta en la elaboración del menú y sus precios.

7. Para preferir nuestro servicio ¿qué gustaría que se ofrezca?

Tabla 12 - Pregunta 7

Respuesta	N°	%
Buena atención	7	5,15
Precios cómodos	14	10,29
Higiene	7	5,15
Seguridad	4	2,94
Todas las anteriores	104	76,47
Total	136	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

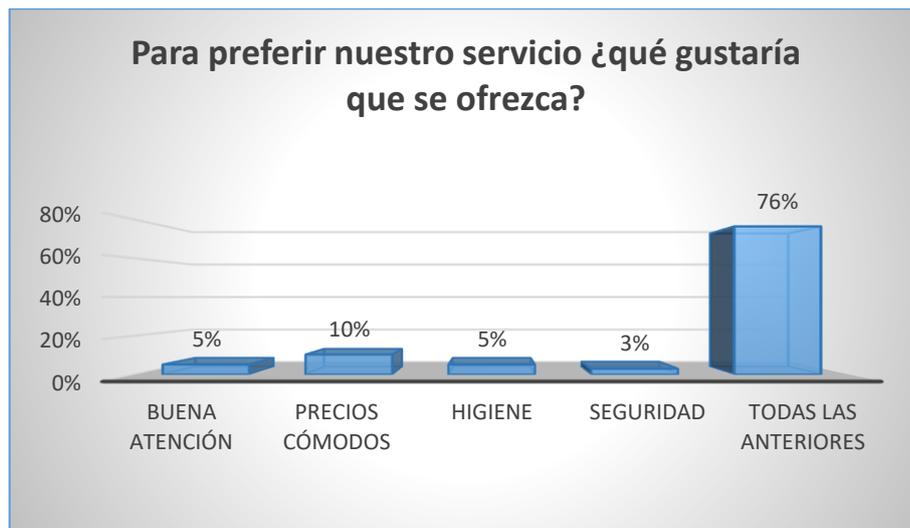


Ilustración 8 - Pregunta 7

Análisis e interpretación

El 76% de los encuestados coinciden en que una cafetería debe tener buena atención, precios cómodos, higiene y seguridad, con una ligera preferencia a tener precios cómodos. Adicionalmente se valora el ambiente a través de lo que se escucha, con preferencia a tener música suave de ambiente que complemente el espacio, también es muy particularmente importante para algunas personas contar con servicios higiénicos provistos de lo necesario.

8. ¿Utiliza usted los servicios de las cafeterías existentes dentro de la CCE?

Tabla 13 - Pregunta 8

Respuesta	N°	%
Sí	12	9,45
No frecuentemente	29	22,83
No las conozco	86	67,72
Total	127	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

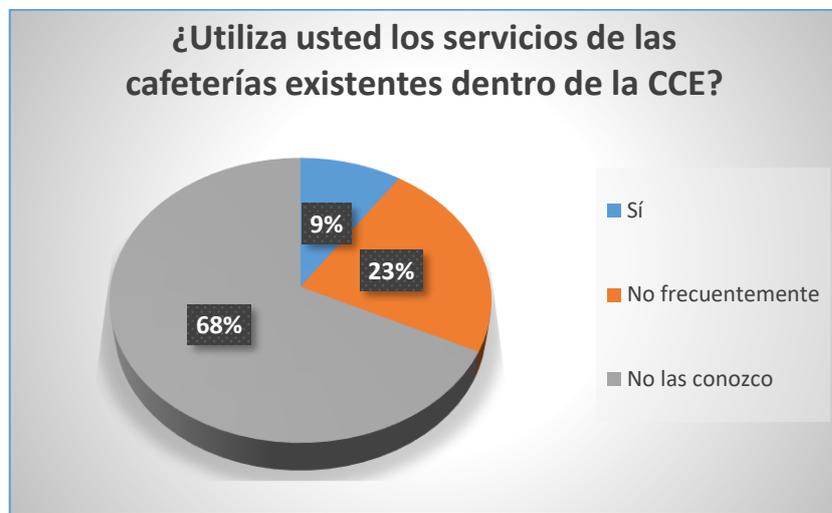


Ilustración 9 - Pregunta 8

Análisis e interpretación

A través de esta pregunta se pretende conocer la oferta que existe en la actualidad dentro de la CCE, en un sondeo anterior a la encuesta se conoció que existen tres lugares y un quiosco que ofrecen servicio de cafetería. El 68% de los investigados desconoce la existencia de cafeterías que funciones dentro de la CCE, el 23% que las conoce, no las utiliza frecuentemente y únicamente el 9% de las personas asiste a ellas. El porcentaje de personas que no conoce las cafeterías dentro de la CCE es muy alto, siendo un indicador importante para esta investigación, en principio llama la atención debido a que un Centro Cultural tan representativo de la ciudad y del país carezca de cafetería, esto basándose en la encuesta, ya que los investigados desconocen la existencia de alguna; y en segunda instancia es un indicador de la deficiente promoción que aquellas cafeterías tienen, esto indica que la publicidad del Café de la Casa debe ser eficiente.

## 9. No frecuentemente ¿por qué?

Tabla 14 - Pregunta 9

Respuesta	N°	%
No oferta el producto que necesito	6	15,38
Es muy caro	12	30,77
No está abierto cuando lo necesito	9	23,08
No me gusta los alimentos que ofrece	7	17,95
Por su ambiente	3	7,69
Otro	2	5,13
Total	39	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

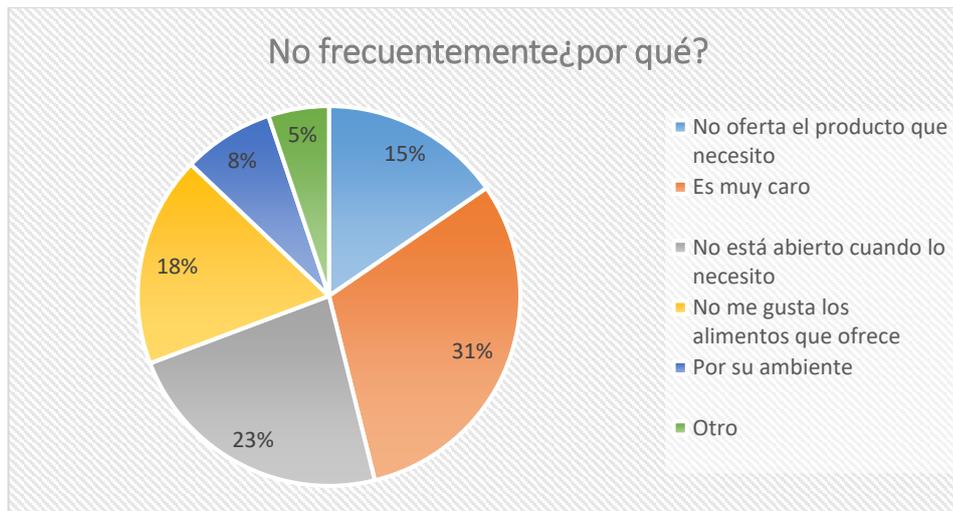


Ilustración 10 - Pregunta 9

### Análisis e interpretación

Del grupo que conoce las cafeterías de la CCE y su respuesta fue que no las utiliza frecuentemente (23%) se extrae que el 31% considera que el lugar es muy caro, seguido por un 23% que dice que el lugar no se encuentra abierto cuando lo necesita y en tercer lugar un 18% expresa que los alimentos que se ofrecen en las cafeterías no son de su agrado. Adicionalmente un pequeño grupo manifestó que asistían debido a que no existía otra opción.

## 10. Sí ¿por qué?

Tabla 15 - Pregunta 10

Respuesta	N°	%
Tiene lo que necesito	4	22,22
Se ajusta a mi presupuesto	7	38,89
Está abierto cuando lo necesito	2	11,11
Me gusta los alimentos que ofrece	1	5,56
Por su ambiente	3	16,67
Otro	1	5,56
Total	18	100

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

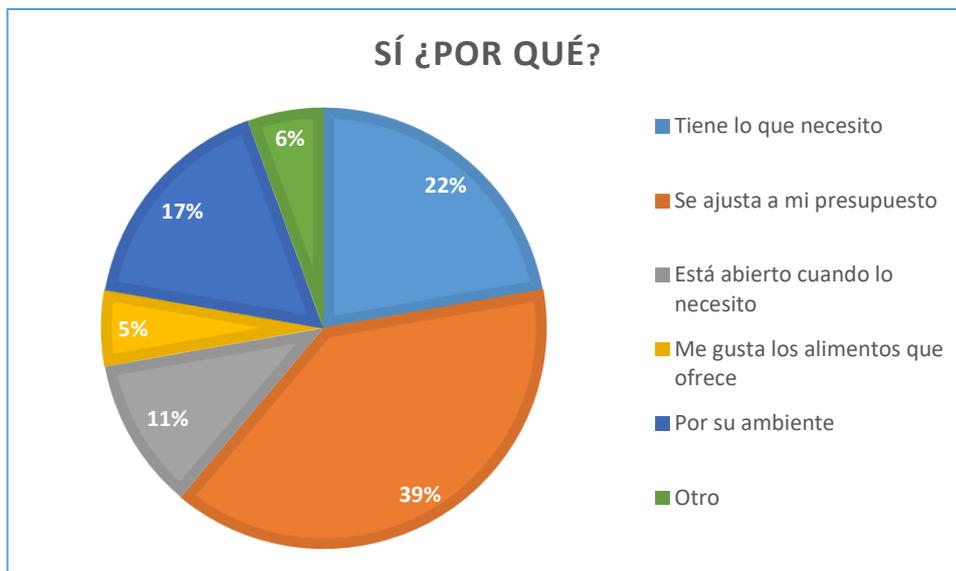


Ilustración 11 - Pregunta 10

### Análisis e interpretación

Del 9% de personas que sí asisten a las cafeterías existentes en la CCE el 39% dice que los precios se ajustan a su presupuesto y 22% que esas cafeterías tienen lo que necesitan. Estos valores pierden representatividad frente al bajo porcentaje que asiste a las cafeterías existentes.

