



**AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto"** A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de poder hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:  
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>.

**Student Publications**



**AIU**  
Atlantic International University  
[www.aiu.edu](http://www.aiu.edu)

**ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY GUATEMALA  
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS**



**CREACION DE UNA CAFETERIA CON SALON DE JUEGOS DE MESA,  
“BOARD GAMES CAFÉ”, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA**

**Gabriel Estuardo de León Ayala**

**Guatemala, 9 de Junio de 2009.**

## ABSTRACT

El objetivo general del presente proyecto es: Establecer a nivel de pre-factibilidad, si el proyecto “CREACION DE UNA CAFETERIA CON SALON DE JUEGOS DE MESA, “BOARD GAMES CAFÉ”, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA” con base en los estudios técnicos respectivos, es técnicamente viable y financieramente rentable.

Un Board Games Café es un nuevo lugar de entretenimiento, con una idea innovadora: la inclusión dentro del servicio de cafetería, el servicio de una “ludoteca” con una gran variedad de juegos de mesa, los cuales estarán a disposición de las personas que asistan al negocio.

Dentro de este estudio se obtendrá información sobre los juegos de mesa, su historia, sus variedades y sus beneficios, así como la integración de la práctica de los mismos dentro de una cafetería y la forma de capitalizar este clase de negocio. Se podrá obtener información acerca del comportamiento del mercado de este tipo de negocio, se tendrá un detalle de las diversas necesidades técnicas del proyecto, su impacto ambiental y se conocerá a detalle la organización del negocio, así como los requerimientos legales del mismo.

El análisis de factibilidad económico financiera determinará al final de cuentas la viabilidad del proyecto. En el presente estudio se pudo establecer lo siguiente:

- Que la demanda insatisfecha de este tipo de sitios es del 83% de la población de la Ciudad de Guatemala igual a 306,12 personas de los segmentos ABC, de 20 a 35 años.
- El local podrá atender un máximo de 259,200 personas por hora al año, lo cual da oportunidad a crecimiento posterior. Las posibles localizaciones del proyecto son Majadas, Carretera a El Salvador y zona 10.
- La estructura propuesta para la operación del negocio así como el marco legal dentro del cual funcionará.
- Se estableció el proceso de manejo ambiental.

- El negocio es factible debido a los indicadores TIR: 177%, VAN: Q4,942,917.19

## INDICE

ABSTRACT.....	3
CONTENIDO .....	10
CAPÍTULO I.....	10
INTRODUCCIÓN .....	10
CAPÍTULO II.....	12
INFORMACIÓN DEL PROYECTO .....	12
2.1 Antecedentes .....	12
2.2 Problema .....	19
2.2.1 Árbol de problemas (Explicativo).....	19
2.2.2 Árbol de objetivos (Explicativo) .....	20
2.2.3 Análisis de opciones de solución (Explicativo) .....	20
2.3 Objetivos.....	21
2.3.1 General:.....	21
2.3.2 Específicos:.....	21
2.4 Justificación del proyecto.....	22
2.5 Marco teórico conceptual.....	24
2.6 Resumen del Capítulo .....	31
CAPÍTULO III.....	32
ESTUDIO DE MERCADO .....	32
3.1 El producto o servicio en el mercado.....	32
3.1.1 Definición del producto o servicio. ....	33
3.1.2 Producto o servicio principal y subproductos.....	33
3.1.3 Productos o servicios sustitutos o similares.....	34
3.1.4 Productos o servicios complementarios.....	35
3.2 El área del mercado.....	36
3.2.1 Población consumidora, actual y futura. ....	36
3.2.2 Estructura de la población por grupos, edades, segmentos. ....	37
3.2.3 Tasas de crecimiento de la población (General y del mercado meta) .....	39
3.2.4 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento.....	40
3.2.5 Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso.....	41

