

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**Taller de Titulación Hospitalidad: BVQ Bar**

**Francisco Javier Castro Valdivieso**

**Luis Miguel Serrano Burneo**

**Colaboradora: Claudia Castillo Domenech**

**Mauricio Cepeda, Master, Director de Tesis**

Tesis de grado presentada como requisito  
para la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de  
Hospitalidad.

Quito, septiembre de 2014

**Universidad San Francisco de Quito  
Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**HOJA DE APROBACION DE TESIS**

**Taller de Titulación Hospitalidad: BVQ Bar**

**Francisco Javier Castro Valdivieso**

**Luis Miguel Serrano Burneo**

**Colaboradora: Claudia Castillo Domenech**

Mauricio Cepeda, Master,  
Director de Tesis

.....

Decano del Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Quito, septiembre de 2014

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

-----

Nombre: Francisco Javier Castro Valdivieso

C. I.: 1802852093

Firma:

-----

Nombre: Luis Miguel Serrano Burneo

C. I.: 1712600251

Fecha: Quito, septiembre de 2014

**Dedicatoria**

Este proyecto lo queremos dedicar a nuestras familias por el apoyo que siempre hemos recibido para lograr nuestros objetivos. Nos gustaría dedicar a la Arquitecta Stephanie Callejas por su aportación con la tesis de grado.

## RESUMEN

El proyecto de negocios que nosotros hemos realizado como tesis es un bar temático, ambientado en la bolsa de valores de Wall Street, aquí nuestros clientes pueden invertir en sus tragos y divertirse buscando el mejor precio para sus bebidas. Este es un concepto de bar temático, que estará ambientado hacia el entorno de los negocios. La idea es que nuestro bar simule lo que se vive con la bolsa de valores en Wall Street, pero de una forma divertida. El bar contará con pantallas gigantes para informar a los clientes sobre los cambios de precios en las bebidas, así como con dispositivos electrónicos en cada una de las mesas para que puedan realizar su pedido en tiempo real. El menú para este concepto se basa principalmente en bebidas alcohólicas las cuales los precios suben y bajan dependiendo la oferta y la demanda, pero también el bar cuenta con picaditas y bebidas no alcohólicas para completar la experiencia del cliente. El bar tendrá salas cómodas con mesas bajas, con decoración que complementarán las mesas altas de bar, y con una capacidad de 100 personas. Finalmente, con respecto a la parte financiera, este proyecto representa una inversión extremadamente alta y bastante riesgosa. El monto total aproximado de la inversión es alto pero si se maneja bien el concepto es una inversión que se podrá recuperar muy rápido.

## ABSTRACT

The business project that we have made as a thesis is a theme bar, set in the stock market on Wall Street, here our clients can invest in their drinks and have fun looking for the best price. This is a concept of themed bar, which will be set to the business environment. The idea is that our bar simulates what we live with the stock market on Wall Street, but in a fun way. The bar will feature giant screens to inform customers about price changes in beverages, as well as electronic devices in each of the tables so that they can place your order in real time. The menu for this concept is mainly based on alcoholic beverages which prices rise and fall depending on supply and demand, but also the bar has food and non-alcoholic beverages to complete the customer experience. The bar will have comfortable rooms with low tables, the bar also has high bar tables, the capacity of this bar is 100 people. Finally, with respect to the financial side, this project represents an extremely high investment and very risky. The approximate amount of the investment is high but if handled well the concept is an investment that can be retrieved very quickly.

## TABLA DE CONTENIDO

1. SUMARIO EJECUTIVO.....	10
2. CONCEPTO DEL PROYECTO.....	11
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	12
3.1. ENTORNO MACROECONÓMICO.....	12
3.2. ANALISIS DE SITIO.....	16
3.2.1. Localización.....	16
3.2.2. Acceso y Visibilidad.....	17
3.2.3. Servicios Básicos.....	18
3.2.4. Situación Legal y Regulaciones Municipales Aplicables.....	18
3.3. ANALISIS DE VECINDARIO.....	20
3.4. ANALISIS DEL AREA DE MERCADO.....	22
3.5. ANALISIS DE LA OFERTA.....	22
Competencia primaria.....	23
Competencia secundaria.....	23
3.6. ANALISIS DE LA DEMANDA.....	24
3.7. PRONOSTICO DE INGRESOS Y GASTOS.....	25
3.8. ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	27
4. DISEÑO Y ARQUITECTURA.....	27
4.1. PROGRAMA DE ESPACIO.....	28
4.2. DISEÑO DE ESPACIOS PÚBLICOS.....	29
4.3. BACK OF THE HOUSE.....	29
4.3.1. Descripción de la cocina.....	29
4.3.2. Área de Bodegas.....	30
4.3.3. Oficina.....	30
4.3.4. Recibidor y Basura.....	30
5. PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	30
6. RECURSOS HUMANOS.....	33
Organigrama.....	33
Descripciones de Cargo.....	34
Reclutamiento.....	36
La cultura organizacional de la empresa.....	36

7. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING.....	37
Medios.....	37
Estrategia de Marketing .....	37
8. PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO .....	38
9. CONCLUSIONES .....	39
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	41
11. ANEXOS .....	43



## 1. SUMARIO EJECUTIVO

Nuestro proyecto se trata de un bar temático ambientado en las bolsas de valores de Wall Street, en donde nuestros clientes pueden invertir en sus tragos y divertirse buscando el mejor precio para sus bebidas. El restaurante contará con pantallas gigantes para informar a los clientes sobre los cambios de precios en las bebidas, así como con dispositivos electrónicos en cada una de las mesas para que puedan realizar su pedido. Además, el bar contará con un menú de picaditas y bebidas no alcohólicas para complementar esta experiencia como corredores de bolsa. La música será moderna y dirigida a los adultos jóvenes para que se olviden de la rutina y encuentren un espacio de diversión y relajación para compartir entre amigos. El bar tendrá salas cómodas con mesas bajas, con decoración que complementarán las mesas altas de bar, y con una capacidad de 100 personas. A nuestro bar lo nombraremos BVQ Bar que significa el Bar de la Bolsa de valores de Quito.

Hemos escogido el tema de una bolsa de valores porque es un tema nuevo nunca antes visto en Ecuador que busca apoyarse de toda la tecnología disponible para hacerle vivir una experiencia nueva y diferente a los clientes. El lugar escogido complementa la idea ya que está ubicado en el centro financiero de la ciudad de Quito en una esquina muy visible de la avenida Portugal. Ésta última es muy transitada y será una de las principales ventajas competitivas que tendrá el bar.

Gracias a este concepto nuevo e innovador el concepto de negocio que hemos creado captará gran parte de los clientes de entretenimiento nocturno basándose en los porcentajes de ocupación de la competencia, los cuales tienen una media de 50% a la semana. Éste es un negocio que es de por sí muy atractivo si se toma en cuenta que solo se abre cinco días a la semana y que los días realmente productivos son los jueves, viernes y sábados, días en los cuales la competencia tiene una ocupación regular del 100% o más. El local se encuentra ubicado en la Av. Portugal 400 y Francisco Cassanova, Quito. Esperamos que gracias al concepto nuestro bar sea un generador de demanda adicional a los interesantes y abundantes generadores de demanda que existen en el sector.

Finalmente, con respecto a la parte financiera, este proyecto representa una inversión extremadamente alta y bastante riesgosa. El monto total aproximado de la

inversión es de \$135 000. No obstante, de tener éxito este bar es muy rentable puesto que la inversión se puede recuperar en un año siete meses y el retorno de la inversión sería del 81%, mayor a cualquier negocio rentable.

## 2. CONCEPTO DEL PROYECTO

El Bolsa de Valores Quito Bar, es un concepto completamente pionero en nuestro país. Este es un concepto de un bar temático, que estará ambientado hacia el entorno de los negocios. La idea es que nuestro bar simule lo que se vive con la bolsa de valores en Wall Street, pero de una forma divertida.

Este ambiente permitirá a los clientes vivir la experiencia de sentirse en este entorno de la bolsa de valores, de esta manera podrán participar invirtiendo en sus tragos y divertirse al buscar el mejor precio para sus bebidas. Esto se realizará mediante un sistema computarizado estadístico el cual ayude a determinar la demanda de los cocteles de nuestro menú. El precio mínimo establecido en este sistema será con un costo de AyB del 32 % y de acuerdo a la demanda subirá el precio de venta al público. Por cada 3 ventas del coctel el precio irá aumentando en aproximadamente un 3.5% hasta llegar a un máximo establecido con costo de un 22%. Mientras tanto, las bebidas alcohólicas que no tengan demanda bajarán de precio de acuerdo al tiempo que dejen de ser pedidos por nuestros clientes.

Como en todo espacio moderno de negocios, en el BVQ Bar no puede faltar la tecnología. Por ello, el bar contará con pantallas gigantes para informar a los clientes sobre los cambios de precios en las bebidas, así como con dispositivos electrónicos en cada una de las mesas para que puedan realizar su pedido. Al ingresar al local se les dará un código con el cual los clientes podrán utilizar las tablets que se encuentran en las mesas y con ayuda del código se procederá a realizar la factura y el cobro respectivo. Los clientes también podrán disfrutar un menú de picaditas y los pedidos de este menú también se realizaran vía digital y posteriormente las ordenes serán entregadas por los meseros.

La música será moderna con bandas y artistas como Hardwell, Empire of the Son, Pitbull, Swedish House Mafia, Avicii, Yandel, Juan Magan, Alkilados, Wolfine, J Alvarez, entre otros. El Bar está dirigido a los adultos jóvenes para que se olviden de la

rutina y encuentren un espacio de diversión y relajación para compartir entre amigos. El bar tendrá salas cómodas con mesas bajas. Su decoración será con artículos que simulen a Wall Street para que la gente sienta que se está transportando a la bolsa de valores.

La ubicación del local es estratégica en un lugar donde se registra un tráfico fluido de gente tanto a pie, como en vehículos. El local estará situado en la Avenida Portugal 400 y Francisco Cassanova, al norte de Quito, donde existen varios generadores de demanda como centros comerciales, hoteles oficinas y viviendas, es decir, donde se concentra nuestro mercado meta. La capacidad del local será de 85 personas sentadas y 15 personas paradas. El local cuenta con 257.27 metros cuadrados en total, de los cuales se destinará el 10% para Back of the House y 90% para Front of the House. Los días de atención serán de martes a sábado en los siguientes horarios: martes y miércoles se atenderá de 5 pm hasta las 1 am, mientras que jueves, viernes y sábados se atenderán de las 5 pm hasta las 2am.

El mercado meta al cual nuestro bar se dirige son los jóvenes y empresarios de un rango de edad entre 18 a 45 años, que vivan o trabajen por el sector y que tengan un nivel socio económico medio y alto, con un buen poder adquisitivo y con exigencias de un buen servicio. Al hacer el estudio de mercado nos dimos cuenta que la tarifa promedio por persona es de 15 a 20 dólares en los locales de la competencia y es el cheque promedio que buscaremos tener al principio y tratar de que esta aumente con el tiempo gracias al sistema de altos y bajos en nuestros precios.

El local contará además con servicios complementarios como Wifi gratis, servicios de seguridad privada tanto para vehículos en los exteriores del establecimiento como para resguardar la integridad física de las personas en el interior del bar, juegos interactivos para grupos en cada una de las tabletas localizadas en las mesas, sección de fumadores al aire libre y una pequeña área de baile para cuando los ánimos de nuestros clientes busquen un poco más de diversión.

### 3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

#### 3.1. ENTORNO MACROECONÓMICO

Ecuador es un país que ha venido creciendo a través de los últimos años y se puede observar gracias al crecimiento del PIB. Para tener una visión más acertada de la

economía del país nos basaremos en los datos que nos brinda el Banco Mundial. Empezando por el año 2010 en el cual la economía ecuatoriana empezó a estabilizarse luego de la crisis mundial, la tasa de crecimiento era de 3,5 %. Al siguiente año ésta subió al 7,8% y el país llegó al 2012 con una economía sólida con la tasa de crecimiento de 5,8%. Esta solides se mantuvo hasta el 2013 con un crecimiento anual del 4,9%. El gobierno del presidente del Ecuador Rafael Correa Delgado, quien cursa el primer año de un nuevo mandato de 4 años, mantiene los objetivos de eliminar la pobreza y modificar la matriz productiva, por lo que el gasto y la inversión del sector público han incrementado del 21% del PIB en el 2006 a casi el 41% en el 2012. En este último año, la mayoría de estos recursos son destinados a proyectos de inversión en infraestructura de sectores sociales (El Banco Mundial, 2014)<sup>1</sup>.