11. ¿Qué tipo de alimentos consumiría en una cafetería dentro de la CCE?

Análisis e interpretación

Para establecer los gustos y preferencias de los consumidores se realiza una pregunta abierta donde se expresa la preferencia de las personas por la comida rápida y también por la comida ligera, lo que coincide en un 100% con el menú que se anticipó a esta investigación. Adicionalmente, un factor determinante para los clientes es tener un buen servicio de internet. Se presentan los resultados de los gustos y preferencias de los potenciales clientes del Café de la Casa en el cuadro a continuación.

Tabla 16 - Pregunta 11

café	sánduches fríos y calientes
jugos	empanadas
gaseosas	humitas
agua	quimbolito
bebidas calientes	tamales
helados	galletas
aperitivo	cupcake
vino	lasaña
ensalada de frutas	bolón
ensalada de vegetales	tigrillo
	desayuno

## 12. ¿Con qué frecuencia visita una cafetería?

Tabla 17 - Pregunta 12

Respuesta	N°	%
Siempre	25	21,55
De repente	77	66,38
Nunca	14	12,07
Total	116	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

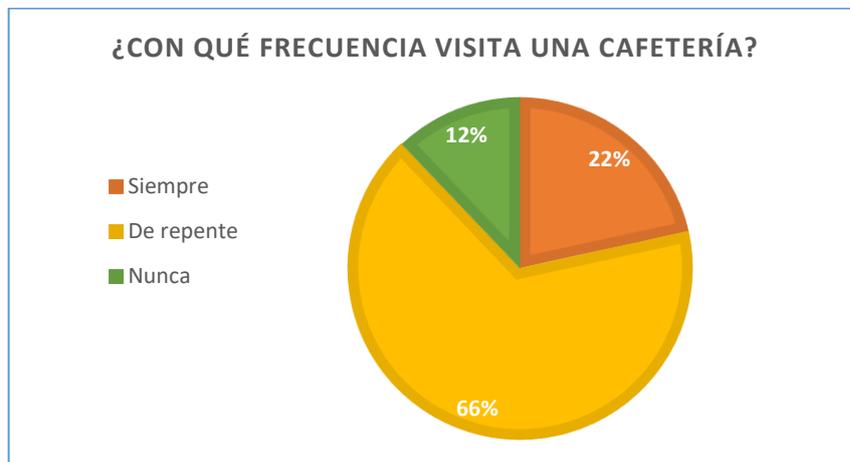


Ilustración 12 - Pregunta 12

### Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta refleja que la mayoría de investigados no va frecuentemente a una cafetería por diferentes motivos (66%), este es el grupo de clientes potenciales a quienes deben dirigirse las campañas de promoción para cautivar su preferencia; este porcentaje sumado al 22% de personas que siempre visitan una cafetería, da como resultado 88% que es un valor importante de posibles clientes de la cafetería cultural, demostrando que sí existe una demanda importante.

13. ¿Cómo desearía que sea más apropiado difundir la existencia de una cafetería cultural?

Tabla 18 - Pregunta 13

Respuesta	N°	%
Redes sociales	80	43,72
Hojas volantes	16	8,74
Rótulos	87	47,54
Total	183	100,00

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga



Ilustración 13 - Pregunta 13

### Análisis e interpretación

Al preguntar acerca de la preferencia en cuanto a la manera de promocionar los productos de la cafetería para su comercialización, más del 90% se decide por dos de las tres opciones que se le presenta, prefiere que se lo realice a través de redes sociales y señalética informativa dentro de la CCE. Esto responde a que se considera poco eficiente el método de hojas volantes para comercializar productos, además de que la utilización de papel para dichos fines es rechazada por quienes cuidan la naturaleza.

## 2.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Tabla 19 - Análisis de los resultados de las encuestas

PREGUNTA	ALTERNATIVA	RESPUESTA
¿Cuántas veces visita la CCE?	de 1 a 5 veces al mes de 1 a 10 veces al año es mi primera vez a diario	65% 17% 5% 13%
¿Cuál es su motivo para estar en la CCE?	Trabajo aquí Vine a ensayar Asisto a clases Pasaba por aquí Soy turista Vine a un evento Otro	12% 25% 13% 8% 6% 30% 6%
¿Conoce usted lugares que oferten servicios de cafetería en la CCE o en sus alrededores?	Sí No	31% 69%
En caso de conocer cite los nombres:	Hotel Colón Sweet & Coffee Quiosco ambulante Sala El Triciclo CCE MuNa CCE Mama Charito CCE Mc Donald Cinemateca CCE Don Soto Juan Valdez	15% 28% 7% 2% 11% 24% 5% 2% 2% 4%
¿Cree que hace falta un lugar cómodo y con buen servicio de cafetería dentro de la CCE?	Sí No	97% 3%
¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en servicios de cafetería?	entre \$2 y \$4 entre \$5 y \$8 \$9 o más	78% 19% 3%
Para preferir nuestro servicio que gustaría que se ofrezca	buena atención precios cómodos higiene seguridad todas las anteriores	5% 10% 5% 3% 76%
¿Utiliza usted los servicios de las cafeterías existentes dentro de la CCE?	Sí no frecuentemente no las conozco	9% 23% 68%
¿No frecuentemente, por qué?	No oferta el producto que necesito Es muy caro No está abierto cuando lo necesito No me gusta los alimentos que ofrecen Por su ambiente Otro	15% 31% 23% 18% 8% 5%

Sí, por qué	Tiene lo que necesito Se ajusta a mi presupuesto Por su ambiente Siempre está abierto cuando lo necesito Me gustan los alimentos que ofrecen Otro	22% 39% 17% 11% 5% 6%
¿Qué tipo de alimentos consumiría en una cafetería dentro de la CCE?	Comida rápida y comida ligera	100%
¿Con qué frecuencia visita una cafetería?	siempre de repente nunca no responde	22% 66% 12% 9%
¿Cómo desearía que sea más apropiado difundir la existencia de una cafetería cultural?	redes sociales hojas volantes rótulos	44% 9% 47%

Fuente: encuesta, elaborado por Consuelo Puga

Un 65% de los investigados asiste a la CCE de 1 a 5 veces al mes, lo que se traduce en que son personas que realizan diferentes actividades culturales regularmente dentro de la Casa de la Cultura.

Las personas que asisten a los eventos que la CCE realiza, suman el 30%, es un porcentaje bastante representativo.

69% de los encuestados no conoce que exista una cafetería dentro o en los alrededores de la CCE, indicador importante para este proyecto y el 97% tiene la necesidad de servicios de cafetería.

Un valor importante es el 78% de las personas están dispuestas a pagar entre 2 y 4 dólares en una cafetería. 76% preferiría la Cafetería Cultural por la buena atención, precios cómodos, higiene y seguridad.

100% de los encuestados tiene la tendencia a consumir comida que cumpla con tres características: rápida, ligera y saludable.

Las personas que asisten a una cafetería de repente suman el 66%, pudiendo ser consumidores potenciales, abiertos a la recepción de la promoción de la Cafetería Cultural.

Los rótulos y las redes sociales son los canales favoritos para realizar la promoción de la cafetería con un 47%.

## 2.7 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Este estudio no cubre solamente la demanda actual, sino también los pronósticos de consumo que se puedan estimar, con base a los datos del pasado y de otros elementos cualitativo, por lo tanto, es una función que depende del comportamiento de algunas variables, en este caso en particular depende del aumento o disminución de las actividades que se realicen en la CCE y de la decisión y voluntad de los entes gubernamentales de las que ella depende.

Además, influyen también el nivel de ingreso de los consumidores, sus hábitos de consumo y el comportamiento de los precios de los insumos, bienes sustitutos como complementarios.

Una vez procesados los resultados de la encuesta es posible realizar los siguientes cálculos de la demanda con los datos obtenidos:

Población promedio mensual	= 40.000
Demanda potencial 65%	= 26.000
Oferta existente o real 31%	= 12.400
Demanda insatisfecha	= 26.000 - 12.400 = 13.600
Equivale	= <b>34%</b>

Se estima una venta de 3.000 cafés mensuales que se traduce en la oferta o capacidad del proyecto y, de acuerdo al análisis de la demanda, esta cantidad al ser comparada con la demanda insatisfecha, da como resultado que con esa capacidad del proyecto se cubrirá apenas el 22% de la demanda insatisfecha.

## 2.8 PLAN DE MARKETING

Basándose en los resultados de la encuesta el 47% de investigados prefiere una difusión por medio de rótulos o señalética dentro de la CCE que brinde información sobre la cafetería; seguido muy de cerca por el porcentaje de 44% de personas que prefieren las redes sociales para su socialización, la mayor parte de personas se inclinaron por ambas opciones por lo que, más del 90% de encuestados se informará a través de redes y de rótulos in situ.

La promoción se estructura en base al Marketing mix o mezcla de Mercadotecnia, término acuñado en 1960 conocido también como las 4p's, es el proceso de planificación y ejecución de la concepción del producto, fijación del precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones, es decir, el mercado.

### 2.8.1 Plaza

Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, ubicada en la ciudad de Quito Metropolitano, en la Av. 6 de Diciembre 345.

### 2.8.2 Producto

Es necesario otorgar a los productos que se ofertarán en la cafetería, características conceptuales que direccionen la preferencia de los consumidores, que envíe un mensaje claro del tipo de alimentos y bebidas que se pueden adquirir.

Los productos que se ofrecen en una cafetería son generalmente alimentos fríos o que requieran poca preparación, café pasado, jugos naturales y otras bebidas no alcohólicas, sánduches fríos y calientes, ensaladas de vegetales y de frutas, humitas, arepas, pasteles y otros. Todos ellos, platos que se elaboran al horno, evitando así las frituras dentro del local.

Este concepto pre establecido coincide con los resultados de las encuestas, puesto que las personas prefieren comida rápida y ligera.

### 2.8.3 Precio

Se realiza un análisis de los precios de la competencia para fijarlos sobre, por debajo o igual que ellos, sin perder de vista el margen de ganancia que deseamos obtener, teniendo en cuenta la percepción del segmento al que nos dirigimos.