3.3 Investigación de mercado .....	42
3.3.1 Presentación de los resultados de las encuestas. ....	42
3.3.2 Comportamiento de la Demanda .....	60
3.3.3 Comportamiento de la Oferta.....	62
3.3.4 Comportamiento de los Precios .....	65
3.3.5 Análisis de la Comercialización .....	68
3.4 Resumen del capítulo.....	68
CAPÍTULO IV .....	70
ESTUDIO TÉCNICO .....	70
4.1 Tamaño.....	70
4.1.1 Capacidad del proyecto .....	70
4.1.2 Factores condicionantes del tamaño; dimensión del mercado, capacidad financiera, disponibilidad de insumos materiales y humanos, limitaciones de transporte, institucionales y capacidad administrativa. ....	70
4.1.3 Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización. ...	71
4.2 Localización .....	72
4.2.1 Macro localización .....	72
4.2.2 Micro localización.....	72
4.2.3 Integración en el medio; condiciones naturales, geográficas físicas, economías externas que influyen en el proyecto y condiciones institucionales. .....	73
4.2.4 Con relación a las características geográficas del terreno, del proceso productivo y del programa de expansión .....	74
4.2.5 Distancias y costos de transporte. ....	74
4.3 Proceso principal del Proyecto .....	75
4.3.1 Descripción general del proceso.....	75
4.3.2 Insumos principales, secundarios y alternativos .....	76
4.3.3 Residuos generados en el proceso .....	76
4.3.4 Identificación y descripción de las etapas del proceso.....	76
4.3.5 Flujo grama del proceso total .....	79
4.3.6 Descripción de las instalaciones, equipos y personal .....	80
4.3.7 Análisis de la escala de producción.....	82
4.3.8 Capacidad Ociosa .....	82
4.3.9 Instalaciones con capacidad de expansión .....	83

4.3.10 Expansión por cambios tecnológicos.....	83
4.4 Obras físicas .....	83
4.4.1 Inventario y especificación de las obras .....	83
4.4.2 Dimensiones de las obras, exigencias en terrenos, dimensiones físicas. .....	83
4.4.3 Requisitos de las obras; materiales, mano de obra, equipos, maquinarias, .....	83
4.4.4 Costos unitarios de los elementos de la obra. ....	83
4.4.5 Costos totales de las obras .....	84
4.5 Organización .....	85
4.5.1 Para la ejecución de la obra; entidades ejecutoras, tipos de contratos, administración y control de la ejecución. ....	85
4.6 Calendario .....	85
4.7 Resumen .....	85
CAPÍTULO V .....	87
ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL .....	87
5.1 Estructura Administrativo-Legal .....	87
5.1.1 Marco Legal del Proyecto.....	87
5.1.2 Régimen tributario .....	88
5.2 Planteamiento de la organización técnico funcional, .....	88
5.3 Estructura Administrativa. (Explicativo y descriptivo).....	89
5.3.1 Descripción y Perfil de Puestos. (Explicativo y descriptivo) .....	89
5.3.2 Organigrama general. ....	95
5.4 Planteamiento del sistema general de control. ....	95
5.5 Resumen .....	95
CAPÍTULO VI .....	97
ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL .....	97
6.1 Descripción del Entorno Biótico y Abiótico. ....	97
6.2 Identificación de Desechos y Residuos (Industria y Alimentos).....	97
6.3 Identificación de Impactos. ....	97
6.4 Definición de medidas de Mitigación. ....	97
6.5 Plan de Manejo Ambiental del Proyecto. ....	97
6.6 Plan de Higiene y Seguridad Industrial. ....	98
6.7 Resumen .....	98

CAPÍTULO VII .....	99
ESTUDIO FINANCIERO.....	99
7.1    Análisis de Costos .....	99
7.1.1    Costo total de la inversión .....	99
7.1.2    Costo total de la operación.....	102
7.1.3    Clasificación de los rubros en costos en fijos y variables .....	107
7.2    Análisis de Ingresos.....	107
7.2.1    Venta de Productos y Subproductos .....	107
7.2.2    Otros Ingresos .....	110
7.2.3    Proyección de ingresos totales por año.....	110
7.3    Recursos financieros para la inversión.....	110
7.3.1    Calendario de las inversiones.....	110
7.3.2    Necesidades de capital de trabajo.....	110
7.3.3    Estructura y fuentes de financiamiento.....	111
7.3.4    Programa de financiamiento externo requerido.....	111
7.4    Punto de equilibrio (valores):.....	111
7.5    Estados financieros proyectados a 5 años .....	112
7.5.1    Flujo de efectivo proyectados (Cash Flow) .....	112
7.5.2    Estado de resultados (pérdidas y ganancias).....	112
7.5.3    Balance General proyectado .....	113
7.5.4    Apalancamiento financiero.....	114
7.7    Evaluación Económica.....	114
7.7.1    Flujo neto de fondos proyectado.....	114
7.7.2    Cálculo de TREMA .....	115
7.7.3    Valor actual neto (VAN o VPN) .....	115
7.7.4    Tasa interna de retorno (TIR) .....	116
7.7.5    Relación beneficio / costo (RBC) .....	116
7.7.6    Periodo de Recuperación de la inversión (PRI).....	117
7.8    Análisis de Sensibilidad del Proyecto .....	117
7.9    Evaluación social del proyecto.....	118
7.10    Resumen.....	118
CONCLUSIONES .....	120
RECOMENDACIONES.....	121