El gobierno actual del Ecuador ha buscado reducir los niveles de pobreza y desigualdad e incrementar el tamaño de la clase media, por medio de las incontables obras sociales que ha realizado. “Entre el 2006 y 2013, la pobreza medida por ingresos (usando la línea de pobreza nacional) disminuyó del 37,6% al 25,5%, mientras que la pobreza extrema se redujo desde el 16,9% hasta el 8,6% [...], mientras que la clase media se incrementó del 20% al 26%” (El Banco Mundial, 2014). La labor de este gobierno ha ayudado mucho más a los pobres, ya que “el ingreso para 40% de la población más pobre, creció un 8,8%, comparado con el 5,8% de media del país (El Banco Mundial, 2014). El Ecuador tiene grandes desafíos para mantener los logros alcanzados en cuanto a la reducción de pobreza y desigualdad. En este momento más de la mitad de la población del país sigue siendo pobre o es muy vulnerable a caer de nuevo en la pobreza, y la inversión pública depende de un solo sector, el sector petrolero.

A pesar de que el Ecuador ha crecido con respecto al PIB en los últimos años, se ha visto que viene creciendo en menor medida desde el 2011 y esto se debe a varias razones. Entre las razones más influyentes están el estancamiento del precio del petróleo, la reducción de las remesas enviadas por los migrantes y la dificultad de conseguir financiamiento externo en las proporciones demandadas por el gobierno. Esto a su vez, ha reducido la liquidez en la economía del país. A estas consecuencias se

---

<sup>1</sup> Esta información se encuentra en la página web <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

suman la disminución en las inversiones privadas y la poca inversión extranjera que existe en Ecuador. Esta última, ronda aproximadamente los 600 millones de dólares anuales y se mantiene ya varios años, lo cual no es suficiente para impulsar el crecimiento económico. “Si la inversión pública no se acompaña de inversión privada interna y externa, el crecimiento económico se torna frágil y poco sostenible” (Pozo Crespo, 2013).

Por otro lado el desequilibrio del sector externo sigue complicándose.

La balanza comercial a octubre pasado muestra un deterioro frente al año previo con un déficit de \$1 020 millones siendo en el 2012 un superávit de \$21 millones, la balanza no petrolera supera los \$7 800 millones frente al desequilibrio del 2012 de \$7 329 millones, cayendo también la petrolera de \$7 350 millones a \$6 760 millones... El desbalance fiscal dada la dificultad del gobierno en encontrar todo el financiamiento que requiere muy probablemente muestre un déficit cercano a los \$2 000 millones siendo éste un problema menor comparado con el peso del 42% del PIB que ya registra el gasto público total. La caída de la pobreza, el principal indicador del área social, cae más lentamente, pues la cifra del sector urbano pasa del 16% en diciembre 2012 al 15% a septiembre último (Pozo Crespo, 2013).

Para el 2014 se prevé que la economía del país crezca en 3,8% pero no tanto como años pasados ya que existen grandes desembolsos de dinero para los 8 proyectos hidroeléctricos que tiene el país y estos generarán fondos y ahorros recién en el año 2016 (El País, 2013).

Otro punto importante en el análisis macroeconómico del Ecuador es el turismo. Más de 700 millones de dólares son generados cada año por este sector y el país recibe más de 1 200.000 turistas al año (Andes, 2012). A esto se suma el trabajo que el gobierno central está realizando para potencializar el turismo en nuestro país puesto que en el mes de abril del 2014 Ecuador lanzó al mundo la campaña turística “All you need is Ecuador”. Esta campaña utiliza la famosa canción de los Beatles “All you need is Love” para fomentar un vínculo emocional con los consumidores y al mismo tiempo apalancar el slogan del turismo nacional que es “Ecuador ama la vida”.

La campaña fue lanzada simultáneamente el primero de abril en 19 ciudades del mundo, 7 de ellas en Ecuador, y consta de letras de 6 metros de altitud que juntas forman la frase “All you need is Ecuador”. Cada una de las letras cuentan con vínculos que llevan al consumidor a la página de promoción del país y a su vez cada letra estará acompañada de impulsores que brinden información sobre este destino turístico (Ministerio de turismo, 2014). El Ecuador busca con esto convertirse en una potencia turística y busca consolidar al turismo como el segundo ingreso más importante después del petróleo. Esto ayuda a tener liquidez para el país y por lo tanto se puede prever un aumento en el consumo interno del país sumado al aumento del consumo de los turistas.

Un punto importante que va más allá de las estadísticas y finanzas que debemos analizar es la actualidad social del país. Ecuador limita al norte con Colombia, al sur y este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico; y tiene una población de quince millones aproximadamente. Cabe recalcar las raigambres y tradiciones del país que se puede evidenciar en los diferentes eventos importantes a lo largo del año como son: año viejo, día de los difuntos, carnaval, entre otras. En la actualidad, en el país existen marcadas diferencias sociales y grandes rivalidades creadas entre regiones. El mestizo, es el fruto del descubrimiento de América ya que nació con él una nueva cultura latinoamericana. El problema más grande del mestizo es la falta de autenticidad en la forma de ser, siempre busca soluciones extranjeras para problemas internos y quiere aplicar éstas de la misma manera sabiendo que nuestra realidad es diferente. No obstante, el mestizo tiene una vida muy lejana a lo monótono, lo que ayuda a la alegría del individuo, a su hospitalidad, solidaridad y hace fácil crear lazos fuertes de amistad (Espinoza , 2000).

Finalmente, en cuanto a política se trata, Ecuador ha mantenido una figura sólida la cual ha sido encabezada por Rafael Correa Delgado ya más de 7 años. Por un lado, el gobierno de nuestro actual presidente está enfocado en un socialismo que se apega al “socialismo del siglo XXI” y niega las relaciones con el neoliberalismo. Para Alianza País, partido político del presidente, “la Revolución Ciudadana, no ha escapado a la creciente centralización y autoritarismo que caracteriza a este tipo de regímenes que ahora pueblan América latina y parte de los que le siguen, sobre todo en la izquierda, le consideran un mal menor” (Nuñez, 2014). Por otro lado, Correa mantiene la mayoría de la asamblea lo que ayuda a la gobernabilidad y aplicación del sistema de gobierno que

práctica Alianza País “a diferencia del chavismo y otras fuerzas de la izquierda radical, tiene un proyecto claro de país, que algunos aseguran que se basa en el sistema de Corea del Sur: un fuerte y centralizado poder ejecutivo, importantes inversiones en educación y un objetivo, cambiar la matriz productiva” (Nuñez, 2014).

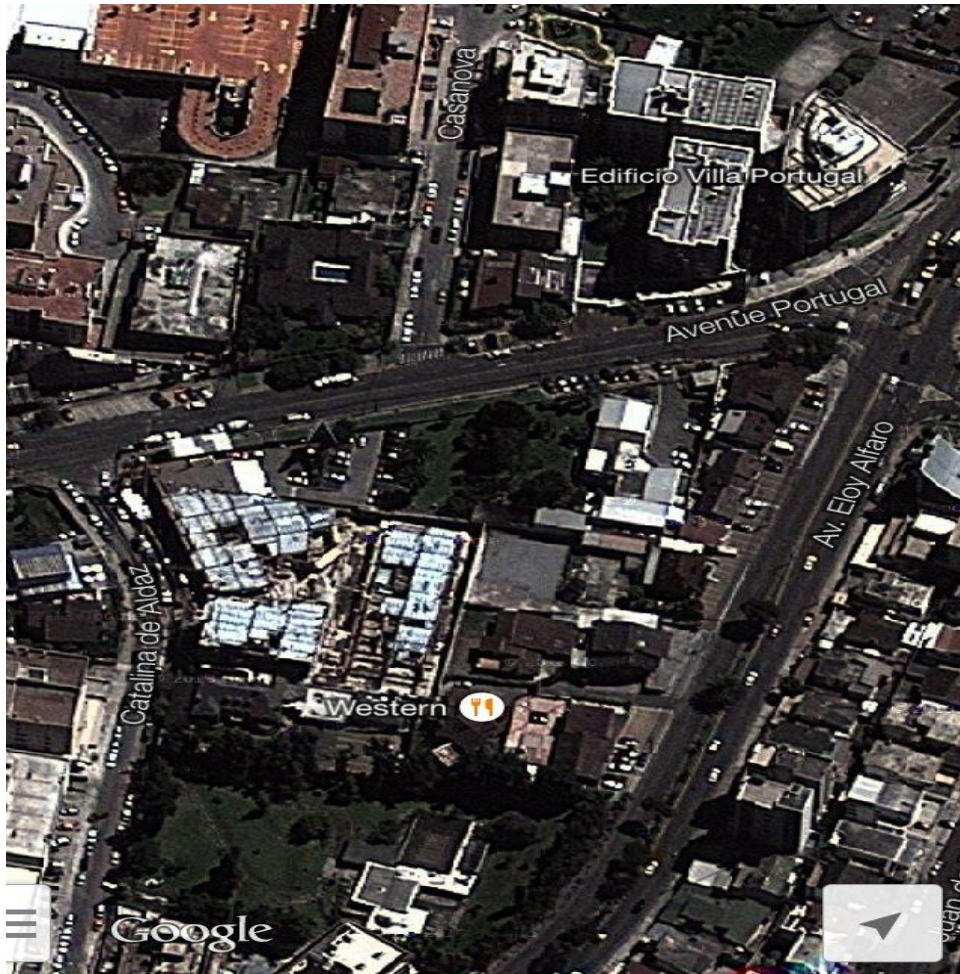
El cambio de matriz productiva que busca el gobierno ecuatoriano es en base a la diversificación de medios de producción al dar impulso a sectores como las industrias básicas, la forestal, los biocombustibles y la maricultura. Con esto el gobierno busca ayudar a los sectores más vulnerables del país. Además, según la empresa Cedatos, Rafael Correa ha mantenido una aceptación a la gestión del 64%, por lo que la estabilidad interna del país no se ve que pueda ser afectada hasta el 2017, año en que termina el periodo presidencial (2014).

## 3.2. ANALISIS DE SITIO

### 3.2.1. Localización

Av. Portugal 400 y Francisco Cassanova, Quito, Ecuador

La siguiente imagen muestra la ubicación del local en una foto satelital tomada de Google Maps.



El local estaría ubicado en la planta baja de una residencia que se le ha dividido en varios locales comerciales. El local en el que vamos a realizar el bar BVQ es en la parte frontal de la casa la cual da directamente a la avenida principal. Este local cuenta con 226 metros cuadrados de construcción. Los límites del sector van desde el parque La Carolina, Avenida Los Shyris hasta la Avenida Eloy Alfaro. En este sector se cruza también la avenida República del Salvador y la Avenida 6 de Diciembre.

### 3.2.2. Acceso y Visibilidad

El BVQ Bar está ubicado en una vía principal de alto tráfico como es la avenida Portugal en la ciudad de Quito. El local donde está ubicado el bar es en la planta baja de una casa amplia, la cual por el cambio de actividad del vecindario se volvió una casa con locales comerciales para arriendo. La casa tiene una fachada muy vistosa y claramente visible y accesible para peatones y conductores de la Avenida Portugal ya que ésta se encuentra en la amplia esquina de la Avenida Portugal y Francisco Cassanova. El local para este bar específicamente está en toda la parte frontal de la casa



que da a esta prestigiosa avenida de la capital del Ecuador. Además, es el único local en la zona que cuenta con un recibidor para que los vehículos puedan dejar a sus pasajeros y luego parquear cómodamente en las calles aledañas. Se implementará un vistoso letrero con el nombre del bar que cuente con iluminación directa e indirecta que logre llamar la atención de los transeúntes del sector. Así mismo, la casa estará iluminada con colores verdes y azules para dar mayor importancia y presencia nocturna a la casa donde estará ubicado nuestro bar.

### 3.2.3. Servicios Básicos

El local cuenta con agua potable, luz, teléfono, gas, servicio de alcantarillado, recolección de basura e instalaciones de televisión con cable. Estos servicios no se incluyen en el arriendo y si se requiere alguno de estos se deberá pagar en las empresas prestadoras de estos servicios.