Tabla 20 - Precio de los productos

Producto	Precio
Café pasado	1,20
Café instantáneo, agua aromática	0,80
Jugos naturales	1,00
Ensalada de frutas	1,25
Ensalada de vegetales	1,25
Ensalada de vegetales con pernil o pollo	1,80
Arepas pernil o pollo	2,00
Humitas	1,25
Sánduche de queso	0,80
Sánduche de pernil, jamón o pollo	1,80
Tortilla de maíz con chile y queso	2,00
Corviche	0,80
Lasaña	2,50
Empanada	1,00
Porción de pastel	1,00
Yogurt	1,25
Pan de almidón	0,30
Desayunos	2,75

### 2.8.4 Promoción

Debido a la ubicación de la cafetería cultural, dentro de las instalaciones de la CCE, se realizará la promoción principalmente con señalética en lugares estratégicos de tránsito de personas, como son entradas a la CCE, entradas a los teatros y otros espacios, carteleras informativas pertenecientes a la CCE, entre otros.

Adicionalmente y apegados a la tendencia del uso de la tecnología para realizar campañas de publicidad, la promoción se realizará a través de propaganda en redes sociales enfocada a personas que se enmarquen dentro del perfil del segmento.

### 2.8.5 Logotipo

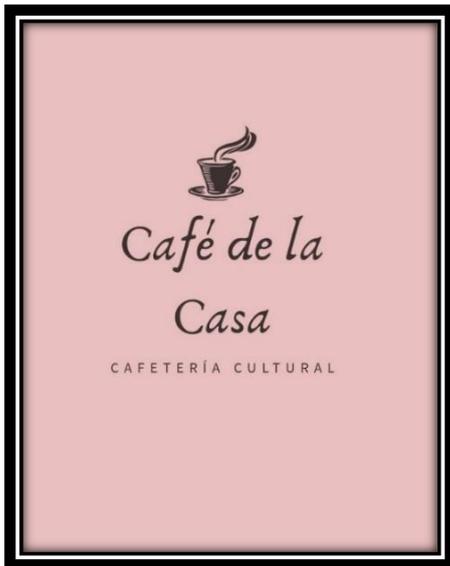


Ilustración 14 - Logotipo y promoción



## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO**

El estudio técnico es la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se analizan los aspectos técnico operativos del proyecto para la optimización de los recursos disponibles para la producción de los bienes o servicios que se desean; aspectos como el tamaño del lugar donde se brindará el servicio, localización, instalaciones, maquinaria, insumos requerido, entre otros.

Este estudio permite establecer la viabilidad del proyecto, por cuanto que se hace la valoración económica aproximada de los recursos necesario para la implementación del proyecto, sirviendo de base para el estudio financiero que se realizará posteriormente.

Por otro lado, el estudio administrativo es donde se establecerán las pautas que definen el rumbo y acciones a seguir para alcanzar las metas establecidas. El proceso científico de la administración determina que la planeación es la parte fundamental de un proyecto, ya que determina su planeación estratégica que identifica hacia dónde va la empresa, así como también la estructura organizacional de la empresa, aspectos legales, procedimientos administrativos y otros aspectos que son el andamio sobre el cual se construye la empresa.

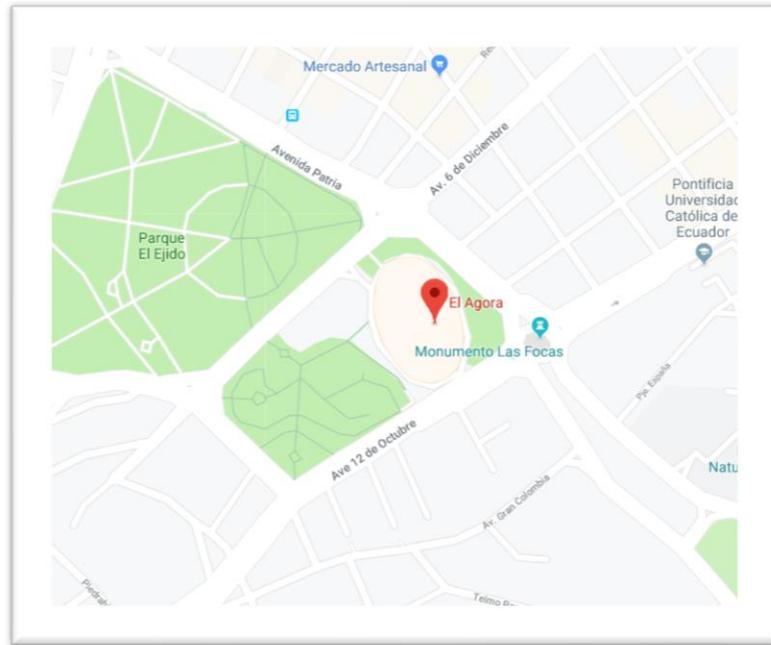
#### **3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

##### **3.1.1 Macro localización**

El proyecto se ubica en el centro norte de Quito Distrito Metropolitano, provincia de Pichincha, República del Ecuador.

##### **3.1.2 Micro localización**

Se ubica en la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, en la Av. 6 de Diciembre 345 y Av. Patria. La Cafetería Cultural el Café de la Casa, se ubicará dentro del complejo de la CCE, en el edificio administrativo conocido como “La casa Vieja”.



*Ilustración 15 - Micro localización*

Fuente: [www.google.com.ec](http://www.google.com.ec)



*Ilustración 16 - Complejo de la CCE*



*Ilustración 17 - Edificio Administrativo y artístico del Complejo de la CCE*

### 3.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio de cafetería tiene como concepto básico la oferta de comida rápida, ligera y saludable, por lo que se presenta un menú variado con alimentos elaborados al horno para evitar el consumo de grasas innecesarias, manteniendo la higiene del espacio y libre de olores desagradables que se impregnen en la ropa o el cabello.

El elemento insignia de este servicio es el buen café, elaborado con café de la costa ecuatoriana, específicamente de la provincia de Manabí.

Tabla 21 - Descripción del servicio

<b>INSUMO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>RINDE</b>	<b>VALOR POR UNIDAD</b>
Café	450 kg	\$ 5	25 tazas	\$ 0,20 por taza
Plátano verde	1	\$ 0,15	2 porciones	\$ 0,07 por porción
Harina precocida de maíz	450 kg	\$ 1	8 porciones	\$ 0,13 por porción
Frutas			1 porción	\$0,20 a 0,30 por porción
Pastel	450 kg	\$ 3	6 porciones	\$ 0,50 por porción

La Cafetería dará preferencia en la venta de alimentos elaborados por sus colaboradores, los que permiten dar un valor agregado importante a los insumos, no obstante, y de acuerdo a la encuesta donde se revela una preferencia importante hacia alimentos tradicionales envueltos en hoja, como son humitas, tamales y quimbolitos, se comercializarán estos alimentos elaborados por quienes tienen experticia en su quehacer; esto disminuye la utilidad en estos productos.

Las actividades cotidianas dentro de la CCE se dan desde 07h00 a 21h00, no obstante, cuando se realizan eventos de mayor envergadura, el horario se extiende hasta las 22h00. El Café de la Casa acompaña todas las actividades de la CCE, siendo flexible de acuerdo a la agenda cultural que se maneje, convirtiéndose de esta manera en un valor agregado de la CCE. Siendo las 7h00 la hora fija de apertura para atender los desayunos hasta las 10h00, en diferentes combinaciones.

Se estima vender 3000 cafés mensuales acompañados de algún alimento que se ofrece en la carta.

Los clientes serán atendidos por personal capacitado en servicio al cliente, con espíritu de servicio que contribuya con el ambiente acogedor planteado en el espacio de la cafetería.