BIBLIOGRAFÍA .....	122
ANEXOS .....	125
GLOSARIO .....	130



## **CONTENIDO**

### **CAPÍTULO I**

#### **INTRODUCCIÓN**

Un Board Games Café es un lugar que brinda la oportunidad de socializar a través de la práctica de los juegos de mesa, contando con servicio de cafetería. Se describió como los juegos de mesa han estado presentes en la historia del ser humano y como los mismos son de beneficio.

Adicionalmente se detalló con graficas la población consumidora, actual y futura, la estructura de la población por grupos, edades, segmentos. La tasas de crecimiento de la población ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento.

Para el estudio de mercado, se definió el producto y sus categorías, se mostrarán los resultados del estudio de mercado, como se calculó el tamaño de la muestra y se elaboraron gráficas que clarifican los resultados.

Se hizo un análisis del comportamiento de la demanda de Board Games Café, se analizó la oferta del este concepto. Sin embargo, como el mismo aún no existe en Guatemala se hizo el análisis de las cafeterías que actualmente existen. Adicionalmente se describió el comportamiento de los precios utilizando una proyección de la inflación. Se detalló un listado de precios para el funcionamiento del negocio.

[Mas Publicaciones](#) | [Sala de Prensa - Noticias](#) | [Testimonios](#) | [Página de Inicio](#)

Por último se describió cuál será el canal de comercialización específico para la introducción y venta del concepto al público, el cual será un local rentado y remodelado para el efecto.

En el estudio técnico se estableció la capacidad del proyecto, así como los factores determinantes del mismo. Se identificaron las áreas de ubicación del concepto de Board Games café. Se identificaron proveedores y sus limitaciones.

Se hizo una descripción del proceso principal del negocio y el equipo necesario para llevarlo a cabo.

Se resumió la necesidad de obras físicas, sus ejecutores y el cronograma de actividades para las mismas.

También se definió el marco legal del proyecto operando bajo la misma entidad de León Hermanos, S.A. y el régimen fiscal dentro del cual funcionará. Se describió la estructura administrativa a través de un organigrama y se hizo la descripción de cada puesto.

Dentro del estudio del impacto ambiental del proyecto, se estableció que no afecta de gran manera el ambiente, con residuos poco contaminantes y la forma de tratarlos, adicionalmente se plantearon programas para el manejo ambiental y de seguridad e higiene industrial.

El análisis financiero muestra una proyección bastante optimista del negocio. Los estados de resultados muestran a lo largo de cinco años obtiene ganancias, debido a los altos márgenes de comercialización que deja un negocio de comida y la renta de las mesas. El flujo de caja muestra se mantiene buena liquidez en el negocio. El punto de equilibrio se alcanza en menos de un año, El valor actual neto es arriba de cero, por lo que se acepta como factible el proyecto. El TIR es arriba de TREMA y la relación beneficio-costos es positiva. Adicionalmente, con una reducción del 25% en los precios de venta, se siguen obteniendo buenos niveles de rentabilidad.

Es importante mencionar que por estar presentado a nivel de pre-factibilidad, ésta propuesta todavía no constituye un estudio completo para la toma de decisiones finales de inversión.

## CAPÍTULO II

### INFORMACIÓN DEL PROYECTO

#### 2.1 Antecedentes

Juegos de Mesa:

El ser humano siempre ha buscado diversas formas de ocio como una necesidad básica. Los juegos parecen parte de nuestra naturaleza, probablemente porque sirven a un útil propósito: aprender habilidades (como el pensamiento estratégico) mientras nos divertimos. Una de las principales formas de ocio y que ha estado presente a lo largo de la historia del ser humano, son los juegos de mesa, según la Asociación “Jugamos Todos” de España: ***“Existen objetos que aparentan ser juegos y juguetes desde la prehistoria, como los restos de tableros (que se asemejan al juego de Mancala) hallados en la ciudad neolítica de Ain Ghazal y datados hace casi 8.000 años. Pero el primer juego de mesa del que se tiene constancia con nombre propio es el juego egipcio del Senet, cuyos más antiguos restos se remontan hasta hace 5.500 años, en pinturas murales y en tesoros de tumbas faraónicas”***.<sup>1</sup> Se sabe de juegos antiquísimos, tales como el Juego Real de UR, Mancala, Go, Mah Jong, Senet y claro el Ajedrez.