Proveedores de los servicios:

- Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento que brindan los servicios de agua potable y alcantarillado.
- Empresa Eléctrica Quito brindan los servicios de luz para la capital.
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones que tiene el cableado de teléfono para este local.
- Servicio de Recolección de Basura del Distrito Metropolitano de Quito que realiza la recolección por la zona de este local los días: lunes, miércoles y viernes.
- Agripgas es una compañía que brinda el servicio de gas industrial para las empresas de la ciudad de Quito

### 3.2.4. Situación Legal y Regulaciones Municipales Aplicables

En la ciudad de Quito existen dos clasificaciones distintas cuando se habla de centro de diversión en la ordenanza de zonificación No. 31 del Consejo Metropolitano de Quito. Se establece que la simbología para el uso de comercio zonal es CZ y dentro de esta categoría se encuentran los centros de diversión los que están clasificados como CZ1A y los CZ1B. Por un lado, dentro de la categoría con el símbolo de CZ1A están considerados los siguientes establecimientos: bares, billares con venta de licor, cantinas,

video bar, karaoke, pool-bar, discotecas, peñas, salas de proyección para adultos. Por otro lado, la categoría CZ1B está constituido por establecimientos como: cafés-concierto, salones de banquetes y recepciones, casinos, juegos electrónicos y mecánicos con apuestas o premios en dinero. El detalle de esta clasificación se encuentra adjunta en el Anexo 1.

Según lo determina el Anexo 11 de la ordenanza del plan metropolitano de ordenamiento territorial las condiciones específicas de implantación del uso comercial y de servicios son las siguientes. Primero, los centros de diversión que estén dentro del Comercio Zonal CZ1A no se pueden ubicar a menos de 200 metros de distancia de equipamientos de servicios sociales de educación y de salud de la ciudad o metropolitano. Segundo, los centros de diversión que forman parte del Comercio Zonal CZ1A no se podrán ubicar a menos de 100 metros de distancia de equipamientos de servicios sociales de educación y de salud barriales, sectoriales y zonales. Tercero, la distancia establecida se mide en línea recta, desde los linderos más próximos de los predios en los que se ubique el centro de diversión y algunos de los equipamientos detallados y se tendrán que cumplir las normas de arquitectura y urbanismo y también las normas establecidas en la Ordenanza Ambiental. Esta ordenanza se encuentra adjunta en el Anexo 2.

En la ordenanza de zonificación especial No.0031, en el cuadro numero 9 titulado Usos de suelo y sus relaciones de compatibilidad, se estipula que en el uso múltiple (M) si es permitido dentro del área comercial y de servicios los centros de diversión CZ1A y CZ1B. En el caso del bar BVQ, éste está ubicado en una zona que es considerada múltiple ya que cuenta con viviendas y comercios. Para poder funcionar correctamente en la ciudad de Quito-Ecuador, el bar debe cumplir con ciertos requisitos básicos a parte de cumplir con la normativa de uso de suelo. Según el Ministerio de Salud Pública, los requisitos que se deben cumplir son los siguientes:

**Tabla: Requisitos para funcionar un Bar**

1. Solicitud para permiso de funcionamiento.
2. Planilla de Inspección.
3. Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana

de Turismo (En el caso de estar ubicados en un sitio turístico).

4. Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos.
5. Copia RUC del establecimiento.
6. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
7. Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
8. Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. (Tipo B)

Realizar la solicitud del permiso de funcionamiento del establecimiento es muy fácil ya que se lo puede hacer a través del internet ingresando a la dirección web [www.dpsp.gov.ec](http://www.dpsp.gov.ec), o también se la puede realizar en las veintidós áreas de salud de la provincia de pichincha. Esta solicitud no tiene ningún costo y está a disposición de todos.

En conclusión, hay total libertad para ubicarse en esta zona ya que se cumple con las condiciones establecidas por la Ordenanza del plan metropolitano de ordenamiento territorial y de esta manera no existirán conflictos al tramitar los demás permisos de funcionamiento.

### 3.3. ANALISIS DE VECINDARIO

La ciudad de Quito cuenta con un clima primaveral todo el año, un clima templado en el día que se enfría un poco en la noche. Nuestro vecindario se encuentra delimitado de la siguiente manera: al oeste la Avenida Amazonas y la Avenida de la República, al este la calle Guanguiltagua, al Norte la Avenida Gaspar de Villarroel y al sur la avenida Diego de Almagro. Este vecindario esta determinado más o menos a uno punto cinco kilómetros a la redonda y cubre los barrios de La Carolina, Iñaquito, Batán Alto, 24 de Mayo Bellavista y Benalcazar. Según entrevistas con empresarios del sector en esta zona existe un 60 % de actividad comercial o industrial y un 40 % de residencia.

Este sector es el corazón financiero de Quito donde existen varios generadores de demanda

### **Empresas y multinacionales.**

Kimberly Clark, Glaxo, Microsoft, Yambal, Baker Hughes, Seguros Equinoccial, Movistar, American Airlines, Copa, Avianca. han establecido sus oficinas y edificios y cientos de personas trabajan aquí existen centros comerciales cercanos como Mall El Jardín, Quicentro Shopping, Centro Comercial Ñaquito (CCI), Centro Comercial Caracol, Centro Comercial Naciones Unidas (CCNU), Supercines, Megamaxi.

### **Bancos.**

Banco del Pichincha, Produbanco, Banco de Guayaquil, Banco General Rumiñahui, Banco del Austro.

### **Hoteles**

Hotel Plaza Best Western, Hotel Sheraton, Hotel Akros, Le Parc, Hotel Dann Carlton, American Suits, Lugano Suites Hotel.

### **Restaurantes y Cafeterías**

El SuR, San Telmo, La Vecindad de los Cuates, Taconazo, Chipote Chillón, Nudelbrett, Carmine, Il Risotto, Cyril, Juan Valdez, Corfu, Sweet and Coffe, El Hornero, American Deli, Subway, Quiznos, KFC, Disergio, El Arrecife, Cevicheria Zavalita, Papa Johns, Dominos Pizza, Psari, Pídeme la Luna.

### **Competidores primarios y secundarios**

Los hemos establecido entre bares y discotecas y en nuestro vecindario existen los siguientes: La Cuadra Bar- Karaoke, Western Bar, La Tokata, Twice Discoteca, Love Music Gallery, Siete Discoteca, Akapela Bar, El Refugio Karaoke, Medio Tiempo, Rollings Bar.

### **Hospitales clínicas, farmacias e instituciones educativas.**

Hospital Vozandes, Clínica Cruz Blanca, Fybeca, Medicity, Colegio Benalcazar.

Finalmente, un importante generador de demanda es el Estadio Olímpico Atahualpa que al terminar partidos del campeonato nacional y partidos de nuestra selección dinamizan mucho el sector.

Como pudimos observar en el análisis realizado anteriormente el BVQ Bar está ubicado en un vecindario muy poblado con impecables vías de acceso. Aunque con tráfico a las horas pico, este vecindario tiene un crecimiento inclinado hacia el sector comercial. Por este motivo es un sector ideal para este tipo de negocios para captar la atención de la gente que sale de las oficinas y de gente que busque un lugar para tomar un trago antes de salir de fiesta ya que esta cerca de la zona de discotecas de la ciudad de Quito. Además existe un escaso porcentaje de viviendas en el sector.

#### 3.4. ANALISIS DEL AREA DE MERCADO

Los límites de acción del bar se ha establecido en una hora en auto desde el local en todas las direcciones, y al mercado lo hemos establecido por parroquias del Distrito Metropolitano de Quito y son las siguientes: Belisario Quevedo, Mariscal Sucre, Ñaquito, Rumipamba, Jipijapa, Cochapamba, Concepción, Kennedy, San Isidro del Inca, Cotocollado, Ponceano, El Condado, Carcelen, Cumbayá y Tumbaco. La población de Quito es de 2,239,191 habitantes, de los cuales 51.45% son mujeres. Quito es la segunda ciudad más poblada del Ecuador, donde la población económicamente activa en esta ciudad es mayoritariamente compuesta por hombres. Del total de industrias y de empresas, entre el 30%-40% se encuentran en Quito y generan el 30% de empleo en el Ecuador. El 50 % de la población de Quito está en condiciones de trabajar. Quito es uno de los mercados más atractivos del país para emprender un negocio ya que existe tanto la fuerza de trabajo como clientes potenciales que pueden sacar adelante al mismo (INEC, 2014).

#### 3.5. ANALISIS DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta realizamos un trabajo de campo enfocándonos en el sector al cual nuestro bar pertenece, también tuvimos la oportunidad de conversar con colaboradores, empleados y administradores de la competencia primaria que tendría nuestro negocio y colectamos información variada sobre la

ocupación, cheque promedio, capacidad del local, target y tipos de servicio y productos que ofrecen.

### Competencia primaria.

La competencia primaria del BVQ ha sido determinada por varios factores que son: la localización, el cheque promedio y por el segmento de mercado a los cuales apuntan. Según nuestro estudio de mercado la competencia consiste en los siguientes bares: Rollings, Western, La Tokata.

**Tabla 1: Análisis de la oferta.**

	Rollings	Western	La Tokata
Ubicación	Eloy Alfaro y Pasaje D	Eloy Alfaro y Pasaje D	Eloy Alfaro y Pasaje D
Capacidad	300	250	200
Rotación semanal	0,54	0,38	0,57
Calidad Percibida/ 5	4	4	3
Fecha de apertura	may-12	ago-86	2011
Tipo de administración	Franquicia	dueños	dueños
Imagen	buena	buena	buena
Acceso y visibilidad	excelente	mala	mala
Condicion física/ 5	4	4	3
Segmento del mercado	alto y medio alto	alto y medio alto	alto y medio alto
%que llega con reserva	24	15	50
Cheque promedio	25	20	15
Estacionalidad	fin de semana	fin de semana	fin de semana
Que tendencias se ven	mejora, concepto diferente	igual	igual

### Competencia secundaria

La competencia secundaria determinamos por negocios que pueden afectar de alguna manera a nuestro Bar pero atacan a otro tipo de mercado o a otro mercado meta o brindan otro tipo de servicios.

- Love Music Gallery
- Siete
- Tapas y Vinos
- Azuca

### 3.6. ANALISIS DE LA DEMANDA

Al ser éste un concepto completamente nuevo en el país, no se pudo utilizar ninguno de los dos métodos comunes para definir la demanda que va a tener el local. En su lugar, se utilizó únicamente como referente la información de la capacidad de los locales ya existentes de nuestra competencia en el sector, así como la ocupación estacional semanal de los mismos. Como se mencionó antes, la ocupación durante los días lunes, martes y miércoles (entre semana) es mucho menor a la ocupación de los días del fin de semana. Nuestro local no abrirá los días lunes por lo que ese dato no es de nuestro interés. A continuación se muestra por días la ocupación proyectada que se espera para cada día de la semana en base a la competencia. Esta información se la puede encontrar también en la Tabla de Ingresos Operacionales que se muestra en la siguiente sección.

- Los días martes y el miércoles la ocupación de los locales de la competencia es del 50%. Consideramos que nuestro local tiene una ventaja competitiva estos días ya que son los oficinistas y empresarios del sector, especialmente de la Portugal y de la República del Salvador, el segmento de mercado que representa la mayor demanda en estos días. Al estar ubicados más cerca del generador de demanda que el resto de bares de la Eloy Alfaro, no creemos que el porcentaje de ocupación proyectado deba ser menor que el que tiene nuestra competencia actualmente. Por ello hemos establecido que el porcentaje de ocupación proyectado para nuestro bar los días martes y miércoles será exactamente del 50%.
- Los días jueves, la ocupación promedio de nuestra competencia está entre 85 y 95%. Como el objetivo es que el concepto único de nuestro local lo convierta al mismo en un generador de demanda autónomo, consideramos que incremento de nuestro bar a los bares del sector no debe afectar en gran medida la ocupación general del sector ese día, por lo que establecimos el porcentaje de ocupación proyectado para nuestro bar en un punto medio de 90%.
- Los días viernes, la ocupación de toda la competencia es mayor al 100%, casi de 120%. Consideramos que este día la competencia es alta por lo que el ingreso de nuestro bar al sector sí puede afectar la ocupación general, aunque no en gran

medida. Por esta razón hemos establecido un porcentaje de ocupación proyectado de nuestro local para el viernes de 110%.