### 3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

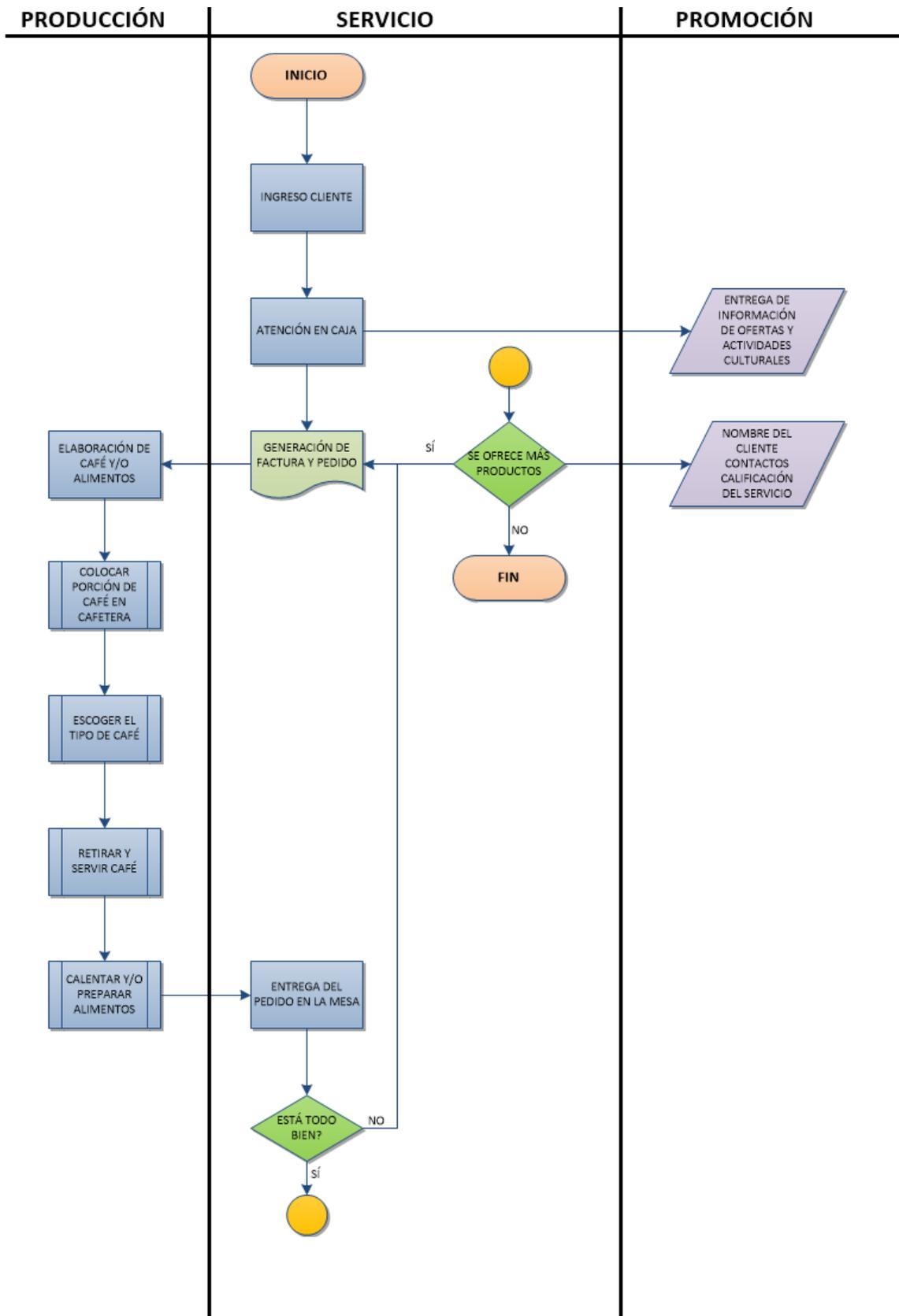
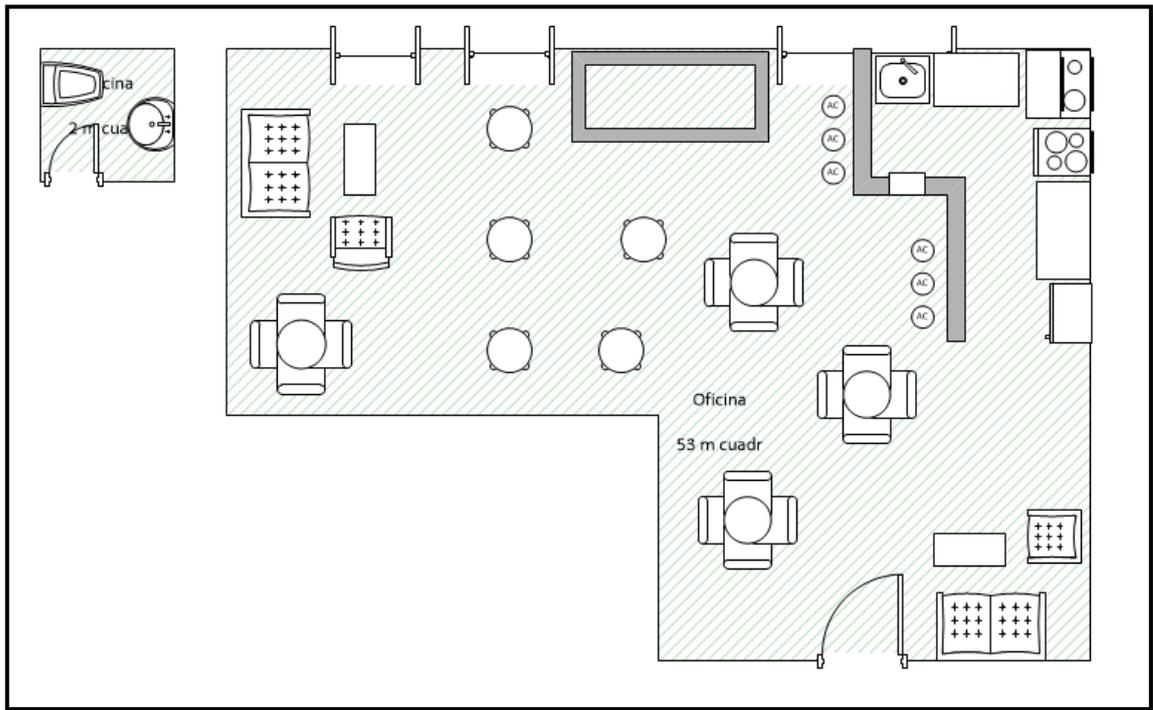


Ilustración 18 - Descripción del proceso

### 3.4 DESCRIPCIÓN DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA



*Ilustración 19 - Descripción de la infraestructura física*

Total, aforo: 50 personas

### 3.5 DESCRIPCIÓN DE HERRAMIENTAS Y MATERIALES

	<p>Cafetera industrial Iberital <b>\$3.500</b></p>
	<p>Molidor de café Curnill <b>\$200</b></p>
	<p>Cocina y horno semindustrial artesanal <b>\$270</b></p>
	<p>Congelador Dual Electrolux 200lts 7 Pies <b>\$267,99</b></p>
	<p>Exprimidor Industrial, 1/4 Caballo(200 Naranjas),1/2 Hp(500)<b>U\$69,99</b></p>
	<p>Extractor De Jugos Oster Fpstje317s <b>U\$144,99</b></p>

	<p>Caja Registradora Samsung <b>US 450</b></p>
	<p>Mesa y 4 sillas x 9 <b>US\$ 1080</b></p>
	<p>Cubiertos para restaurante <b>US\$ 100</b></p>
	<p>Platos para restaurante <b>US\$650</b></p>
	<p>Sofá y butacas x 4 <b>US\$ 1180</b></p>
	<p>Taburetes <b>US\$ 480</b></p>
	<p>Variedad de vasos <b>US\$150</b></p>

Ilustración 20 - Descripción de herramientas y materiales

MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 4.903,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.640,00
TOTAL	\$ 8.543,00

### 3.6 DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

**Administrador/a:** persona encargada de optimizar los recursos existentes dentro de una empresa.

**Personal de cocina:** persona encargada de la preparación y presentación de los alimentos.

**Mesero/a:** persona encargada de la atención al cliente.

### 3.7 LA CONSTITUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DE LA MICRO EMPRESA

#### 3.7.1 Registro Único de contribuyentes (RUC)

Deben inscribirse todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

Para la creación de una micro empresa, que se ajusta a este emprendimiento; es decir que su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores y empleados no excede de 10. Jurídicamente hablando es una empresa unipersonal conformada por persona natural obligada a llevar contabilidad.

“Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos

costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas”. (www.sri.gob.ec, 2018)

Los requisitos para inscripción en el Registro Único de contribuyentes (RUC) por primera vez son:

- Original y copia de la cédula de ciudadanía o pasaporte para extranjeros.
- Indicar actividad económica que realizará o tipos de transacciones contante que desempeñará según el bien
- Para justificar domicilio, deberá presentar el original y entregar la copia de uno de los siguientes documentos.
  - Planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono)
  - Factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada
  - Predio urbano o rural
  - Estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito
  - Notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos
  - Contrato o factura de arrendamiento o escritura de compra venta
  - Documento realizado por la entidad pública que haga constar la dirección.

“Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas”. Recuperado <http://www.sri.gob.ec/de/31>

Las principales obligaciones tributarias de una microempresa, son:

Inscribirse en los registros pertinentes de acuerdo a la actividad del negocio, como por ejemplo el Registro Único de Contribuyentes. Llevar los libros y registros contables correspondientes al negocio. Presentar las distintas declaraciones en las fechas que corresponden de acuerdo a la actividad del negocio.

Además de estas, existen otras obligaciones que se necesita cumplir de acuerdo con los ingresos que se genera en el negocio.

Si el negocio genera ingresos menores a \$60.000 cada año (desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre), califica para sacar el RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano). Es un certificado que permite simplificar el pago de impuestos para el negocio.

Algunos de los beneficios del RISE son: No se tiene que declarar impuestos, únicamente se tiene que entregar a los clientes comprobantes de venta simplificados en los que solamente se debe llenar la fecha y el monto de la venta. No se tiene que retener una porción del ingreso para pagar impuestos. No se tiene que llevar contabilidad del negocio.

Los microempresarios obligados a llevar contabilidad son:

Los microempresarios que han aportado más de \$60.000 en efectivo o en activos (maquinaria etc.) de su propio bolsillo para iniciar su negocio. Los microempresarios que tienen ingresos totales superiores a \$100.000 en el año anterior (1 de enero al 31 de diciembre) y los que presenten costos y gastos cada año que superan a los \$80.000.

### 3.7.2 Permiso de funcionamiento Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA [permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec](http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec), con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí.
- Una vez registrado, llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.

- Validado el pago, usted podrá imprimir su permiso de funcionamiento y factura.
- Recuerde que los siguientes requisitos serán verificados en línea con las instituciones pertinentes, por lo que no requiere adjuntar la siguiente documentación:
  - Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
  - Registro Único de Contribuyentes.
  - Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.

(www.controlsanitario.gob.ec, 2018)

### 3.7.3 Permiso de funcionamiento Ministerio del Interior

El Decreto Ejecutivo Nro. 623 de fecha 21 de diciembre de 2018 señala:

“El Ministerio rector de la seguridad ciudadana, protección interna y orden público, a través de las Intendencias Generales de Policía, otorgará el permiso de funcionamiento de los locales y establecimientos donde se prestan servicios de alojamiento a huéspedes, permanentes o transeúntes, restaurantes, o en general lugares donde se consuman alimentos y/o bebidas alcohólicas, que no estén regulados por la Ley de Turismo y su reglamento.”

Requisitos:

- 1. Cédula de ciudadanía (ecuatorianos) - pasaporte (extranjeros).
- 2. Patente Municipal.
- 3. Permiso de ARCSA.
- 4. Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- 5. RUC (será validado internamente)

(www.ministeriointerior.gob.ec, 2019)

### 3.7.4 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ (LUAE)

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito. La LUAE se debe obtener cada año, de manera obligatoria, y se la debe exhibir en un sitio visible del negocio.

No es necesario acercarse a las oficinas del Cuerpo de Bomberos a realizar la solicitud de inspección LUAE, ya que una vez realizado el trámite en el municipio automáticamente se le asignará un inspector para visitar el establecimiento.

La obtención de esta licencia es gratuita.