---

<sup>1</sup> [http://www.jugamostodos.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=1](http://www.jugamostodos.org/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=1), 17/12/08, 11:12pm

Durante el Siglo XX se vio el surgimiento de modernos juegos de mesa, como explica la Asociación Cultural Jugamos Todos de España: ***“Tras la revolución industrial y el establecimiento de una sociedad de consumo para una mayor parte de la población de los países avanzados, los juegos de mesa experimentarán una época de esplendor. En el siglo XIX y en el siglo XX se crean algunos nuevos de juegos de relevancia, a la vez que otros juegos tradicionales se hacen populares (como al Mah Jong chino que triunfa en los USA en la década de los 1920).***

***Se irán creando las primeras compañías comerciales de juegos, como Charles Watilliaux (Francia), Parker Brothers y Milton Bradley (USA) y Jumbo (Holanda). Así surgen fundamentalmente desde los Estados Unidos o Europa, juegos de suma importancia histórica como el Monopoly (1903), Stratego (1908), Scrabble (1948), Clue (1948), Risk (1959) o el Trivial (1981)”.<sup>2</sup>***

Sin embargo siendo los juegos de mesa un pasatiempo antiguo y tradicional, en los últimos años han experimentado fuertes cambios. Existe en la actualidad una gran variedad de juegos denominados “Eurogames” o “Designer Games”, estos juegos son principalmente fabricados en Europa, más específicamente Alemania, donde esta industria presenta un gran empuje, y se consideran por los jugadores experimentados, los mejores juegos del mundo; se creó incluso un galardón al mejor juego del año, denominado en Alemán “Spiel Des Jahres”. Estos juegos han ido ganando espacios en Estados Unidos y Canadá donde se han introducido poco a poco. Además, tienen la característica que son entretenimientos relativamente fáciles de aprender, rápidos, sin dependencia del lenguaje y tienen una gran cantidad de elementos estratégicos. Se convierten en una gran herramienta para la socialización y desarrollo de

---

<sup>2</sup> [http://www.jugamostodos.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=4](http://www.jugamostodos.org/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=4), 18/12/08, 12:13 am

habilidades. Son editados en Estados Unidos por empresas como Hasbro<sup>3</sup> y Mayfair<sup>4</sup>; en España y Latinoamérica por Devir<sup>5</sup>.

El éxito de esta forma de entretenimiento reside en la socialización de las personas implicadas en la distracción. En un pasatiempo de estos el grupo de participantes habla, se comunica, negocia, aprende y se divierte. Comparados con otras formas de diversiones unidireccionales, como el cine y la televisión, o como las más solitarias, lectura, electrónicos o los de mesa ofrecen claras ventajas sociales.

#### Cafés:

Otra forma de interacción social que ha mostrado un gran crecimiento en nuestro medio, es la industria de las cafeterías. En la Ciudad de Guatemala existe desde hace mucho la cultura de tomar café, por lo que en la historia de la ciudad han ido proliferando este tipo de negocios, incluyendo en sus menús bebidas de café, té, gaseosas y comida liviana.

Como ejemplo de cafeterías tradicionales en Guatemala se puede citar, Pastelería Palace, Cafetería Patsy, Pastelería y Cafetería Los Alpes. En los últimos años han surgido iniciativas nuevas de cafeterías ofreciendo conceptos más modernos y “urbanos”. Están ubicadas en modernos centros comerciales o en restaurantes de comida rápida, ofreciendo conceptos de productos y servicios más adaptados a la forma de vida contemporánea. Pueden ser conexión WiFi de Internet, música lounge, personal joven y otras características modernas. Estos negocios se denominan principalmente “CAFÉ” como se llaman a este tipo de iniciativas en el mercado anglosajón. Como ejemplo de esta nueva tendencia se pueden mencionar a Café Saúl, Café Barista, & Café y McCafe.

Ambos conceptos, tanto cafeterías tradicionales y cafés modernos ofrecen ambientes agradables para la socialización de personas.