- Finalmente la ocupación de la competencia el día sábado es alta también y aproximadamente de 110%. Siguiendo el razonamiento propuesto para el día viernes hemos establecido la ocupación proyectada para nuestro local el sábado de 105%.

Con esta ocupación proyectada, dada la capacidad del local, el BVQ Bar tendría una demanda total semanal de aproximadamente 405 personas.

### 3.7. PRONOSTICO DE INGRESOS Y GASTOS

De la misma manera que se estipuló la demanda proyectada de nuestro local se calculó el cheque promedio diario para el mismo. La competencia tiene un cheque promedio entre \$15 y \$20 y los bares temáticos, que por lo general cobran un cover, tienen un cheque promedio más cercano a \$20. Dado esto y que además la tecnología implementada en nuestro bar pretende darle al local una mayor categoría que la competencia, consideramos que un cheque promedio de \$20 es adecuado. Con este dato y la ocupación ya proyectada se calcula que los ingresos promedios del bar son de aproximadamente \$8100,00 semanales como se muestra en la siguiente tabla. Si se operan 50 de las 52 semanas del año, esto equivale a un ingreso en ventas de \$405 000,00 el primer año con un aumento esperado de aproximadamente 7% en los años restantes.

**Tabla de Ingresos Semanales**

INGRESOS OPERACIONALES				
Capacidad del local		100		
Cheque promedio	\$	20.00		
Semanas de operación		50		
Demanda del Mercado				
	<b>Día</b>	<b>Ocupación</b>	<b>PAX</b>	<b>Venta semanal</b>
	martes	50%	50	\$ 1,000.00
	miercoles	50%	50	\$ 1,000.00
	jueves	90%	90	\$ 1,800.00
	viernes	110%	110	\$ 2,200.00
	sabado	105%	105	\$ 2,100.00
	Total semana		<b>405</b>	<b>\$ 8,100.00</b>



Para el cálculo de los gastos se consideró un escenario pesimista en el que tanto bebidas como alimentos tendrán un costo del 32% del precio de venta. Utilizando este dato y los datos establecidos tanto por la competencia como por la ley que se muestran en la siguiente tabla, se calcularon los gastos anuales. En un año de operación estable, que se calcula que sería a partir del tercer año, estos gastos representan un total de aproximadamente \$375 000,00 anuales. Al igual que con el cheque promedio, se consideran aumentos en los diferentes gastos de la operación. Estos incrementos se muestran en la tabla a continuación de incrementos esperados.

### Tabla de Resumen de Gastos de la Operación

GASTOS OPERACIONALES				
Tipo de gasto	Gastos	Cantidad	Costo mensual	Gasto anual
Costos variables (AyB)		32%	(de ventas)	
Costos fijos				
	Sueldo Empleados	13	\$ 7,150.00	\$ 85,800.00
	Sueldo Gerente	1	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
	TOTAL			\$ 100,200.00
Gastos no distribuidos				
	Utilities		\$ 600.00	\$ 7,200.00
	Mercadeo		\$ 900.00	\$ 10,800.00
	Mantenimiento	2%	(de ingresos)	
Cargos fijos				
	Arriendo		\$ 2,500.00	\$ 30,000.00
	Seguros	1.5%	(de ingresos)	
	Amortización			\$ 215.80
Impuestos				
	Repartición trabajadores	15%	(de utilidad antes de impuestos)	
	Renta	24%	(utilidad sin repartición trabajadores)	

### Tabla de Incrementos en ingresos y gastos esperados

INCREMENTOS ESPERADOS ANUALES				
Cheque promedio		7%		
Costos fijos		5%		
Gastos no-distribuidos		2%		
Costo del capital		15%		

Para un mayor detalle del estado de pérdidas y ganancias que tendría el bar en los cinco años de operación se puede leer el Anexo 5. Este anexo incluye los gastos financieros

incurridos al realizar un préstamo. Los detalles sobre este préstamo se presentan en la sección 8 del trabajo.

### 3.8. ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Una vez realizado el estado de pérdidas y ganancias en base a los ingresos y gastos detallados en la anterior sección, se tendría un flujo de caja como el que se muestra en la siguiente imagen.

FLUJOS DE CAJA EN LOS AÑOS DE OPERACIÓN					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ (80,926.62)	\$ 60,821.44	\$ 69,050.50	\$ 77,915.81	\$ 87,462.77	\$ 97,739.79

Si se utiliza un costo de capital de 15%, que es el utilizado actualmente en la banca, los indicadores financieros para este proyecto serían los que se muestran en la siguiente tabla.

#### Tabla de indicadores financieros del proyecto del bar

Indicador	Valor
Costo de Capital	15%
Valor presente de flujos	\$254,932.29
Inversión Inicial	\$ (80,926.62)
Valor presente neto	\$ 174,005.66
TIR	81%
Discounted payback	1.54

Como se puede ver aunque los montos que maneja el proyecto son altos para los de un bar y extremadamente riesgosos, si el proyecto tiene éxito el rendimiento esperado es muy bueno. El valor presente neto del proyecto representa un valor de aproximadamente \$174 000, lo cual es más del 100% de la inversión total. Así mismo podemos ver el porcentaje de retorno de inversión es alto, de 81% y que la inversión total se recuperaría al cabo de aproximadamente un año 7 meses.

## 4. DISEÑO Y ARQUITECTURA

El terreno donde está ubicada la casa que alberga nuestro bar, es un terreno amplio con espacios verdes comunes. La casa completa cuenta con alrededor de 600 metros cuadrados y el bar estará ubicado en la zona frontal de la casa ocupando 257,27

metros cuadrados. El local recibe a sus clientes con un porche de entrada para vehículos el cual sirve de recibidor y el cliente puede dejar a sus invitados o acompañantes en la puerta de entrada principal para luego parquear el vehículo y proceder con su registro. Al ingresar al local, éste cuenta con cómodas mesas altas para cuatro personas, Booths de 6 y de 8 Pax y cómodas salas con capacidad de 8 a 10 personas. Además, la barra del bar cuenta con 11 bancos altos para que los clientes puedan participar más de la experiencia en bolsa. Así mismo el BVQ Bar cuenta con amplios espacios para la movilidad tanto del personal del negocio como para los clientes. También existen dos baños cómodos y espaciosos en relación al tamaño y capacidad del local.

**Tabla: Análisis de áreas de productividad.**

Revenue producing areas	Non revenue producing areas
Bar	Cocina
Restaurante	Oficina
	Bodega
	Baños

4.1. PROGRAMA DE ESPACIO

A continuación se encuentra la tabla de las aéreas que conforman el BVQ Bar con sus respectivas medidas.

**Tabla: Distribución de áreas.**

Espacio	M <sup>2</sup>	%
<b>FOH</b>		
Sala vip	26,88	10%
Área de mesas	138,34	54%
Bar	40,83	16%
Baños	27,67	11%
<b>BOH</b>		
Cocina	13,38	5%
Oficina	5,69	2%

Bodega	4,53	2%
<b>Área Total</b>	<b>257,27</b>	<b>100%</b>

## 4.2. DISEÑO DE ESPACIOS PÚBLICOS

La fachada de la casa por fuera se mantendrá intacta como condición del contrato de arrendamiento acordado con el propietario, pero se instalarán luces azules y verdes para darle presencia al local en la noche. En el interior si habrán cambios menores pues se deben eliminar paredes interiores y crear nuevas así como realizar nuevas instalaciones de servicios básicos como agua, gas y aguas grises y negras. También la decoración cambiará con el fin de ambientar y trasladar al cliente a Wall Street. El local cuenta con una barra amplia de 9,10 metros de largo y 1,36 metros de ancho, espacio suficiente para la comodidad del personal y de los clientes. Nuestro bar cuenta con cuatro cómodas salas, 5 booths y 12 mesas todas con un estilo de negocios y con tabletas para complementar la experiencia de los clientes en el bar con estilo de bolsa de valores.

## 4.3. BACK OF THE HOUSE

El back of the house está pensado para el recibimiento de los proveedores, sobre todo los proveedores de las bebidas alcohólicas, los cuales entraran por la calle Francisco Cassanova por la entrada trasera de la casa. Por esta razón, la bodega está ubicada muy cerca de la entrada de recibimiento de mercadería que queda al lado izquierdo de la cocina. Nuestro concepto tiene un espacio de back office muy pequeño ya que la mayoría del servicio se realiza en el front of the house, pero el personal tiene suficiente espacio para movilizarse en la cocina bodega y oficina.

### 4.3.1. Descripción de la cocina

La cocina esta en un espacio de 13,83 metros cuadrados y cuenta con equipos para realizar en menú de picaditas. Contamos con dos sandwicheras industriales un refrigerador y un congelador, una cocina para preparar salsas para los diferentes platos, y refrigerador de vino y champan que complementa los refrigeradores que se encuentran en la barra. La cocina tiene un acceso privado y directo hacia el exterior de la casa para manejo de basura y recibimiento de mercadería; también tiene contacto directo con la

oficina y la bodega para el abastecimiento de productos y mantener un buen control. También se dedicara un espacio para posillería donde se recibirán platos y vasos sucios y procederán a el lavado y pulido para poder usarlos de nuevo. En este espacio se podrá almacenar en estantes los mismos.

#### 4.3.2. Área de Bodegas

Nuestra bodega está ubicada en un espacio de 4.53 metros cuadrados y está direccionada en su mayoría para guardar las bebidas alcohólicas que se consumirán en el bar, el bar contará con estanterías para mantener un orden específico de cada tipo y marca de bebida y para poder mantener un buen control de inventario.

#### 4.3.3. Oficina

La oficina está en un espacio de 5,64 metros cuadrados y esta contará con un escritorio con computadora, impresora, archivero y pizarra para que el administrador realice sus labores y tenga un control del lugar.

#### 4.3.4. Recibidor y Basura

El costado derecho de la casa está ubicada frente a la calle Francisco Cassanova por donde se sacara la basura y se recibirá a los proveedores por la puerta trasera del local para no tener problemas con el tráfico, vecinos y a demás el servicio de recolección de basura pasa por esta calle. También tenemos un recolector de basura en la parte externa del edificio donde se mantendrán los desperdicios hasta los días que los camiones de la basura pasen por ellos.

## 5. PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

### **Menú**

#### Bebidas Especiales

- Martini Nasdaq -----

Amarula, licor de avellanas y vodka

- BVQ vodka -----

Amarula, vodka, crema de menta, helado de crema

- Dow Jones-----

Amarula, vodka, azúcar, café espresso doble

- Wall street vodka-----

Amarula, vodka y triple sec

- Shoot hecho bolsa-----

Medio Shoot de tequila y medio Shoot de Jagger

#### Bebidas alcohólicas

- Cuba libre-----
- Whisky -----
- Whisky doble-----
- Whisky Jack Daniels-----
- Vodka Tonic-----
- Gin Tonic-----
- Daiquiri (manzana, banana, fresa y cereza)-----
- Martini-----
- Jagger Bombs-----
- Margarita-----
- Shoot Tequila-----
- Shoot de Néctar-----
- Michelada-----
- Cerveza Nacional-----
- Cerveza Importada-----
- Botella de Whisky Old Times-----
- Botella Whisky Johnnie Walker Rojo-----
- Botella Whisky Johnnie Walker Negro-----

- Botella Ron Cartavio -----
- Botella Vodka Ruskaya-----
- Botella de Jagermeister-----
- Botella de Néctar Rojo-----
- Botella de Néctar Azul-----

#### Bebidas sin alcohol

- Té verde con menta (tradicional marroquí)-----
- Jugos de frutas (naranja, piña, fresa, naranjilla)-----
- Café-----
- Gaseosas-----
- Agua sin gas-----
- Agua con gas-----

#### Vinos

##### Tintos

- Santa Julia cabernet sauvignon-----copa / botella
- Santa Julia cabernet sauvignon reserva-----copa / botella
- Santa Julia Malbec-----copa / botella
- Santa Julia tempranillo----- copa / botella
- Santa Julia Fuzion tempranillo malbec----- copa / botella
- Santa Julia Tempranillo-----copa / botellas

##### Vinos

##### Blancos

- Santa Julia sauvignon blanc-----copa / botella
- Santa Julia Chardonnay-----copa / botella
- Santa Julia Chardonnay reserva -----copa / botella