- Ingrese al portal de Servicios Ciudadanos del Municipio de Quito: <https://pam.quito.gob.ec>.
- Formulario de Solicitud LUAE
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística
- Copia de RUC
- Copia de cédula del representante legal
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal
- Copia del nombramiento del representante legal
- Autorización del dueño si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones

Ítems a inspeccionar Cuerpo de Bomberos:

- Las instalaciones eléctricas se encuentran dispuestas de manera ordenada protegidas por tuberías, canaletas (sin cables pelados o expuestos) evitando la sobrecarga de toma corrientes.
- Los elementos eléctricos tales como cajetines, toma corriente, contactores e interruptores, cuentan con sus respectivas protecciones y aislamientos.
- Existen extintores portátiles disponibles, cargados y operables, del tipo, cantidad y en la ubicación requeridos.

- Las vías de evacuación, medios de egreso se encuentran sin obstáculos de manera que permitan la evacuación de las personas.
- Las vías que conducen a la salida contarán con lámparas de emergencia de manera que garantice su iluminación por al menos 60 minutos. (Aplica para establecimientos con áreas mayores o iguales a 50 m<sup>2</sup>)
- Locales con áreas entre 50 y 200 m<sup>2</sup> cuentan con dos salidas separadas entre sí o, en el caso de tener una sola puerta ésta es de un ancho mínimo de 1.20 m.
- Las puertas de emergencia se encuentran sin dispositivos o cerrojos que impidan la evacuación de las personas, se abren en sentido de la evacuación y tienen un ancho mínimo de 86 cm.
- Los ambientes en los que existan equipos que empleen gas cuentan con ventilación superior e inferior de área 80 cm<sup>2</sup> c/u permanente al exterior.
- Los elementos constitutivos del sistema de gas licuado de petróleo como conectores flexibles, válvulas, reguladores son específicos para la presión de operación.
- Los generadores de agua caliente a gas (calefones) se encuentran ubicados en el exterior y presentan informe de mantenimiento.
- Las personas demuestran conocimiento en el manejo de extintores.
- Los extintores portátiles se encuentran suspendidos en soportes, gabinetes o en agujero de la propia mampostería.
- Toda edificación en la que se prevea la concurrencia de público cuenta con señales que indiquen las salidas o los caminos de recorrido a las mismas. (Aplica para locales con áreas iguales o superiores a 50 m<sup>2</sup>).

([www.bomberosquito.gob.ec](http://www.bomberosquito.gob.ec), 2018)

### 3.7.5 Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI)

Los derechos intelectuales se refieren a las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio. La Propiedad Intelectual otorga al autor, creador e inventor el derecho de ser reconocido como titular de su creación o invento y, por consiguiente, ser beneficiario del mismo.

Hay que buscar nombres, logotipos, diseños que sean originales, que permitan en el mercado distinguirse de su competencia. Muchas veces se buscan nombres que, por fáciles, son difíciles de proteger.

Una vez encontrada una buena marca, hay que hacer una búsqueda antes de lanzar el producto al mercado. Hay muchas personas que lanzan productos al mercado sin hacer la búsqueda, y terminan infringiendo derechos de terceros. Cuando eso sucede, esos terceros inician procesos legales directamente que pueden resultar en medidas cautelares, por ejemplo, secuestro de productos, prohibiciones de fabricación, indemnizaciones por daños; o, al menos, le mandan una carta al infractor para que en un plazo perentorio suspenda el uso de esa marca, lo cual significa pérdidas a las compañías. Entonces, un paso previo elemental es hacer la búsqueda. Si bien ninguna búsqueda es cien por ciento certera, al menos se tendrá una opinión sobre las posibilidades reales que un producto o servicio va a tener de usar determinada marca sin violar derechos de terceros.

Hecha la búsqueda, hay que solicitar el registro, y después estar atentos en el mercado y defender la marca. Cuando una marca se registra, pero no se defiende es cuando se empieza a diluir. La dilución consiste en la pérdida de poder distintivo de una marca. Muchas marcas conocidas ecuatorianas permitieron en su momento que otras marcas se les parecieran. Cuando hay términos que empiezan a ser usados por varias personas en el mercado, después es tremendamente complejo pretender que terceros no usen términos similares.

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.

Las búsquedas fonéticas nos sirven para verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a la que pretendemos registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad, se puede hacer vía correo electrónico a [foneticoquito@iepi.gob.ec](mailto:foneticoquito@iepi.gob.ec).

- Ingresar en la página del SENADI: [www.propiedadintelectual.gob.ec](http://www.propiedadintelectual.gob.ec)
- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL

- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- Ingrese a SOLICITUDES EN LINEA.
- Ingrese a la opción PAGOS
- TRAMITES NO EN LÍNEA
- Opción GENERAR COMPROBANTE
- Genere e imprima el comprobante de pago
- Realice el pago de la tasa de \$16
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del CENADI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@iepi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

#### TRAMITE PARA EL REGISTRO DE LA MARCA

- Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
- Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
- Opción REGISTRO  
Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS
- Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca
- GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208
- Cancele en el Banco del Pacífico

El nombre comercial es el rótulo o enseña comercial que identifica un local comercial y las actividades que desarrolla.

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Nombre Comercial. La protección del nombre comercial tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento. Un lema comercial es la frase publicitaria que acompaña a una marca, su trámite y costo es igual al de Nombre Comercial.

La inscripción o concesión de derecho de Nombre Comercial tiene los siguientes beneficios:

Desalienta el uso de su marca por los piratas.

Protege su prioridad del registro de estas marcas en otras naciones.

Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.

Derecho de otorgar licencias a terceros y de cobrar regalías.

Derecho de franquiciar su producto o servicio.

Ceder los derechos sobre su marca a terceros.

Posibilidad de garantizar un crédito con su marca.

Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

([www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec), s.f.)

## 3.8 FILOSOFÍA DE LA MICRO EMPRESA

### 3.8.1 Misión

Somos una cafetería que ofrece productos saludables de buena calidad y precios cómodos, en un ambiente acogedor y atendido por personal con alto espíritu de servicio para fomentar relaciones a largo plazo con los clientes. Basados siempre en sólidos principios de responsabilidad social y ambiental, buscando siempre el bienestar de sus clientes, colaboradores y de quienes forman parte de su entorno.

### 3.8.2 Visión

Constituirse en la cafetería líder en el sector cultural con un reconocimiento por ser el lugar más visitado por personas que gustan de las artes, como un punto de encuentro con un ambiente acogedor, con propuestas culturales innovadoras, alimentación saludable y excelente servicio.

### 3.8.3 Principios y valores

**TRABAJO:** únicamente a través del trabajo podemos cubrir las necesidades del núcleo microempresarial sirviendo a los demás.

**ESPÍRITU DE SERVICIO:** servir a los demás con entusiasmo, amor y alegría, desarrollando empatía con los clientes.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL:** compromiso y actitud de servicio hacia la comunidad, apegados al cumplimiento de las leyes, derechos y obligaciones propias del buen vivir, cuidando del medio ambiente que nos rodea.

**AUSTERIDAD:** cuidar y utilizar eficientemente lo que se tiene, optimizar el uso de los recursos y evitar desperdicios, implica gastar en lo necesario y prescindir de lo superfluo. La austeridad no es una limitación sino una posibilidad para crear, aprovechar, imaginar y crecer.

## 3.9 ORGANIZACIÓN



*Ilustración 21 - Organización*

### 3.10 FUNCIONES

#### ADMINISTRADOR

El administrador es quien coordina las acciones de los demás miembros de una empresa, es quien ejerce la dirección de una microempresa, lo cual es fundamental debido a que pone en marcha lineamientos establecidos en la planeación y organización de la empresa, implica ejercer el liderazgo, que incluye autoridad, supervisión, comunicación, motivación.

- En la microempresa es quien realiza las adquisiciones y los pagos.
- Realiza el cobro de los pedidos en caja.
- Realiza el manejo económico de la empresa, optimizando recursos.
- Está a cargo de proveer insumos y materiales necesarios.
- Realización de estado de resultados, estado de situación financiera, evolución del patrimonio y estado de flujos de efectivo.
- Es representante legal de la empresa.
- Mantiene al día las obligaciones legales.

#### PERSONAL DE COCINA

- Elaborar los alimentos y bebidas que se ofrecen en la cafetería
- Mantener informado al administrador acerca de insumos y materiales necesarios.
- Mantener su espacio de trabajo limpio y ordenado.

#### PERSONAL DE SERVICIO AL CLIENTE

- Atender a los clientes con cortesía
- Mantener informados a los clientes sobre promociones y eventos culturales.
- Elaboración del café
- Servir los alimentos a la mesa
- Recolectar los platos

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

#### **4.1 ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es fundamental para la evaluación de un proyecto de inversión y se sirve de varias fuentes de información, como son, inversiones, costos, gastos, ingresos, actuales y con proyección a mínimo 5 años, también la demanda, estructura impositiva y otros.

Su importancia no solamente radica en la viabilidad del proyecto, sino que permite visualizar a los accionistas la situación económica de la empresa y su visión a futuro, que permita tomar decisiones correctas y lograr una rentabilidad a largo plazo.

##### **4.1.1 Inversión del Proyecto**

Se entiende como inversión del proyecto a lo que se requiere para poner en marcha el emprendimiento o microempresa. La mayor parte de las inversiones se hacen antes de la puesta en marcha del proyecto, sin embargo, algunas inversiones se pueden realizar en el período de funcionamiento, ya sea para renovar algún activo o para incrementar la producción ante expectativas en el crecimiento de la demanda. (Miranda, 2005)

Las inversiones que se hacen en el período de instalación del proyecto se pueden clasificar en tres grupos:

Las activos fijos o no corrientes es la inversión en bienes tangibles, que se constituyen en patrimonio de la empresa, como son la maquinaria, equipos, muebles y enseres. Un importante rubro en este proyecto es por construcciones y obras civiles necesarias para garantizar el acceso peatonal para personas con discapacidad y la adecuación con acometidas para los servicios básicos. A excepción del terreno, si fuera el caso, los activos fijos van perdiendo valor por el uso que se les da en el proceso de producción u obsolescencia, este valor se refleja en la depreciación, por los que se les denomina activos fijos depreciables.