#### Board Games Café:

---

<sup>3</sup> [www.hasbro.com](http://www.hasbro.com) 18/12/08, 12:15 am

<sup>4</sup> [www.mayfairgames.com](http://www.mayfairgames.com) 18/12/08, 12:30 am

<sup>5</sup> <http://latinoamerica.devir.es/index.php> 18/12/08, 12:30

Una nueva idea que ha surgido en los últimos años es el resultado de combinar dos conceptos: La actividad de juegos de mesa y la industria de comidas y bebidas, dando por resultado un tipo de negocio conocido como Board Games Café, en el cual básicamente es una cafetería donde se juegan juegos de mesa.

Este tipo de negocio, ha tenido mucho desarrollo principalmente en el mercado asiático, siendo dos países punta de lanza en este tipo de negocio, Singapur y Korea.

En Singapur se puede mencionar a Settler's Café <sup>6</sup>, The Mind Café <sup>7</sup>, De Coder's Café <sup>8</sup> y Pitstop Café <sup>9</sup>. Los cuales funcionan bajo el esquema de renta de mesas para jugar, y el servicio de comida liviana.

En Corea existen varios cafés de este tipo y según un artículo publicado en 2004, existían hasta 250 Board Games Café en la Ciudad de Seúl y es uno de los principales atractivos turísticos. <sup>10 11</sup>

En Alemania, específicamente en Berlín se encuentra Spielwiese<sup>12</sup>. este negocio se orienta a ser una "ludoteca" (*véase el marco teórico*), cuyo enfoque principal es la renta de juegos de mesa, los cuales se pueden llevar a casa, también cuenta con servicio de cafetería y se disponen de más de 800 títulos de juegos.

En Madrid existe el Café-Bar El Laberinto, no cuenta con una página Web, es un café-bar de juegos de mesa con el concepto de "ludoteca" en donde incluso

---

<sup>6</sup> <http://sg.settlerscafe.com> , 17/12/08, 11:16 pm

<sup>7</sup> <http://www.themindcafe.com.sg> , 17/12/08, 11:17 pm

<sup>8</sup> <http://www.decodercafe.com> , 17/12/08, 11:17 pm

<sup>9</sup> <http://www.pitstopcafe.com.sg> , 17/12/08, 11:18 pm

<sup>10</sup> <http://www.thegamesjournal.com/articles/GamesInKorea.shtml> , 17/12/08, 11:20 pm

<sup>11</sup> [http://asiaenglish.visitkorea.or.kr/ena/SI/SI\\_EN\\_3\\_6.jsp?cid=309401](http://asiaenglish.visitkorea.or.kr/ena/SI/SI_EN_3_6.jsp?cid=309401) ,17/12/08, 11:19 pm

<sup>12</sup> <http://www.spielwiese-berlin.de>, 17/12/08, 11:20 pm

se organizan veladas, llamadas en la jerga de aficionados “kedadas”, de juegos que duran toda la noche hasta el amanecer.

#### JUEGOS DE MESA EN GUATEMALA:

En Guatemala, la industria de los juegos de mesa se manifiesta en las siguientes formas:

Venta de Juegos de Mesa:

Grandes Cadenas de tiendas: Existe una gran variedad de tiendas al detalle que venden juegos de mesa, las más importantes son:

- Wal-Mart
- El Juguetón de CEMACO.
- SEARS
- Simán

Las anteriores son grandes cadenas de tiendas que venden juegos de mesa, los más conocidos y comerciales, como Monopoly, Scrabble, Risk, entre otros. Casi todos pertenecientes a las marcas Parker Brothers, Milton Bradley y Mattel, subsidiarias de la casa Hasbro. Son diversiones tradicionales con muchos años de existencia en el mercado y prácticamente sin cambios desde su creación

Tiendas al detalle: Existen algunas tiendas al detalle que se dedican a la venta de juegos de mesa y que no son parte de grandes cadenas. Se puede mencionar a las siguientes:

- De Museo
- Kasperle

Ellas son tiendas más pequeñas, venden juegos un poco más sofisticados, en el caso de Kasperle, vende juegos de Hasbro y de la marca Ravensburger, considerada una de las de más alta calidad en Alemania. De Museo ofrece juegos



educativos, entre otros de las marcas EDUCA y BORRAS<sup>13</sup> y juegos decorativos como sets de ajedrez de alta calidad artística.