#### Picaditas

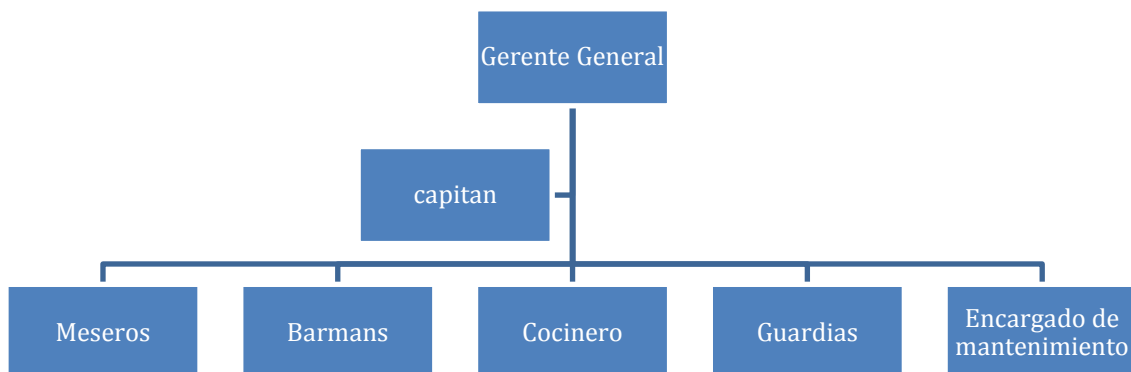
- Piqueo (quesos y embutidos 5 personas)-----
- Piqueo (2 personas)-----
- Picada Española (quesos y jamones importados 4 personas)----
- Sánduche Tradicional -----

Jamón, queso y tomate

- Sánduche de pollo -----
- Sanduche de pernil-----
- Ensalada Wall Street-----

## 6. RECURSOS HUMANOS

### Organigrama



Al tener una capacidad para 100 personas nuestro bar deberá contar con 5 meseros para que atiendan cada uno a 20 personas si hay casa llena esto da un espacio muy cómodo para que los meseros realicen un excelente servicio. El bar contará con 2 barmans, los cuales ayudaran en las preparaciones de las bebidas, y un cocinero que estará a cargo de las picaditas con ayuda de los meseros. Como conocemos que la seguridad en un lugar de entretenimiento nocturno es muy importante, contaremos con 3 guardias de seguridad para que puedan resolver cualquier inconveniente y cuiden de la integridad tanto de los clientes como de las instalaciones y empleados. También el negocio contará con 2 empleados para mantenimiento, limpieza y lavado de platos,



vasos y copas, los cuales se encargarán de revisar que cada uno de los espacios estén limpios e impecables.

**Tabla: Nómina del bar**

Puesto	Cantidad de Empleados
Administrador	1
Barman	2
Meseros	5
Cocinero	1
Mantenimiento	2
Seguridad	3
Total	14

**Descripciones de Cargo**

**Barman**

Las funciones que debe realizar el bar tender es preparar los cocteles de una manera eficiente y eficaz para que el bar este en constante trabajo.

- Pedir las bebidas alcohólicas y los acompañamientos a bodega.
- Abastecer el bar de vasos, copas, mezclas frutas, bebidas.
- También es responsable del aseo de la barra y de los utensilios para realizar los cocteles.
- Hacer el mise en place de los cocteles.
- Comunicarse con todo tipo de clientes para saber sus requerimientos y brindarles el mejor servicio.
- Genero indistinto
- Permanecer de pie al frente de la barra durante todo el periodo de trabajo.
- Deben ser puntuales, honestos y serviciales.
- El rango de edades para este puesto serán de 20 a 30 años deberán tener instrucción de bachiller, con experiencia laboral en el puesto de mínimo un año.
- Otras tareas que le sean asignadas

**Meseros**

- Son los encargados de llevar cada orden a la mesa correspondiente.
- Deben ayudar al cocinero a tener listas las órdenes de picaditas.
- También buscan resolver cualquier tipo de petición del cliente
- Se encargan de limpiar las mesas y retirar los vasos usados también lavan vasos y copas
- Genero indistinto
- Llevar las copas, vasos, platos sucios a la cocina.
- Deben ser puntuales, honestos y serviciales.
- El rango de edades para este puesto serán de 20 a 45 años deberán tener instrucción de bachiller, con experiencia laboral en el puesto de mínimo un año.

**Cocinero**

- Es el encargado de realizar los pedidos de picaditas, debe realizarlos con extrema calidad y sanidad.
- Es encargado de la limpieza y orden de su lugar de trabajo
- Debe ser puntual, honesto y servicial.
- Genero indistinto
- El rango de edades para este puesto serán de 20 a 45 años deberán tener instrucción de bachiller, con experiencia laboral en el puesto de mínimo un año.

**Guardias de seguridad**

- Verificar las reservas y cuidar de la entrada del local
- Resolver cualquier inconveniente y cuiden de la integridad tanto de los clientes como de las instalaciones y empleados
- Deben ser puntuales, honestos y serviciales.
- Género masculino y con gran presencia física (Grande )
- El rango de edades para este puesto serán de 20 a 45 años deberán tener instrucción de bachiller, con experiencia laboral en el puesto de mínimo un año.

**Encargado de mantenimiento**

- Es el encargado de que todo en el local este impecable antes de abrir como pisos baños y revisar cada hora que este impecable en los horarios de atención.
- Deberán lavar la cristalería con el fin de darles buena rotación y que siempre existan vasos, copas y platos limpios para el servicio.
- Deben ser puntual, honesto y servicial.
- El rango de edades para este puesto serán de 20 a 45 años deberán tener instrucción de bachiller, con experiencia laboral en el puesto de mínimo un año.

### **Administrador**

- El administrador será el que controle y organice las labores cada uno de los empleados, también deberá llevar el control de inventarios y costos.
- Pagos a nomina y proveedores
- Deberá buscar generar la mayor utilidad posible.
- El rango de edades para este puesto serán de 20 a 45 años deberán tener un título universitario en administración de empresas o administración de empresas en hospitalidad, con experiencia laboral en el puesto de mínimo un año.

### **Reclutamiento**

Se publicaran en los principales periódicos de la ciudad los puestos que ofrece la empresa. El reclutamiento del personal se hará en base a selección de carpetas que serán receptadas vía mail, para luego realizar una entrevista personal. Se elegirán a las personas que muestren una actitud positiva y honesta a demás de la experiencia que tengan en la industria.

### **La cultura organizacional de la empresa**

Nuestro bar está comprometido con sus clientes para brindarles un servicio de excelencia. Siempre utilizará productos frescos y de buena calidad y cuidará de todos los detalles de limpieza en nuestro local, como lo merecen nuestros clientes. Lo más importante es que trataremos a nuestros clientes como invitados. Uno de nuestros principales objetivos, es que el cliente disfrute de su estancia con sus familiares y

amigos viviendo la realidad de la bolsa de valores. Queremos que disfruten de un ambiente diferente e interactivo con el cual el cliente podrá buscar el mejor trato para realizar negocios con sus bebidas.

## 7. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MARKETING

### **Medios**

BVQ Bar, principalmente utilizará el internet como medio para darse a conocer por su mercado a través de su página web oficial y redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Flickr). Se trabajará en desarrollar una aplicación para celulares y tabletas que se llamará BVQ Bar Plus, la cual el cliente podrá instalar en su equipo y conocer más sobre el bar. Dentro de la aplicación se podrá tener acceso directo a información sobre el bar (Horarios de atención, historia de BVQ Bar, información de contacto y ubicación con mapa y un link para buscarlo con los programas Waze o Google Maps), tendrán el menú con todos los productos que el bar ofrece y los precios establecidos, acceso a un juego que simula la experiencia de bolsa de valores que brinda BVQ Bar para que el cliente se pueda familiarizar con nuestro sistema y podrán ganar variados premios, un espacio para realizar reservaciones y así mismo un espacio donde podrán escribir sus sugerencias para el bar de acuerdo a su experiencia en su visita. Otro medio que se utilizará son vallas publicitarias en puntos estratégicos como vías de alto tráfico de vehículos como peatonal ubicadas cerca de los generadores de demanda de nuestro sector para así llegar a nuestro mercado meta con mayor facilidad. Se realizara una inauguración donde se invitara a las revistas Cosas y Caras para tomar fotografías, las cuales posteriormente serán publicadas en la sección social.

### **Estrategia de Marketing**

Nuestro bar se concentrará en la estrategia del marketing digital, ya que han demostrado últimamente que construyen un papel sumamente importante en los canales de distribución de servicios. Este tipo de estrategia de marketing representa una gran innovación y este sector en los últimos años ha estado en constante crecimiento por la alta comercialización de equipos tecnológicos como computadoras, tabletas, teléfonos inteligentes y su uso es cada vez más frecuente. En la actualidad se ha observado como los consumidores de estos equipos tecnológicos han creado cierta dependencia al uso de los mismos y eso nos demuestra que es el mejor medio para promocionarse.

Esta estrategia tiene cuatro principales ventajas que son las siguientes:

1. Sus resultados son medibles.
2. Poder viral, esto es un conjunto de técnicas que hacen uso de los medios en internet con el fin de obtener un incremento en ventas y posicionamiento de la marca.
3. Demanda bajos costos de producción.
4. Sus presupuestos son flexibles y se adaptan a la situación económica de la empresa.

Esta estrategia es altamente recomendada cuando se necesita llevar a cabo una estrategia regida de los resultados, conseguir nuevos usuarios para el negocio, obtener una mejor calidad en el servicio y para obtener mejores resultados en el retorno de la inversión para tu negocio.

#### 8. PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

Para calcular la inversión total que representa el proyecto se realizaron cotizaciones en más de 10 locales comerciales de equipos, construcción y consultoría. El resumen de esta inversión se muestra en la siguiente tabla. Si se desea mayores detalles sobre los rubros individuales a partir de los cuales se obtuvo este resumen se pueden revisar los Anexos 3.1 y 3.2. Como se puede ver la inversión para este proyecto es de aproximadamente \$135 000, la cual es bastante alta pero se justifica con el tamaño del local y el alto nivel tecnológico que tienen los equipos.

**Tabla de costos estipulados en la inversión total**

<b>COSTO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Construcción	Paredes, pisos, puertas, baños, muebles bar y cocina, instalaciones eléctricas, decoración	\$ 32,537.00
Desarrollo	Honorarios de arquitecto, abogado y otros consultores, permisos y trámites de legalización	\$ 7,401.48
Muebles y equipos	Equipos de cocina y tecnología, muebles del local, vajilla, cubertería, utensilios de cocina, cristalería	\$ 69,489.22
Pre-operación	Fiesta de apertura y capital de trabajo	\$ 25,300.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 134,727.70</b>

Para realizar la inversión de este proyecto se realizará un préstamo a 5 años del 40% del valor total de la inversión a un banco que cobra el 12% de interés anual capitalizable mensualmente. El valor restante de la inversión será por parte del capital propio de los accionistas del local. Los detalles del préstamo al banco se resumen en la siguiente tabla. Para más detalles al respecto se puede revisar el Anexo 4.

#### Tabla del resumen de la amortización del préstamo a la institución financiera

Datos del Financiamiento			
Loan-to-Value (LTV)	40%	Cuotas financiamiento	\$ 1,200.11
Tasa de interes nominal	12%	Tasa interes mensual	1.00%
Plazo en años	5	Número de pagos	60
Costos de financiamiento	2%	Valor costo financiamiento	\$ 1,079.02
Inversión capital propio	\$ 80,926.62	Valor financiamiento	\$ 53,951.08
Resumen tabla de amortización			
Año	Pago interés	Pago Capital	Saldo Final
1	\$ 6,023.27	\$ 8,378.08	\$ 45,573.00
2	\$ 4,960.72	\$ 9,440.63	\$ 36,132.38
3	\$ 3,763.41	\$ 10,637.93	\$ 25,494.44
4	\$ 2,414.25	\$ 11,987.09	\$ 13,507.35
5	\$ 893.99	\$ 13,507.35	\$ 0.00

## 9. CONCLUSIONES

La ubicación del BVQ bar es estratégica para poder implementar un negocio de este estilo ya que está ubicada en un barrio que lo permite y a demás de alto trafico al norte de la ciudad de Quito en pleno corazón financiero de la ciudad.

Su concepto es original y pionero en el país que utiliza una tecnología de punta lo que ayuda a una fácil operación y control, por lo que va a atraer muchos consumidores que busquen vivir esta experiencia en bolsa.