Tabla 22 - Maquinaria, equipo, muebles y enseres

MAQUINARIA Y EQUIPO	
CAFETERA	\$ 3.500,00
MOLEDOR DE CAFÉ	\$ 200,00
COCINA/HORNO	\$ 270,00
CONGELADOR	\$ 268,00
EXPRIMIDOR	\$ 70,00
EXTRACTOR DE JUGOS	\$ 145,00
CAJA REGISTRADORA	\$ 450,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.903,00</b>

MUEBLES Y ENSERES	
MESAS Y SILLAS	\$ 1.080,00
SOFÁ x 4	\$ 1.180,00
TABURETE	\$ 480,00
PLATOS	\$ 650,00
CUBIERTOS	\$ 100,00
VASOS	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.640,00</b>

Existen otros activos diferidos que son los gastos de constitución, estudios técnicos, gastos de organización y de montaje, gastos por capacitación o entrenamiento, entre otros. Estos gastos son considerados como activos intangibles de la empresa, algunos antes mencionados en el estudio legal-administrativo, como patentes y permisos de funcionamiento, obtención de la marca, elaboración del logotipo y otros más.

Tabla 23 - Permisos y licencias

PERMISOS Y LICENCIAS	
SENADI	\$ 224,00
ARCSA	\$ 38,16
OTROS	\$ 17,84
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 280,00</b>

El capital de trabajo se constituye por los recursos que se utilizarán para la operación normal del proyecto arriendo, dinero disponible en caja o bancos, cuentas por cobrar, servicios básicos, inventario de insumos y materiales, se incluye en este rubro la mano de obra necesaria para iniciar la producción y servicio de la microempresa, es decir, sueldos del personal; el cálculo del capital de trabajo permite determinar la capacidad del emprendimiento para continuar su actividad a corto plazo.

Tabla 24 - Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>PERÍODO</b>	<b>MES</b>
MATERIA PRIMA	\$ 830,00
SERV BASICOS	\$ 30,00
SUELDOS X 2	\$1.182,00
INTERNET	\$ 30,00
SUMINISTROS LIMPIEZA	\$ 15,00
SUMINISTROS OFICINA	\$ 15,00
PUBLICIDAD	\$ 100,00
IMPREVISTOS 5%	\$ 52,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.254,00,00</b>

Tabla 25 - Presupuesto de inversiones

<b>PRESUPUESTO DE INVERSIONES</b>	
1. INVERSIONES FIJAS	
1.1 DEPRECIABLES	
1.1.1 CONSTRUCCIONES Y OBRAS CIVILES	\$ 600,00
1.1.2 MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 4.903,00
1.1.3 MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.640,00
1.1.4 OTROS	
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 9.143,00
2. INVERSIONES DIFERIDAS	
2.1 ESTUDIOS	\$ 200,00
2.2 GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 280,00
2.3 GASTOS DE MONTAJE	\$ 50,00
2.4 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	
2.5 CAPACITACIÓN	
2.6 IMPREVISTOS	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 530,00
3. CAPITAL DE TRABAJO	
3.1 EFECTIVO	\$ 2.000,00
3.2 INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	\$ 254,00
3.3 CARTERA	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.254,00
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$11.927,00</b>

#### 4.1.2 Financiamiento

Una de las tareas más importantes para realizar las inversiones necesarias para poner en marcha un negocio es la identificación de fuentes de financiamiento. El origen de los recursos puede darse mediante el aporte de inversiones, a través de la emisión de acciones o bonos, con la utilización de créditos de bancos y corporaciones, leasing, factory, etc. (Miranda, 2005)

Con el conocimiento previo, resultado del estudio técnico administrativo del proyecto, se establecen los recursos necesarios para iniciar la operación de la empresa, por lo que, se debe igualmente establecer las fuentes de financiamiento para las inversiones planificadas, como se muestra a continuación:

- Financiamiento interno

Capital propio proveniente de ahorros de inversionista \$ 7000

- Financiamiento externo

Préstamo solicitado al Fondo de Cesantía del Consejo Provincial de Pichincha

Tabla 26 - Financiamiento externo

CAPITAL	PLAZO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN CUOTAS FIJAS	MONTO
\$5.000,00	36 MESES	11%	\$165,00	\$5.917,56

#### 4.1.3 Costos y gastos

Según Antonio Amaru en su libro Administración para Emprendedores (Amaru, 2008), gasto es todo desembolso, bien o servicio consumido en forma directa o indirecta para la obtención de ingresos, es decir, los gastos relativos a la administración, las ventas y los financiamientos y, costo es todo gasto relativo al bien o servicio utilizado en la producción de otros bienes o servicios, es decir, los gastos relativos al proceso de producción.

Se clasifican en grupos según su uso: costos fijos, costos variables, costos directos e indirectos.

Tabla 27- Depreciación

DEPRECIACIÓN					
INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 8.543,00	\$ 7.688,70	\$ 6.834,40	\$ 5.980,10	\$ 5.125,80	\$ 4.271,50
	\$ 854,30				
TOTAL DEPRECIACIÓN EN 5 AÑOS					\$ 4.271,50

Tabla 28 - Costos de operación

COSTOS DE OPERACIÓN					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1. COSTOS DE FABRICACIÓN</b>					
1.1 COSTO DIRECTO					
1.1.1 MATERIA PRIMA	\$ 9.960,00	\$ 10.539,60	10873,56	\$ 11.240,92	11645,01
1.1.2 MATERIALES DIRECTOS	\$ 996,00	\$ 1.053,96	1087,36	\$ 1.124,09	1164,50
1.1.3 MANO DE OBRA	\$ 4.728,00	\$ 4.728,00	\$ 4.728,00	\$ 4.728,00	\$ 4.728,00
1.1.4 PRESTACIONES	\$ 945,60	\$ 945,60	\$ 945,60	\$ 945,60	\$ 945,60
1.1.5 OTROS MATERIALES DIRECTOS					
1.2 GASTOS DE FABRICACIÓN					
1.2.1 MATERIALES INDIRECTOS	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 253,00	\$ 303,60	\$ 379,50
1.2.2 MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,00	\$ 337,00
1.2.3 PRESTACIONES					
1.3 OTROS GASTOS INDIRECTOS					
1.3.1 DEPRECIACIÓN	\$ 854,30	\$ 854,30	\$ 854,30	\$ 854,30	\$ 854,30
1.3.2 SERVICIOS	\$ 720,00	\$ 741,60	\$ 763,85	\$ 786,76	\$ 810,37
1.3.3 MANTENIMIENTO	\$ 200,00	\$ 206,00	\$ 212,18	\$ 218,55	\$ 225,10
1.3.4 SEGUROS					
1.3.5 IMPUESTOS	\$ 6.802,63	\$ 7.665,12	\$ 8.265,38	\$ 9.182,30	\$ 10.600,66
1.3.6 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00
1.3.7 OTROS					
<b>2. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
2.1 SUELDOS	\$ 9.456,00	\$ 9.456,00	\$ 9.456,00	\$ 9.456,00	\$ 9.456,00
2.2 PRESTACIONES	\$ 1.891,20	\$ 1.891,20	\$ 1.891,20	\$ 1.891,20	\$ 1.891,20
2.3 DEPRECIACIÓN ADMINISTRATIVA					
2.4 SEGUROS					
2.5 OTROS IMPUESTOS					
2.6 OTROS	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
<b>3. GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 1.380,00	\$ 1.518,00	\$ 1.669,80	\$ 1.836,78	\$ 2.020,46
<b>TOTAL COSTO OPERACIÓN</b>	<b>\$ 40.893,73</b>	<b>\$ 42.588,38</b>	<b>\$ 43.778,49</b>	<b>\$ 45.355,10</b>	<b>\$ 47.517,69</b>

#### 4.1.4 Ingresos

Según Juan José Miranda (Miranda, 2005), en un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio principalmente.

Tabla 29 - Presupuesto ingresos y egresos

PRESUPUESTO					
PRESUPUESTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Unidades Presupuestadas	36000	37080	38192	39338	40518
(*) Precio de venta unitario	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
Total	45.000,00	46.350,00	47.740,50	49.172,72	50.647,90
Ventas Unidades Presupuestadas	12.000	12.360	12.731	13.113	13.506
(*) Precio de venta unitario	1,30	1,33	1,35	1,38	1,41
Total	15.600,00	16.389,36	17.218,66	18.089,93	19.005,28
(=) TOTAL VENTAS PRESUPUESTAS	<b>60.600,00</b>	<b>62.739,36</b>	<b>64.959,16</b>	<b>67.262,64</b>	<b>69.653,17</b>
<b>ENTRADAS POR VENTAS</b>					
100% Contado	60.600,00	62.739,36	64.959,16	67.262,64	69.653,17
0% Crédito	-	-	-	-	-
TOTAL ENTRADAS EFECTIVO	<b>60.600,00</b>	<b>62.739,36</b>	<b>64.959,16</b>	<b>67.262,64</b>	<b>69.653,17</b>
<b>PRESUPUESTO DE COMPRAS</b>					
Ventas presupuestada en unidades	36000	37080	38192	39338	40518
(+) Café	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Ventas presupuestada en unidades	12000	12978	13367	13768	14181
(+) Porciones promedio	2.760,00	2.842,80	2.928,08	3.015,93	3.106,40
(=) SALIDAS POR COMPRAS	<b>9.960,00</b>	<b>10.042,80</b>	<b>10.128,08</b>	<b>10.215,93</b>	<b>10.306,40</b>
100% contado	9.960,00	10.042,80	10.128,08	10.215,93	10.306,40
0% crédito	-	-	-	-	-
TOTAL SALIDAS EFECTIVO	<b>9.960,00</b>	<b>10.042,80</b>	<b>10.128,08</b>	<b>10.215,93</b>	<b>10.306,40</b>
<b>PRESUPUESTO DE CAJA</b>					
<b>(A) ENTRADAS DE EFECTIVO</b>					
Ventas Presupuestadas	60.600,00	62.739,36	64.959,16	67.262,64	69.653,17
Cuentas pendientes mes anterior	-	-	-	-	-
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	<b>60.600,00</b>	<b>62.739,36</b>	<b>64.959,16</b>	<b>67.262,64</b>	<b>69.653,17</b>
<b>(B) SALIDAS DE EFECTIVO</b>					
Compras presupuestadas	9.960,00	10.042,80	10.128,08	10.215,93	10.306,40
Cuentas por pagar	-	-	-	-	-
Gastos de Operación	40.893,73	40.773,38	41.963,49	43.540,10	45702,69
Adquisición de activos	-	-	-	-	-
Obligaciones Bancarias	1.980,00	1.980,00	1.980,00	1.980,00	1.980,00
TOTAL SALIDAS EFECTIVO	<b>52.833,73</b>	<b>52.796,18</b>	<b>54.071,58</b>	<b>55.736,02</b>	<b>57.989,10</b>
(C) FLUJO DE FONDOS (A-B)	<b>7.766,28</b>	<b>9.943,18</b>	<b>10.887,58</b>	<b>11.526,62</b>	<b>11.664,07</b>
(D) SALDO INICIAL	-	7.766,28	17.709,46	28.597,04	40.123,66
(E) NUEVO SALDO DE CAJA (C+D)	<b>7.766,28</b>	<b>17.709,46</b>	<b>28.597,04</b>	<b>40.123,66</b>	<b>51.787,73</b>
<b>(F) FINANCIAMIENTO</b>					
DEVOLUCIÓN APORTES SOCIOS	-	-	-	-	-
Pago Préstamos	-	-	-	-	-
SALDO FINAL DE CAJA	<b>7.766,28</b>	<b>17.709,46</b>	<b>28.597,04</b>	<b>40.123,66</b>	<b>51.787,73</b>