#### PRODUCCION DE JUEGOS DE MESA:

En Guatemala existe una empresa llamada Producciones Metta Internacional, S.A., cuya misión es según su página web: *“Ser la empresa que provee a niños, padres de familia y educadores de las herramientas para el desarrollo de habilidades sociales y valores humanos a través de actividades lúdicas integradoras, a través de ofrecer productos de alta calidad, a costo asequible para todos.”*<sup>14</sup> Cuenta entre su portafolio de productos una regular variedad de juegos de mesa tradicionales como dominó y lotería. También produce adaptaciones de juegos importados como Bancopoly (adaptación de Monopoly), Sin Palabras (adaptación de Pictionary) y Dos (adaptación de UNO). Dichos productos están enfocados a tener un bajo costo, por lo que utilizan materiales baratos. Estos juegos son vendidos en tiendas al detalle como Walmart, La Torre, así como librerías en toda Guatemala, exportando también a Centroamérica.

#### Board Games Café En Guatemala:

En Guatemala, el concepto de **Board Games Café** se ha dado en una forma muy rudimentaria. En la década de los 70 existió un lugar llamado “Cafedrez” era, según la página de la Federación Nacional de Ajedrez: *“una original cafetería y a la vez Club de Ajedrez, fundado por el Lic. Rolando Tejeda”*.<sup>15</sup> En la actualidad existe una cafetería en el Centro Comercial Vista Hermosa, zona 15, donde se puede jugar ajedrez. En el **Bar El Establo**, hay torneos de un juego llamado Backgammon. **The Hideout** es un club que vende juegos de mesa, básicamente enfocados en juegos de intercambio de cartas (*véase el marco teórico*), juegos como “Magic The Gathering” y “Heroclix”. Además, cuentan una

<sup>13</sup> <http://www.educa.es> 17/12/08, 11:00 A.M.

<sup>14</sup> [www.juegosmetta.com](http://www.juegosmetta.com), 17/12/08, 11:25 pm

<sup>15</sup> <http://www.fenag.net/historia.html>, 17/12/08, 11:30 pm

mínima cantidad de juegos de mesa, tiene mesas para jugar, organizan torneos y tienen unas ligas formalmente establecidas. Sin embargo, no cuentan con servicio de cafetería, está ubicado en Century Plaza Zona 13 y funciona con un horario de 9:00 A.M. a 8:00 P.M. Adicionalmente cuentan con un blog en Internet que contiene información acerca de los juegos y de los torneos.<sup>16</sup>

Se cuenta también con algunos clubes orientados los juegos de mesa, se pueden mencionar la Asociación Guatemalteca de Bridge, la Asociación de Scrabble de Guatemala, quienes se reúnen en Club Majadas los días sábados. El Club Igo de Guatemala, el cual es un club dedicado al juego del GO, cuyo juego milenario Chino, con reglas sencillas, pero con elementos estratégicos tan elevados y complejos que incluso hay quienes lo consideran superior al ajedrez.<sup>17</sup>

Por último el juego de mesa mejor organizado en nuestro país es el Ajedrez, el cual es un deporte federado<sup>18</sup> y existen muchos clubes en la Ciudad de Guatemala que se dedican a la práctica de este deporte, como por ejemplo el Club de Ajedrez Stone Wall.

Dentro de nuestra experiencia en el tema, en la década de los 80 y principios de 90, se tuvo una incursión familiar en el negocio de la cafetería. Se tuvo una aproximadamente cinco años, se llamaba Cafetería La Casita. Estaba ubicada en la zona 7 de Mixco, en ella se servía básicamente comida típica guatemalteca, pasteles y bebidas de café.

Dentro del marco de juegos de mesa, hemos asistido a la Asociación Guatemalteca de Scrabble. Asimismo, se cuenta con un club privado de juegos de mesa, con el cual se reúnen una vez al mes. Se cuenta con una colección privada de juegos de mesa tradicionales así como Eurogames (*véase el marco teórico*), de aproximadamente 40 juegos de mesa diferentes. Se cuenta con la participación en [www.boardgamegeek.com](http://www.boardgamegeek.com) desde 2007, único miembro activo y

---

<sup>16</sup> <http://hideoutsgt.blogspot.com>, 17/12/08, 11:33 pm

<sup>17</sup> [http://www.intergofed.org/members/members\\_pages/guatemala.htm](http://www.intergofed.org/members/members_pages/guatemala.htm), 18/12/08, 12:41 am