El local se presta para un negocio de este estilo ya que su amplio espacio lo permite por lo que ha sido fácil acoplarse a las exigencias de este concepto, la casa es un lugar que resalta dentro del sector y de por si es llamativa, con un frente extenso hacia la avenida Portugal y una entrada trasera que da a la calle Francisco Cassanova que permite un correcto manejo de basura y proveedores.

Por la parte financiera el proyecto es muy rentable ya que esta inversión se recuperará en un año y diez meses, con un TIR del 81%. Esto permite que el negocio

empiece a dar utilidades a los socios muy rápido y esto es importante para un negocio de alto riesgo y que no perdura en el tiempo.

## 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andes. (2012, septiembre 27). 700 millones anuales son generados por el turismo en el Ecuador. *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica andes*. Recuperado el 6 de marzo de 2014 desde <http://www.andes.info.ec/es/actualidad/6989.html>

CEDATOS. (2014, marzo). *Índices de Aprobación, Credibilidad y Aprobación a la Forma de Ser del Presidente Correa a Febrero de 2014*. Recuperado el 28 de abril de 2014 desde [http://www.cedatos.com.ec/detalles\\_noticia.php?Id=136](http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=136)

El Banco Mundial. (2014). Ecuador: panorama general. *El Banco Mundial*. Recuperado el 8 de abril de 2014 desde <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

El País. (2013, noviembre 27). 2014 y 2015 serán difíciles para Ecuador por inversiones estratégicas, dice Correa. *El País*. Economía Ecuador. Recuperado el 8 de abril de 2014 desde [http://economia.elpais.com/economia/2013/11/27/agencias/1385519182\\_257198.html](http://economia.elpais.com/economia/2013/11/27/agencias/1385519182_257198.html)

Espinosa Apolo, M. (2000.) *Los mestizos ecuatorianos y las señales de la identidad cultural*. Quito: Tramasocial.

Ministerio de Turismo. (2014, marzo 27). Se lanza al mundo campaña turística “All you need is Ecuador”. *Ecuador Inmediato*. Turismo. Recuperado el 8 de abril de 2014 desde [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818759452&umt=se\\_lanza\\_al\\_mundo\\_campana\\_turistica\\_all\\_you\\_need\\_is\\_ecuador](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818759452&umt=se_lanza_al_mundo_campana_turistica_all_you_need_is_ecuador)

Municipio DMQ. (2011). *Entorno Económico*. Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Recuperado el 6 de marzo de 2014 de [http://www.inviertaenquito.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=36&Itemid=91&lang=es](http://www.inviertaenquito.com/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=91&lang=es)

Núñez, R. (2014, enero 14). Ecuador: siete años de gobierno de Rafael Correa. *Infolatam Información y análisis de América Latina*. Recuperado el 28 de abril



de 2014 desde <http://www.infolatam.com/2014/01/14/ecuador-siete-anos-de-gobierno-de-rafael-correa/>

Pozo Crespo, M. (2013, diciembre 30). Economía del 2013 y 2014. *El Hoy*. Recuperado el 8 de abril de 2014 desde <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/economia-del-2013-y-2014-597926.html>

## 11. ANEXOS

## Anexo 1 Ordenanza de Zonificación 0031



## ORDENANZA DE ZONIFICACIÓN No.

0031

USO	SIMB.	TIPOLOGÍA	SIMB.	ESTABLECIMIENTOS
				precisión y patio de venta de vehículos livianos.
		Comercios de menor escala	CS4	Patio de comidas, bodegaje de artículos de reciclaje (vidrio, cartón, papel, plástico). Centros comerciales de hasta 1000 m2 de área útil, almacenes por departamentos, comisariatos institucionales.
		Comercio temporal	CS5	Ferias temporales, espectáculos teatrales, recreativos.
		Oficinas administrativas (2)	CS6	Edificios de oficinas públicas, privadas y corporativas.
		Alojamiento (2)	CS7A	Residenciales, hostales, hosterías y apart-hoteles, pensiones, mesones, servicios de hotel-albergue mayor a 6 hasta 30 habitaciones.
			CS7B	Cabañas ecológicas, campamentos, refugios, hostales rústicos, menos de 6 habitaciones.
		Centros de juego	CS8	Juegos de salón, electrónicos y mecánicos sin apuesta o premios en dinero, salas de billar sin venta de licor, ping pong, bingos, salas de bolos.
Comercio zonal C	CZ	Centros de diversión	CZ1A	Bares, billares con venta de licor, cantinas, video bar, karaoke, pool-bar, discotecas, peñas, salas de proyección para adultos.
			CZ1B	Cafés - concierto, salones de banquetes y recepciones, casinos, juegos electrónicos y mecánicos con apuestas o premios en dinero.
		Comercio servicios.	CZ2	Distribuidora de llantas y servicios, talleres mecánicos pesados, comercialización de materiales y acabados de la construcción, centros de lavado en seco, centro ferretero, mudanzas, casas de empeño. Distribuidoras de gas de hasta 500 cilindros de 15 kg.
		Venta vehículos y maquinaria liviana	CZ3	Agencias y patios de vehículos (con taller en local cerrado), venta y renta de maquinaria liviana en general.
		Almacenes bodegas	CZ4	Bodegas de productos (elaborados, empaquetados y envasados que no impliquen alto riesgo), distribuidora de insumos alimenticios y agropecuarios, bodegas comerciales de productos perecibles y no perecibles.
		Centros de comercio	CZ5	Comercios agrupados en general hasta 5000 m2 de área útil. Mercados tradicionales y centros de comercio popular. Establecimiento de carga y encomiendas.

## Anexo 2. Plan de uso y ocupación del suelo

## ANEXO 11

## DE LA ORDENANZA DEL PLAN METROPOLITANO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL

## PLAN DE USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO

- o Los establecimientos comerciales o de servicios que requieran almacenar para consumo o negocio los combustibles, tanques de gas licuado de petróleo (GLP), materiales explosivos e inflamables, se sujetarán al Reglamento Ambiental para Operaciones Hidrocarburíferas del Ecuador, a las Normas de Arquitectura y Urbanismo, a la Legislación Ambiental local vigente y a las disposiciones de la Secretaría de Ambiente y demás organismos competentes en la materia, conforme a la ley. No podrán ubicarse dentro del cono de aproximación de los aeropuertos, medidos en un radio de 1000 metros desde la cabecera de la pista, ni dentro de las franjas de seguridad este - oeste de cuatrocientos metros de ancho, medidos desde el eje de la pista principal hasta la intersección con el cono de aproximación.
- o **Condiciones específicas de implantación del uso comercial y de servicios:**
  - o Los centros de diversión que correspondan a Comercio Zonal CZ1A no podrán ubicarse a menos de 200 metros de distancia de equipamientos de servicios sociales de educación y de salud de ciudad o metropolitano.
  - o Los centros de diversión que correspondan a Comercio Zonal CZ1B no podrán ubicarse a menos de 100 metros de distancia de equipamientos de servicios sociales de educación y de salud de ciudad o metropolitano.
  - o Los centros de diversión que correspondan a Comercio Zonal CZ1A o CZ1B no podrán ubicarse a menos de 100 metros de distancia de equipamientos de servicios sociales de educación y de salud barriales, sectoriales y zonales.
  - o Podrán ubicarse a distancias menores a las establecidas los establecimientos correspondientes a Comercio Zonal CZ1 que formen parte o estén integrados a hoteles calificados por la entidad competente en materia de turismo del Distrito Metropolitano de Quito y que cuenten con la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).
  - o La distancia establecida se medirá en línea recta, desde los linderos más próximos de los predios en los cuales se ubiquen el centro de diversión y alguno de los equipamientos detallados, respectivamente, y cumplirá con las normas de arquitectura y urbanismo y las disposiciones establecidas en la Ordenanza Ambiental.
  - o No se autorizará la implantación de establecimientos con el mismo uso que cambien de razón social, de propietario o representante legal, que tengan en alguna de las Comisarias Metropolitanas expedientes administrativos no resueltos favorablemente para su funcionamiento.
  - o Las edificaciones para alojamiento se someterán a todo lo dispuesto para cada caso particular en la normativa del Ministerio de Turismo y la Secretaría de Ambiente.
  - o Todos los centros comerciales requerirán informe de compatibilidad de uso, condiciones y regulaciones técnicas, emitido por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, y se sujetarán a los requerimientos de la Ordenanza Metropolitana vigente de "Prevención y Control del Ambiente", previamente a la autorización por parte del Concejo Metropolitano.



## ANEXO 3.1 Detalle de la inversión en muebles y equipos

Clasificación	Cantidad	Descripción	Precio unit	Precio total
EQUIPOS	2	Dispensador de jugo	\$ 1.135,00	\$ 2.270,00
	1	Exprimidor de naranja	\$ 4.968,00	\$ 4.968,00
	2	Sanduchera tipo panini	\$ 895,00	\$ 1.790,00
	2	Refrigerador	\$ 2.157,00	\$ 4.314,00
	1	Congelador	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
	1	Cocina industrial	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
	4	Licuada	\$ 127,35	\$ 509,40
	1	Vitrina VFV 12"	\$ 1.069,66	\$ 1.069,66
	7	TV Led 40" KDL	\$ 1.171,04	\$ 8.197,28
	7	Soporte para LCD	\$ 69,29	\$ 485,03
	21	Tablets Samsung Wifi	\$ 586,07	\$ 12.307,47
	2	Computadora para escritorio	\$ 700,00	\$ 1.400,00
	1	Impresora	\$ 250,00	\$ 250,00
	MUEBLES	12	Mesas 4 pax	\$ 275,00
48		Sillas individuales	\$ 110,00	\$ 5.280,00
12		Sillones 2 pax	\$ 406,00	\$ 4.872,00
4		Mesas de sala	\$ 190,00	\$ 760,00
5		Booth	\$ 550,00	\$ 2.750,00
12		Bancos de bar	\$ 120,00	\$ 1.440,00
1		Escritorio de oficina	\$ 350,00	\$ 350,00
1		Archivador	\$ 450,00	\$ 450,00
VAJILLA Y CUBERTERIA	120	Platos	\$ 3,36	\$ 403,20
	10	Cucharas Postre (pqt x12)	\$ 7,72	\$ 77,20
	10	Cuchillos de Mesa (pqt x12)	\$ 13,92	\$ 139,20
	10	Cucharas Soperas (pqt x12)	\$ 9,38	\$ 93,80
	10	Tenedores de Mesa (pqt x12)	\$ 8,92	\$ 89,20
	15	Jgo. de Cuchillos para Queso	\$ 8,03	\$ 120,45
	60	Tablas para picaditas	\$ 5,63	\$ 337,80
UTENSILIOS DE COCINA	2	Jgo. de Cuchillos de Cocina c/Tijera	\$ 13,38	\$ 26,76
	1	Cuchillo queso profesional	\$ 40,00	\$ 40,00
	1	Cuchillo pan profesional	\$ 50,00	\$ 50,00
	2	Cuchillo cocinero	\$ 55,00	\$ 110,00
	1	Cuchillo legumbres	\$ 40,00	\$ 40,00
CRISTALERIA	120	Vaso 8 Oz.	\$ 0,35	\$ 42,00
	120	Vaso 11.3 Oz.	\$ 0,45	\$ 54,00
	65	Copa vino blanco	\$ 0,79	\$ 51,35
	65	Copa vino tinto	\$ 0,79	\$ 51,35
	85	Jarro Cervecerero	\$ 1,16	\$ 98,60
	60	Vasito Aguardiente	\$ 0,27	\$ 16,20
	50	Copa Champaña	\$ 0,80	\$ 40,00
		SUBTOTAL		\$ 62.043,95
	IVA		\$ 7.445,27	
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 69.489,22</b>	