#### 4.1.5 Presupuesto de resultados o Ingresos y gastos

Tabla 30 - Presupuesto de resultados

PRESUPUESTO DE RESULTADOS			%
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>			
Ventas netas		\$ 60.600,00	100
(-) Costos		\$ 26.912,10	44,41
(=) Utilidad bruta en ventas		\$ 33.687,90	55,59
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>		\$ 19.119,00	31,55
<b>De administración</b>			
Sueldos	\$ 14.184,00		
Beneficios sociales	\$ 2.835,00		
Servicios básicos	\$ 720,00		
<b>De Ventas</b>			
Publicidad	\$ 1.380,00		
(=) Utilidad operacional (o pérdida)		\$ 14.568,90	24,04
<b>(+ -) OTROS INGRESOS Y GASTOS</b>			
Arriendos generados			
Pérdidas ocasionales			
(-) Impuesto a la renta 25%		\$ 6.802,63	
<b>(=) Utilidad del ejercicio</b>		<b>\$ 7.766,28</b>	12,82
(después de impuestos)			

#### Interpretación y análisis

- El costo de ventas representa el 44,41% de las ventas netas. Es un valor poco representativo, ya que la Técnica Financiera recomienda que el costo de ventas no supere el 60% en relación a las ventas.
- La utilidad bruta en ventas representa el 55,59% de las ventas netas. Es un valor muy representativo, ya que la Técnica Financiera recomienda que la utilidad bruta en ventas supere el 40% en relación a las ventas.
- Los gastos operacionales representan el 31,55% de las ventas netas. Es un valor representativo, ya que la Técnica Financiera recomienda que los gastos operacionales no superen entre el 20% y 22% en relación a las ventas.

- La utilidad del ejercicio en operaciones representa el 24,24% de las ventas netas. Es un valor muy representativo, ya que la Técnica Financiera recomienda que la utilidad del ejercicio sea mayor, entre 15% y 17% en relación a las ventas.
- La utilidad del ejercicio después de impuestos representa el 12,82% de las ventas netas. Es un valor representativo, ya que la Técnica Financiera recomienda la utilidad del ejercicio después de impuestos sea mayor al 12% en relación a las ventas.



#### 4.1.6 Balance General

Tabla 32 - Balance general

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
Corriente		Corriente	
Caja general		Cuentas por pagar	
Bancos	\$ 2.602,70	IESS por pagar	
Inventarios			
		Largo plazo	\$ 5.000,00
No corriente			
Propiedad planta y equipo	\$ 4.903,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Muebles	\$ 3.640,00	Capital social	\$ 7.000,00
Depreciación acumulada	\$ 854,30	Utilidad del ejercicio	
Otros			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 12.000,00	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	\$ 12.000,00

## 4.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

El Estudio Financiero realizado en la sección anterior, permitió organizar la información económica del proyecto de la Cafetería Cultural, ahora es necesario analizar y evaluar dicha información a través de técnicas para poder tomar las mejores decisiones de inversión. El interés del inversionista está direccionado siempre a buscar que el dinero, con el que puede consumir hoy, pueda con él consumir más en el futuro. (Baca Urbina, 2007)

La misión del inversionista es buscar la mayor ganancia, esto en otras palabras significa que debe invertir en proyectos o empresas donde se obtenga un rendimiento superior al mínimo vigente en el mercado, es decir, para este tipo de proyectos, que el dinero rinda más en comparación con la tasa de interés que ganaría invirtiendo el dinero a plazo fijo en una entidad financiera, siempre y cuando esta tasa sea mayor a la inflación.

Es necesario establecer un parámetro de referencia que indique al inversionista si el desembolso que realizará será rentable o no, este parámetro es la Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable (TMAR).

$$TMAR = \% \text{ inflación} + \% \text{ premio al riesgo}$$

Se considera alto riesgo 12% y bajo riesgo del 3% al 5%. (Baca Urbina, 2007). Según el Banco Central del Ecuador, la inflación del mes de mayo 2019 del Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró una leve variación negativa de -0,004% (www.bce.fin.ec, 2019), por lo que:

$$TMAR = 11,996\%$$

### 4.2.1 Valor Actual Neto - VAN

El VAN, o VPN - Valor presente Neto, es un indicador de rentabilidad que significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente, para calcularlo trasladar los flujos de los años futuros a tiempo presente y restar la inversión inicial. (Baca Urbina, 2007)

Si el VAN es igual o mayor a 0 el proyecto es viable, ya que se estaría ganando igual o más del rendimiento solicitado.

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} \dots$$

FNE<sub>n</sub> = flujo neto de efectivo del año n, que corresponde a la ganancia neta después de impuestos del año n.

P = inversión inicial en el año 0

i = tasa de referencia que corresponde al TMAR

$$VAN = -12.000 + \frac{7.766,28}{(1,12)^1} + \frac{9.943,18}{(1,12)^2} + \frac{10.887,58}{(1,12)^3} + \frac{11.526,62}{(1,12)^4} + \frac{11.664,07}{(1,12)^5}$$

$$VAN = -12.000 + 6.934,17 + 7.926,64 + 7.749,57 + 7.325,37 + 6.618,51$$

$$VAN = -12.000 + 36.554,27$$

$$VAN = \$ 24.554,27$$

De acuerdo al cálculo del VAN el proyecto es rentable. Aproximadamente duplica la inversión realizada y es mayor al TMAR.

#### 4.2.2 Tasa Interna de Rendimiento - TIR

“La ganancia anual que tiene cada inversionista se puede expresar como una tasa de rendimiento o de ganancia anual llamada tasa interna de rendimiento” (Baca Urbina, 2007). Es el porcentaje que ayuda a convertir el VAN en 0.

$$VAN = -12.000 + \frac{7.766,28}{(1,5419)^1} + \frac{9.943,18}{(1,5419)^2} + \frac{10.887,58}{(1,5419)^3} + \frac{11.526,62}{(1,5419)^4} + \frac{11.664,07}{(1,5419)^5}$$

$$VAN = -12.000 + 4.497,16 + 3.334,09 + 2.114,02 + 1.296,00 + 759,41$$

$$VAN = -12.000 + 12.000,68 = 0,68$$

$$TIR = 54,19 \%$$

De acuerdo al cálculo de la TIR el proyecto tiene una rentabilidad bastante alta, por lo que es viable.

### 4.2.3 Punto de equilibrio

El punto de Equilibrio es la cifra de ventas que permite cubrir todos los costos de la empresa (Soriano, 2010). Es cuando la empresa tiene un beneficio igual a 0, no gana dinero ni tampoco pierde.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{precio unitario} - \text{costo variable}}$$

Costos fijos mensuales	
Sueldos	\$ 1.196,00
Servicios	\$ 60,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.256,00</b>

Costo variable por unidad	
Materia prima	\$ 0,60
Mano de obra	\$ 0,13
<b>Total</b>	<b>\$ 0,73</b>

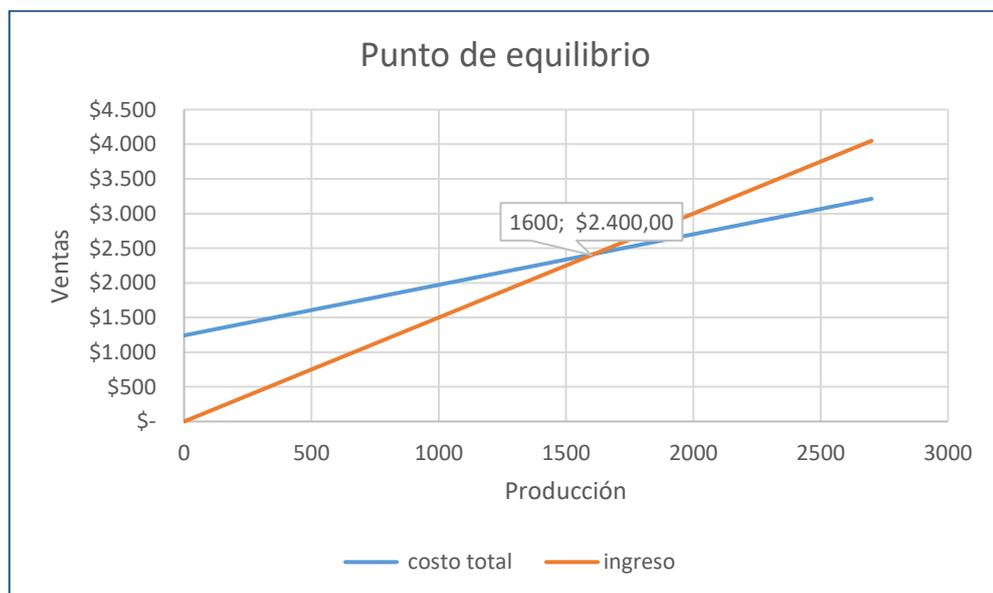
PV por unidad	\$ 1,50
---------------	---------

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{1.256}{1,50 - 0,73}$$

*Punto de equilibrio = 1.600 u. al mes*

*Punto de equilibrio = \$ 2.400 al mes*

Tabla 33 - Punto de equilibrio



## CONCLUSIONES

El presente proyecto se fundamenta en las teorías relacionadas a los conceptos de microempresas de alimentos, estudio del mercado, estudios técnico, administrativo, legal y financiero, también de evaluación financiera; este marco teórico sienta una base firme de dónde iniciar la investigación.