## ANEXO 3.2 Detalle de todos los costos de inversión

Tipo de costo	Costo	Detalle	Rubro
CONSTRUCCIÓN	Paredes	65 m <sup>2</sup> desalajo, 45m <sup>2</sup> nuevos en bloque	\$ 6.925,00
	Piso	296m <sup>2</sup> area principal-porcelanato, 46m <sup>2</sup> cocina oficina y bodega-cerámica	\$ 9.662,00
	Puertas	2 mampara patio, 4 puertas inodoro, 5 puertas normales	\$ 1.490,00
	Lavabos y sanitarios	4 inodoros, 3 urinarios, 2 juegos lavabo fregadero con mesón, 8 estanterías, extractor de olores	\$ 860,00
	Muebles cocina	9m barra del bar, 10m mesón posterior, fregadero	\$ 1.310,00
	Muebles bar	Toma corrientes, interruptores, sensores de luz, lámparas, reflectores, tomas de cables, tomas de teléfono, focos	\$ 4.290,00
	Instalación eléctrica	Acabados, estuco, pintura, fotografías, posters	\$ 6.000,00
	Decoración		\$ 2.000,00
			<b>TOTAL \$ 32.537,00</b>
DESARROLLO	Arquitecto	\$150 por plano + 4% construcción	\$ 1.901,48
	Abogados	Notarización, honorarios profesionales	\$ 650,00
	Otros consultores	Sistemas-modelado y programación	\$ 4.000,00
	Permisos y trámites	Cuenta integración, publicación prensa, registro mercantil, facturas, permisos municipales, carnets 3 empleados Min salud	\$ 1.000,00
		<b>TOTAL \$ 7.551,48</b>	
PRE-OPERACIÓN	Apertura		\$ 3.000,00
	Capital de trabajo	Inventarios	\$ 3.000,00
		Pago empleados	\$ 16.700,00
		Servicios básicos	\$ 600,00
		Renta	\$ 5.000,00
		<b>TOTAL \$ 25.300,00</b>	
MUEBLES Y EQUIPOS		<b>TOTAL \$ 69.489,22</b>	
		<b>INVERSIÓN SIN GASTOS PRE-OPERACIÓN \$ 109.577,70</b>	
		<b>TOTAL INVERSIÓN \$ 134.877,70</b>	

## ANEXO 4 Detalles del financiamiento

## DATOS DEL FINANCIAMIENTO

Loan-to-Value (LTV)	40%	(interés capitalizable mensualmente)	
Tasa de interes nominal	12%	Tasa interes mensual	1,00%
Plazo	5	Número de pagos	60
Costos de financiamiento	2%	Valor costo financiamiento	\$ 1.079,02

Inversión	Capital propio	Financiamiento
\$ 134.877,70	\$ 80.926,62	\$ 53.951,08

PAGO	\$1.200,11
------	------------

PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO FINAL
1	\$ 53.951,08	\$1.200,11	\$660,60	\$ 539,51	\$ 53.290,48
2	\$ 53.290,48	\$1.200,11	\$667,21	\$ 532,90	\$ 52.623,27
3	\$ 52.623,27	\$1.200,11	\$673,88	\$ 526,23	\$ 51.949,39
4	\$ 51.949,39	\$1.200,11	\$680,62	\$ 519,49	\$ 51.268,78
5	\$ 51.268,78	\$1.200,11	\$687,42	\$ 512,69	\$ 50.581,35
6	\$ 50.581,35	\$1.200,11	\$694,30	\$ 505,81	\$ 49.887,05
7	\$ 49.887,05	\$1.200,11	\$701,24	\$ 498,87	\$ 49.185,81
8	\$ 49.185,81	\$1.200,11	\$708,25	\$ 491,86	\$ 48.477,56
9	\$ 48.477,56	\$1.200,11	\$715,34	\$ 484,78	\$ 47.762,22
10	\$ 47.762,22	\$1.200,11	\$722,49	\$ 477,62	\$ 47.039,73
11	\$ 47.039,73	\$1.200,11	\$729,71	\$ 470,40	\$ 46.310,02
12	\$ 46.310,02	\$1.200,11	\$737,01	\$ 463,10	\$ 45.573,00
13	\$ 45.573,00	\$1.200,11	\$744,38	\$ 455,73	\$ 44.828,62
14	\$ 44.828,62	\$1.200,11	\$751,83	\$ 448,29	\$ 44.076,80
15	\$ 44.076,80	\$1.200,11	\$759,34	\$ 440,77	\$ 43.317,45
16	\$ 43.317,45	\$1.200,11	\$766,94	\$ 433,17	\$ 42.550,52
17	\$ 42.550,52	\$1.200,11	\$774,61	\$ 425,51	\$ 41.775,91
18	\$ 41.775,91	\$1.200,11	\$782,35	\$ 417,76	\$ 40.993,56
19	\$ 40.993,56	\$1.200,11	\$790,18	\$ 409,94	\$ 40.203,38
20	\$ 40.203,38	\$1.200,11	\$798,08	\$ 402,03	\$ 39.405,30
21	\$ 39.405,30	\$1.200,11	\$806,06	\$ 394,05	\$ 38.599,24
22	\$ 38.599,24	\$1.200,11	\$814,12	\$ 385,99	\$ 37.785,12
23	\$ 37.785,12	\$1.200,11	\$822,26	\$ 377,85	\$ 36.962,86
24	\$ 36.962,86	\$1.200,11	\$830,48	\$ 369,63	\$ 36.132,38
25	\$ 36.132,38	\$1.200,11	\$838,79	\$ 361,32	\$ 35.293,59
26	\$ 35.293,59	\$1.200,11	\$847,18	\$ 352,94	\$ 34.446,41
27	\$ 34.446,41	\$1.200,11	\$855,65	\$ 344,46	\$ 33.590,77
28	\$ 33.590,77	\$1.200,11	\$864,20	\$ 335,91	\$ 32.726,56

## ANEXO 4 Detalles del financiamiento

29	\$	32.726,56	\$1.200,11	\$872,85	\$	327,27	\$	31.853,72
30	\$	31.853,72	\$1.200,11	\$881,57	\$	318,54	\$	30.972,14
31	\$	30.972,14	\$1.200,11	\$890,39	\$	309,72	\$	30.081,75
32	\$	30.081,75	\$1.200,11	\$899,29	\$	300,82	\$	29.182,46
33	\$	29.182,46	\$1.200,11	\$908,29	\$	291,82	\$	28.274,17
34	\$	28.274,17	\$1.200,11	\$917,37	\$	282,74	\$	27.356,80
35	\$	27.356,80	\$1.200,11	\$926,54	\$	273,57	\$	26.430,25
36	\$	26.430,25	\$1.200,11	\$935,81	\$	264,30	\$	25.494,44
37	\$	25.494,44	\$1.200,11	\$945,17	\$	254,94	\$	24.549,28
38	\$	24.549,28	\$1.200,11	\$954,62	\$	245,49	\$	23.594,66
39	\$	23.594,66	\$1.200,11	\$964,17	\$	235,95	\$	22.630,49
40	\$	22.630,49	\$1.200,11	\$973,81	\$	226,30	\$	21.656,68
41	\$	21.656,68	\$1.200,11	\$983,55	\$	216,57	\$	20.673,14
42	\$	20.673,14	\$1.200,11	\$993,38	\$	206,73	\$	19.679,76
43	\$	19.679,76	\$1.200,11	\$1.003,31	\$	196,80	\$	18.676,44
44	\$	18.676,44	\$1.200,11	\$1.013,35	\$	186,76	\$	17.663,10
45	\$	17.663,10	\$1.200,11	\$1.023,48	\$	176,63	\$	16.639,62
46	\$	16.639,62	\$1.200,11	\$1.033,72	\$	166,40	\$	15.605,90
47	\$	15.605,90	\$1.200,11	\$1.044,05	\$	156,06	\$	14.561,85
48	\$	14.561,85	\$1.200,11	\$1.054,49	\$	145,62	\$	13.507,35
49	\$	13.507,35	\$1.200,11	\$1.065,04	\$	135,07	\$	12.442,32
50	\$	12.442,32	\$1.200,11	\$1.075,69	\$	124,42	\$	11.366,63
51	\$	11.366,63	\$1.200,11	\$1.086,45	\$	113,67	\$	10.280,18
52	\$	10.280,18	\$1.200,11	\$1.097,31	\$	102,80	\$	9.182,87
53	\$	9.182,87	\$1.200,11	\$1.108,28	\$	91,83	\$	8.074,59
54	\$	8.074,59	\$1.200,11	\$1.119,37	\$	80,75	\$	6.955,22
55	\$	6.955,22	\$1.200,11	\$1.130,56	\$	69,55	\$	5.824,66
56	\$	5.824,66	\$1.200,11	\$1.141,87	\$	58,25	\$	4.682,80
57	\$	4.682,80	\$1.200,11	\$1.153,28	\$	46,83	\$	3.529,51
58	\$	3.529,51	\$1.200,11	\$1.164,82	\$	35,30	\$	2.364,69
59	\$	2.364,69	\$1.200,11	\$1.176,47	\$	23,65	\$	1.188,23
60	\$	1.188,23	\$1.200,11	\$1.188,23	\$	11,88	\$	0,00

## ANEXO 5 Detalle de la elaboración de PyG y flujos del bar y la valoración final

## ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PARA LOS 5 AÑOS DE OPERACIÓN DEL BAR

Datos del bar					
Capacidad:	100				
Cheque promedio:	\$ 20,00				
Fines de semana de operación	50 (al año)				
Ocupación	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	50%	50%	90%	110%	105%
Ventas Semanales Restaurante	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.800,00	\$ 2.200,00	\$ 2.100,00

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>+ Total Ingresos del bar</b>	\$ 405.000,00	\$ 433.350,00	\$ 463.684,50	\$ 496.142,42	\$ 530.872,38
Costos Variables	\$ 129.600,00	\$ 138.672,00	\$ 148.379,04	\$ 158.765,57	\$ 169.879,16
Costos Fijos	\$ 100.200,00	\$ 105.210,00	\$ 110.470,50	\$ 115.994,03	\$ 121.793,73
<b>- Total Costos y Gastos de Operación</b>	\$ 229.800,00	\$ 243.882,00	\$ 258.849,54	\$ 274.759,60	\$ 291.672,89
<b>= utilidad Operacional</b>	\$ 175.200,00	\$ 189.468,00	\$ 204.834,96	\$ 221.382,82	\$ 239.199,49

Mercadeo	\$ 10.800,00	\$ 11.016,00	\$ 11.236,32	\$ 11.461,05	\$ 11.690,27
Mantenimiento	\$ 8.100,00	\$ 8.262,00	\$ 8.427,24	\$ 8.595,78	\$ 8.767,70
Utilities	\$ 7.200,00	\$ 7.344,00	\$ 7.490,88	\$ 7.640,70	\$ 7.793,51
<b>- Total Gastos No Distribuidos</b>	\$ 26.100,00	\$ 26.622,00	\$ 27.154,44	\$ 27.697,53	\$ 28.251,48
<b>= utilidad despues de gastos operativos no distribuidos</b>	\$ 149.100,00	\$ 162.846,00	\$ 177.680,52	\$ 193.685,29	\$ 210.948,02

Arriendo	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Seguros	\$ 6.075,00	\$ 6.500,25	\$ 6.955,27	\$ 7.442,14	\$ 7.963,09
Gastos financieros	\$ 6.023,27	\$ 4.960,72	\$ 3.763,41	\$ 2.414,25	\$ 893,99
Amortización	\$ 215,80	\$ 215,80	\$ 215,80	\$ 215,80	\$ 215,80
<b>- Total Cargos Fijos</b>	\$ 42.314,07	\$ 41.676,77	\$ 40.934,48	\$ 40.072,19	\$ 39.072,88
<b>= utilidad antes de impuestos</b>	\$ 106.785,93	\$ 121.169,23	\$ 136.746,04	\$ 153.613,09	\$ 171.875,13
Repartición trabajadores	\$ 16.017,89	\$ 18.175,38	\$ 20.511,91	\$ 23.041,96	\$ 25.781,27
<b>Saldo</b>	\$ 90.768,04	\$ 102.993,84	\$ 116.234,13	\$ 130.571,13	\$ 146.093,86
Impuesto a la renta	\$ 21.784,33	\$ 24.718,52	\$ 27.896,19	\$ 31.337,07	\$ 35.062,53
<b>= Utilidad Neta</b>	\$ 68.983,71	\$ 78.275,32	\$ 88.337,94	\$ 99.234,06	\$ 111.031,34