Según el Estudio del Mercado realizado se determina que el presente proyecto de inversión es viable porque existe una demanda insatisfecha de 34% y con el presente proyecto se cubrirá el 22% de esa demanda insatisfecha, lo nos da un margen bastante amplio para crecer a corto y mediano plazo.

Mediante el Estudio Técnico Administrativo se establece que para que el proyecto sea puesto en marcha y ser rentable debe contar con el equipamiento y maquinaria básicas, así como también del espacio adecuado para la implementación del mismo, siendo rubros bastante altos en comparación con la inversión total del proyecto. Se prevé la creación de una microempresa en la que inicialmente trabajarán dos personas para luego ampliar a tres, tendiendo siempre a contratar personas del entorno familiar.

El Estudio de Evaluación Financiera determina que la inversión en este proyecto es rentable debido a que el Valor Actual Neto (VAN) es mayor a la Tasa Mínima de Rentabilidad Actual (TMAR)

El VAN de \$ **24.554,27** duplica la inversión de \$12.000, por lo tanto según este indicador el proyecto es bastante rentable y la TIR – Tasa Interna de Retorno, es **54,19%** valor muy superior a la TMAR

## RECOMENDACIONES

Se recomienda la implementación de la Cafetería Cultural Café de la Casa dentro de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión situada en la ciudad de Quito, según lo planteado en esta investigación, ya que queda establecido por medio del estudio del mercado que existe una demanda importante y se prevé una rentabilidad aceptable.

El éxito de las microempresas de servicio de alimentos se fundamenta en la calidad del producto y el servicio que brinda; en consecuencia, se recomienda que los productos del Café de la Casa sean elaborados con materia prima de alta calidad, propendiendo siempre a cuidar la salud de los clientes, a un precio accesible, cordialidad en la atención y sobre todo manteniendo estas cualidades a través del tiempo.

Promocionar constantemente innovaciones en el menú y combinaciones de platos y bebidas, manteniendo activa y actualizada la información en redes sociales con las actividades culturales a realizarse cada semana. De igual manera, mantener actualizados los avisos dentro de la CCE con la misma información. La publicidad es un factor prioritario para mantener y aumentar las ventas en un negocio de alimentos.

Se recomienda ampliar el menú de la cafetería a futuro con otros productos, como desayunos y almuerzos saludables; así como también se recomienda diversificar los productos culturales que se oferten en la cafetería.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores*. México: Pearson Educación.
- Baca Urbina, G. (2007). *Fundamentos de Ingeniería Económica*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- INEC. (2014). *Directorio de Empresas y establecimientos 2014*. Obtenido de [file:///C:/Users/MASTER/Documents/TAE/Trabajo%20de%20grado/Principales\\_Resultados\\_clasificación%20empresas.pdf](file:///C:/Users/MASTER/Documents/TAE/Trabajo%20de%20grado/Principales_Resultados_clasificación%20empresas.pdf)
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Magill, J. H., & Meyer, R. L. (2005). *Microempresas y Microfinanzas en Ecuador*. USA: Developmente Alternatives Inc, USAID.
- Maximiano, A. C. (2008). *Administración para emprendedores*. Mexico: Pearson Educación.
- Miranda, J. j. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM editores.
- Moya, R. D. (2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 3 (2),0.
- Registro Oficial n° 351*. (2010). Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- Stanton, W., & Futrell, C. (1989). *Fundamentos de Mercadotecnia*. USA: McGraw-Hill.

## WEBGRAFÍA

- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec). (2019). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201905.pdf>
- [www.bomberosquito.gob.ec](http://www.bomberosquito.gob.ec). (2018). Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec>
- [www.casadelacultura.gob.ec](http://www.casadelacultura.gob.ec). (diciembre de 2018). Obtenido de [http://casadelacultura.gob.ec/lotaip/19/2018/Diciembre/literal\\_d\\_servicios\\_que\\_ofrece\\_y\\_las\\_formas\\_de\\_acceder\\_a\\_ellos\\_diciembre.pdf](http://casadelacultura.gob.ec/lotaip/19/2018/Diciembre/literal_d_servicios_que_ofrece_y_las_formas_de_acceder_a_ellos_diciembre.pdf)
- [www.casadelacultura.gob.ec](http://www.casadelacultura.gob.ec). (4 de enero de 2019). Obtenido de [https://www.casadelacultura.gob.ec/index.php?ar\\_id=10&ge\\_id=18&title=Historia&palabrasclaves=Historia](https://www.casadelacultura.gob.ec/index.php?ar_id=10&ge_id=18&title=Historia&palabrasclaves=Historia)
- [www.controlsanitario.gob.ec](http://www.controlsanitario.gob.ec). (2018). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec>
- [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec). (s.f.). Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec>
- [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). (2011). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-exhaustiva/>
- [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). (24 de mayo de 2019). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Estadisticas\_Nac\_Ingresos\_Gastos\_Hogares\_Urb\_Rur\_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentaciónRP.pdf

www.ministeriointerior.gob.ec. (2019). Obtenido de <https://www.ministeriointerior.gob.ec>

www.sri.gob.ec. (2018). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec>

## ANEXOS

Formato encuesta



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE  
PICHINCHA**

Encuesta realizada para estudio de mercado como parte del trabajo de grado de Consuelo Puga en la carrera de Administración de Empresas del ISTHCPP.

**1. ¿Cuántas veces visita la CCE?**

\_\_\_\_ veces al mes  
\_\_\_\_ veces al año  
\_\_\_\_ es mi primera vez

**2. ¿Cuál es su motivo para estar en la CCE?**

Treabajo aquí	____	horario	_____
Vine a ensayar	____	horario	_____
Asisto a clases	____	horario	_____
Pasaba por aquí	____	hora	_____
Soft turista	____	hora	_____
Vine a un evento	____	horario	_____
Nombre del evento	_____		
Otro	_____		

**3. ¿Conoce usted lugares que oferten servicios de cafetería en la CCE o en sus alrededores?**

Sí            No

**4. En caso de conocer cite los nombres:**

\_\_\_\_\_

**5. ¿Cree que hace falta un lugar cómodo y con buen servicio de cafetería dentro de la CCE?**

Sí            No

**6. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en servicios de cafetería?**

entre 2 y 4            entre 5 y 8            9 o más

**7. Para preferir nuestro servicio que gustaría que se ofreciera**

- buena atención
- precios cómodos
- higiene
- seguridad
- todas las anteriores

**8. ¿Utiliza usted los servicios de las cafeterías existentes dentro de la OCE?**

- Sí                       no frecuentemente                       no las conozco

**9. ¿No frecuentemente, por qué?**

- No oferta el producto que necesito
- Es muy caro
- No está abierto cuando lo necesito
- No me gusta los alimentos que ofrecen
- Por su ambiente
- Otro            especifique \_\_\_\_\_

**10. Sí, por qué**

- Tiene lo que necesito
- Se ajusta a mi presupuesto
- Por su ambiente
- Siempre está abierto cuando lo necesito
- Me gustan los alimentos que ofrecen
- Otro            especifique \_\_\_\_\_

**11. ¿Qué tipo de alimentos consumiría en una cafetería dentro de la OCE?**

Mi preferencia sería \_\_\_\_\_

**12. ¿Con qué frecuencia visita una cafetería?**

- siempre                       de repente                       nunca

**13. ¿Cómo desearía que sea más apropiado difundir la existencia de una cafetería cultural?**

- redes sociales
- hojas volantes
- rótulos

## Autorización Casa de la Cultura Ecuatoriana



Oficio Nro. CCE-DATH-2019-0214-O  
Quito, 10 de junio de 2019

Magister  
Consuelo Puga Palomeque  
Presente

De mi consideración:-

En atención a comunicación s/n con fecha 21 de mayo de 2019, mediante la cual solicita la autorización para realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería en la Sede Nacional de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamin Carrión, me permito comunicar, que el señor Presidente Nacional de la CCE, Lcdo. Camilo Restrepo Guzmán, ha otorgado el visto bueno para que usted, proceda a realizar la investigación solicitada como proyecto de grado para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de Empresas en el Instituto Tecnológico Superior Pichincha.

En virtud de lo expuesto agradeceré a usted, tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Presentar en la Dirección de Administración del Talento Humano de la CCE, copia del proyecto de grado presentado por usted, ante el Instituto Tecnológico Superior Pichincha.
- Actividades y horarios que el proyecto de investigación contempla.
- Mantener criterios de confidencialidad en la información a obtener.
- Presentación de resultados de la investigación en la Dirección de Administración del Talento Humano.
- Otorgar los créditos necesarios en la presentación del proyecto final.

Cabe recalcar que la autorización para la investigación del proyecto de grado, no implica ningún tipo de relación laboral entre usted y la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamin Carrión.

Muy atentamente,

  
Psc. Ind. Jhonathan Richards  
DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO

DIRECCIÓN ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO • CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA BENJAMÍN CARRIÓN  
Av. Nro. de Diciembre N. 14-224 • Pinar • Teléfonos: 222 1606 / 290 2273 / 222 3392 Fax ext.: 231 Ext. 171 / 107 / 231 / 234 / 235 • Casilla 47 • Quito-Ecuador  
Email: talentohumano@casadelacultura.gob.ec • web: www.casadelacultura.gob.ec