## ANEXO 5 Detalle de la elaboración de PyG y flujos del bar y la valoración final

Flujo de caja Operativo después de impuestos					
<b>= EBITDA</b>	\$ 113.025,00	\$ 126.345,75	\$ 140.725,25	\$ 156.243,15	\$ 172.984,93
- Intereses	\$ 6.023,27	\$ 4.960,72	\$ 3.763,41	\$ 2.414,25	\$ 893,99
- Pago de Principal (Capital)	\$ 8.378,08	\$ 9.440,63	\$ 10.637,93	\$ 11.987,09	\$ 13.507,35
<b>de impuestos</b>	\$ 98.623,66	\$ 111.944,41	\$ 126.323,91	\$ 141.841,81	\$ 158.583,59
operación	\$ 37.802,22	\$ 42.893,91	\$ 48.408,10	\$ 54.379,04	\$ 60.843,80
<b>= Flujo de caja después de impuestos</b>	\$ 60.821,44	\$ 69.050,50	\$ 77.915,81	\$ 87.462,77	\$ 97.739,79
+ Reinversión del patrimonio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32.873,31
<b>= Flujo de Caja Total</b>	\$ 60.821,44	\$ 69.050,50	\$ 77.915,81	\$ 87.462,77	\$ 130.613,10

## FLUJOS DE CAJA EN LOS AÑOS DE OPERACIÓN

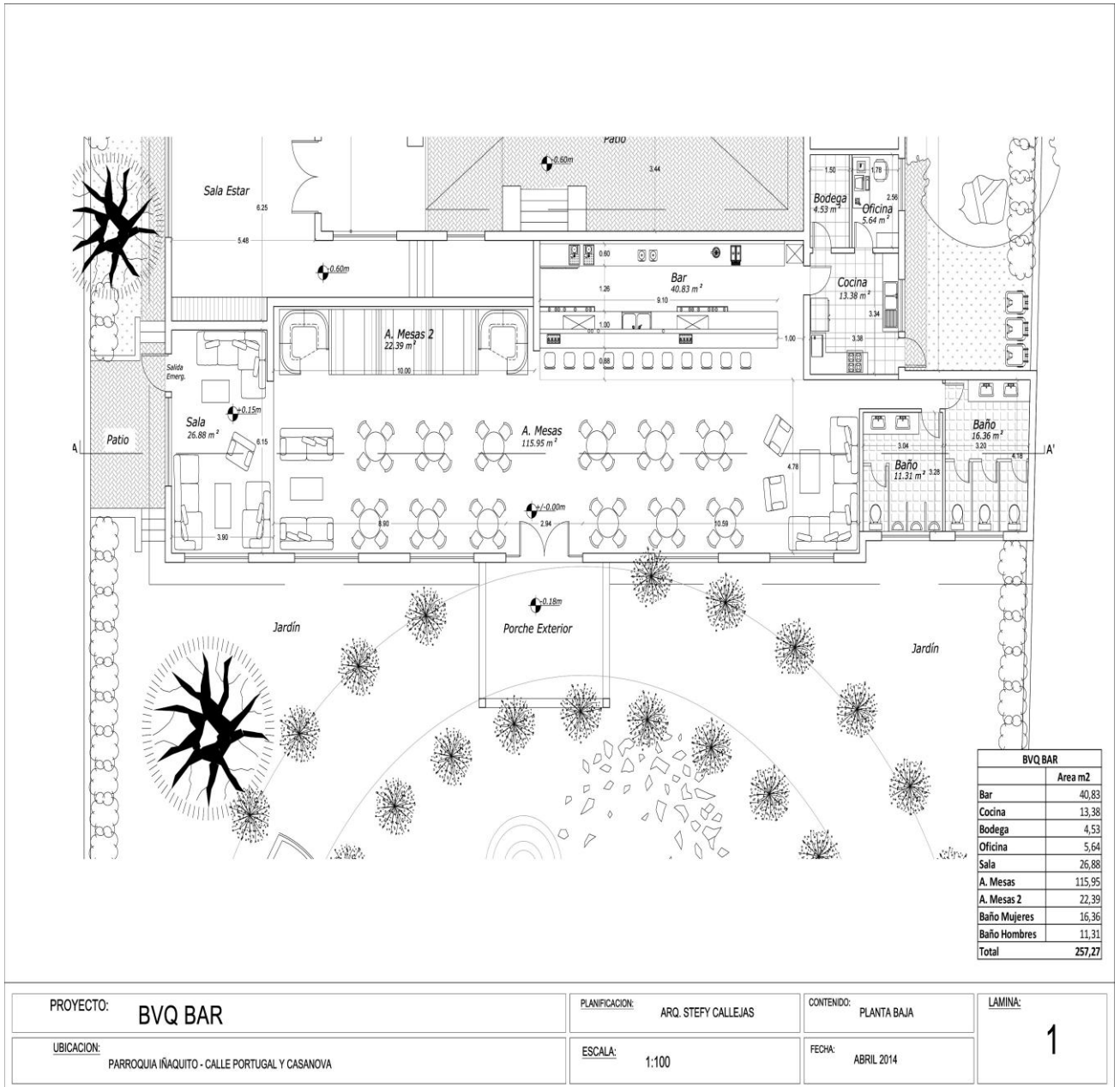
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ (80.926,62)	\$ 60.821,44	\$ 69.050,50	\$ 77.915,81	\$ 87.462,77	\$ 97.739,79

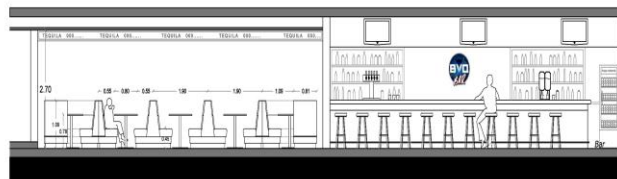
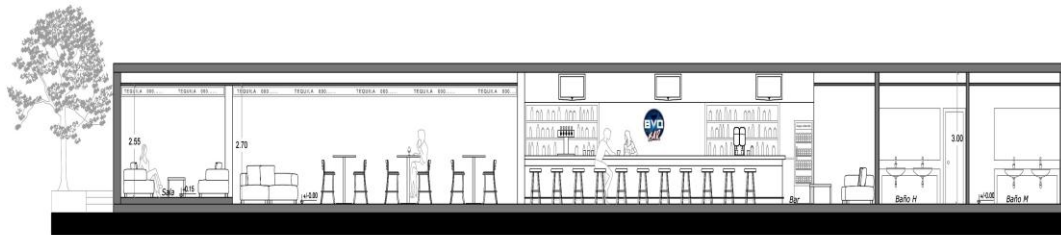
## FLUJOS DE CAJA EN VALOR PRESENTE

Año	1	2	3	4	5
<b>Valor presente de flujos</b>	\$ 52.888,21	\$ 52.212,10	\$ 51.230,91	\$ 50.007,12	\$ 48.593,95
<b>Valor acumulado de flujos</b>	\$ 52.888,21	\$ 105.100,30	\$ 156.331,21	\$ 206.338,34	\$ 254.932,29

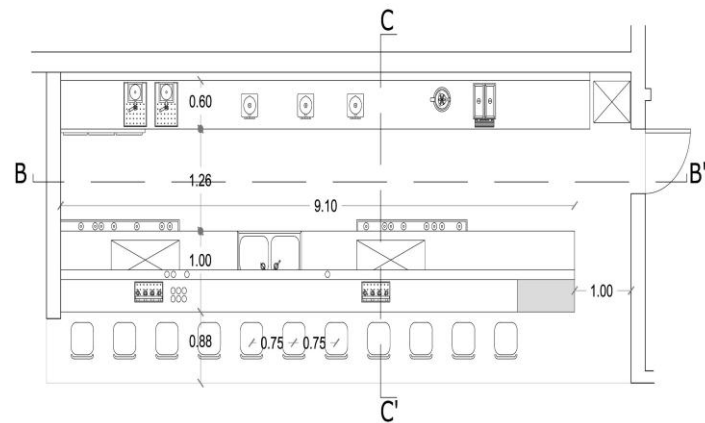
## ANÁLISIS DE RENTABILIDAD-RESUMEN

Indicador	Valor
Costo de Capital	15%
Valor presente de flujos	\$254.932,29
Inversión Inicial	\$ (80.926,62)
Valor presente neto	\$ 174.005,66
TIR	81%
Discounted payback	1,54

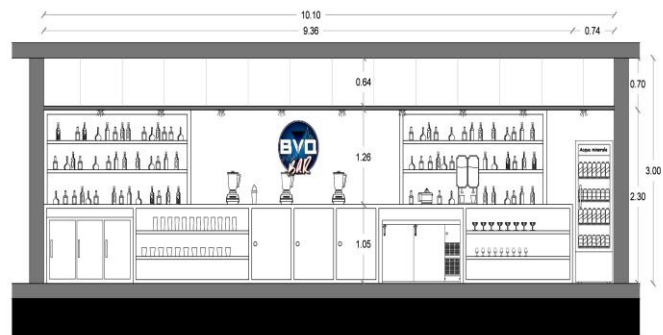




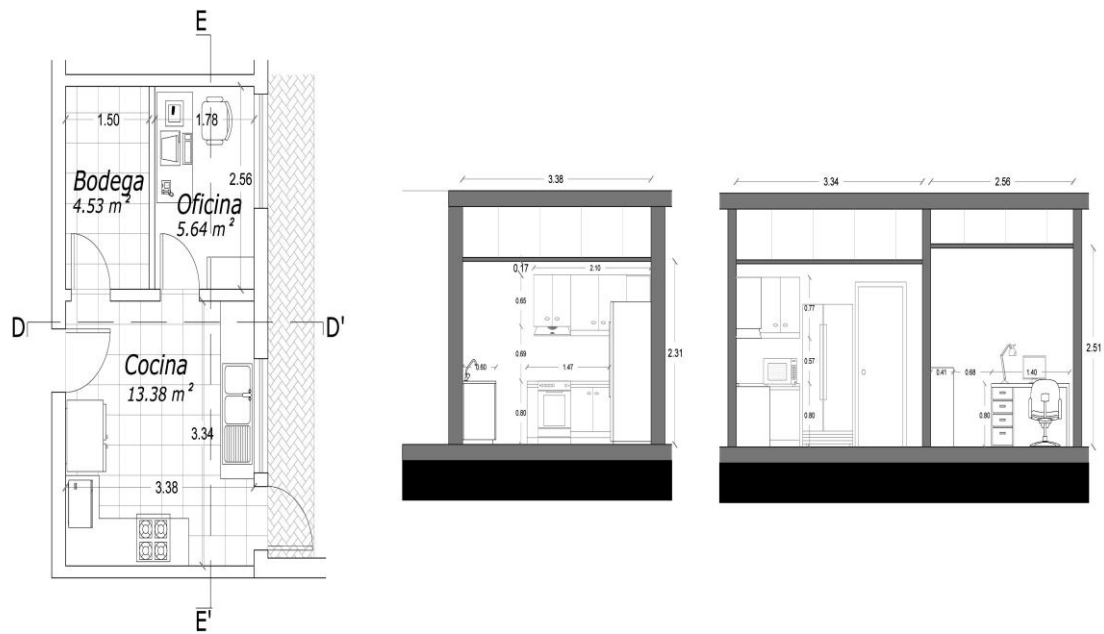
PROYECTO: <b>BVQ BAR</b>	PLANIFICACION: <b>ARQ. STEFY CALLEJAS</b>	CONTENIDO: <b>CORTE LONGITUDINAL A - A'</b>	LAMINA: <b>2</b>
UBICACION: <b>PARROQUIA IÑAQUITO - CALLE PORTUGAL Y CASANOVA</b>	ESCALA: <b>1:100</b>	FECHA: <b>ABRIL 2014</b>	



PROYECTO: <b>BVQ BAR</b>	PLANIFICACION: ARQ. STEFY CALLEJAS	CONTENIDO: PLANTA BAR Y VISTA FRONTAL	LAMINA: <b>3</b>
UBICACION: PARROQUIA ÑAQUITO - CALLE PORTUGAL Y CASANOVA	ESCALA: 1:50	FECHA: ABRIL 2014	



PROYECTO: <b>BVQ BAR</b>	PLANIFICACION: <b>ARQ. STEFY CALLEJAS</b>	CONTENIDO: <b>CORTE BAR B - B' Y C - C'</b>	LAMINA: <b>4</b>
UBICACION: <b>PARROQUIA INAQUITO - CALLE PORTUGAL Y CASANOVA</b>	ESCALA: <b>1:50</b>	FECHA: <b>ABRIL 2014</b>	



PROYECTO: <b>BVQ BAR</b>	PLANIFICACION: ARQ. STEFY CALLEJAS	CONTENIDO: CORTE COCINA/OFICINA D - D' Y E - E'	LAMINA: <b>5</b>
UBICACION: PARROQUIA ÑAQUITO - CALLE PORTUGAL Y CASANOVA	ESCALA: 1:50	FECHA: ABRIL 2014	