<sup>18</sup> <http://www.fenag.net>, 17/12/08, 11:30 pm

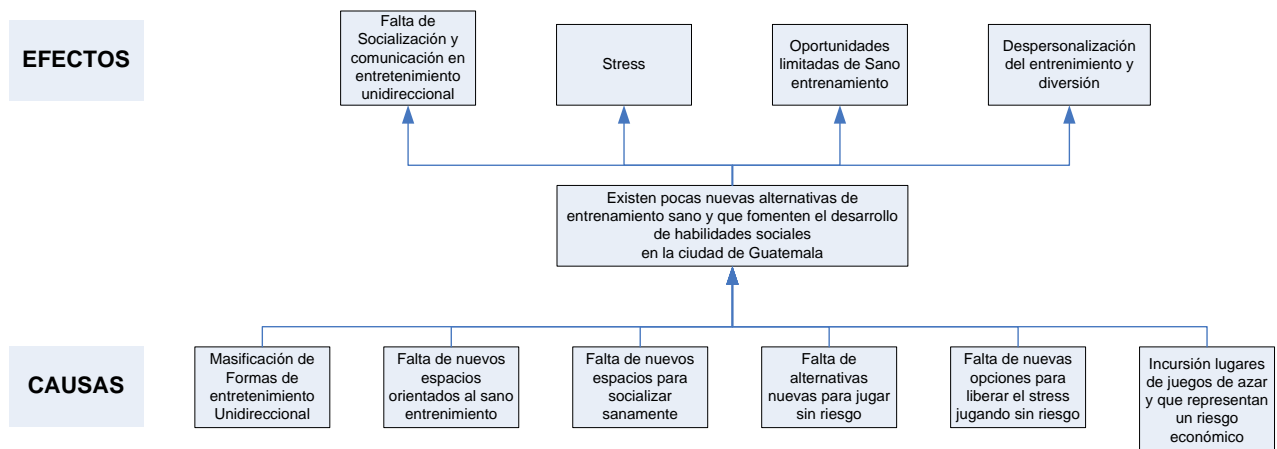
aportando en Guatemala. Esta es la comunidad virtual más grande de jugadores de mesa en el mundo.<sup>19</sup>

Dentro del negocio de Board Games Café, es primera vez que se intenta desarrollar en Guatemala.

## 2.2 Problema

### 2.2.1 Árbol de problemas (Explicativo)

#### ARBOL DE PROBLEMAS



#### Descripción del Problema:

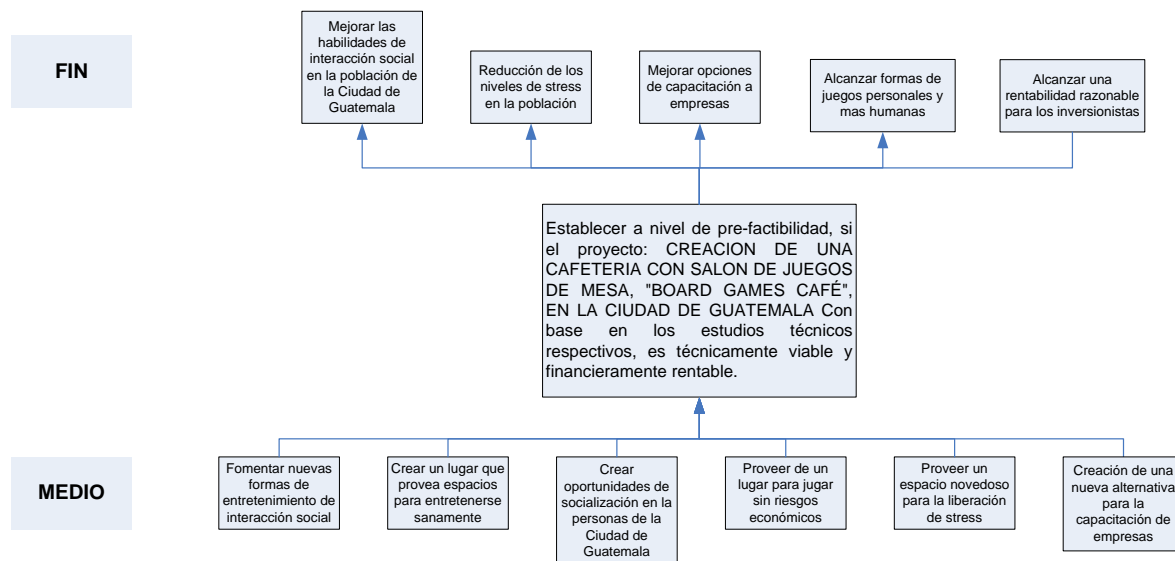
El entretenimiento es factor importante dentro del desarrollo humano. La falta de nuevas alternativas de entretenimiento sano y que fomente el desarrollo de habilidades sociales es un problema que se tiene en la Ciudad de Guatemala, ocasionado por diversas causas. Dentro de éstas se pueden enumerar:

<sup>19</sup> [www.boardgamegeek.com](http://www.boardgamegeek.com)

1. La masificación de formas de entretenimiento unidireccional como el cine, la televisión, los juegos electrónicos, el Internet y otras actividades que aún siendo sanas, aíslan al ser humano, como puede ser la lectura.
2. Falta de nuevos espacios al sano entretenimiento y socialización.
3. Falta de nuevas alternativas para jugar sin riesgo.
4. Proliferación de sitios de juegos de azar y que representan un riesgo económico para el asistente.

Todo lo anterior ocasiona que la falta de nuevas alternativas de entretenimiento limita las oportunidades de sano entretenimiento para las personas y esto a su vez contribuye en que de de un aumento de stress, aislamiento por falta de comunicación y socialización, una despersonalización del entretenimiento. Todo ello en detrimento del desarrollo humano y social de las personas de la Ciudad Guatemala.

### 2.2.2 Árbol de objetivos (Explicativo)



### 2.2.3 Análisis de opciones de solución (Explicativo)

Existen varias opciones nuevas de solución al problema:

- Creación de parques temáticos en la Ciudad de Guatemala, como una nueva opción de entretenimiento.
- Creación de espacios para lectura y café.
- Tienda de venta de juegos de mesa con espacio para probar y jugar.
- Tienda de Hobbies.

Existen muchas formas de promover el entretenimiento. La razón por la que optamos por el modelo de Board Games Café es que se pretende ofrecer servicios novedosos de entretenimiento a través de juegos de mesa adicionalmente que contamos con el conocimiento de los juegos de mesa, sus diferentes tipos y orientación.

### 2.3 Objetivos.

#### 2.3.1 General:

Establecer a nivel de pre-factibilidad, si el proyecto “CREACION DE UNA CAFETERIA CON SALON DE JUEGOS DE MESA, “BOARD GAMES CAFÉ”, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA” con base en los estudios técnicos respectivos, es técnicamente viable y financieramente rentable.

#### 2.3.2 Específicos:

2.3.2.1 Determinar la demanda insatisfecha presente en el mercado que pueda ser satisfecha por sitios especializados de entretenimiento a fin de definir la estrategia de participación en dicho mercado según la oferta, el precio y los canales de comercialización del mismo.

2.3.2.2 Establecer el tamaño, la localización y la capacidad técnica del proyecto para satisfacer la demanda de sitios especializados de entretenimiento incluyendo la descripción y organización del proceso de producción y operación del proyecto.

2.3.2.3 Identificar la estructura y el marco legal del proyecto, su estructura administrativa y la descripción y perfil de los puestos de trabajo, que serán utilizados para la operación del proyecto.

2.3.2.4 Establecer los procedimientos para el manejo de los desechos sólidos y residuos que generará el proyecto identificando sus impactos y las medidas de mitigación dentro del plan ambiental del proyecto.

2.3.2.5 Evaluar la viabilidad del proyecto aplicando los métodos económicos y financieros generalmente aceptados y relacionados con la tasa interna de retorno, valor presente neto, la relación de costo beneficio, el tiempo de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio incluyendo un análisis de sensibilidad de precios para establecer si es o no técnicamente viable y financieramente rentable el proyecto.

## 2.4 Justificación del proyecto

El autor ha sentido una fascinación especial por los juegos de mesa, desde el primero que conoció el tradicional “Gran Banco”, es cual es una versión Costarricense del Monopoly, pasando por juegos tradicionales y comerciales como CLUE, Scrabble, Stratego, UNO, Skip-Bo hasta llegar a los más modernos “Eurogames”. Principalmente diseñados y fabricados en Alemania donde este tipo de productos está muy bien desarrollado, un ejemplo de estos juegos pueden ser COLONOS DE CATAN, CARCASSONNE y TICKET TO RIDE. Haciendo uso de portales como Amazon<sup>20</sup>, se pueden comprar algunos de estos “Eurogames”, ya que en Guatemala son muy pocos los lugares que comercializan este clase de juegos y los lugares que lo hacen cuentan con una cantidad muy limitada, de uno a tres títulos, cuando en Europa se cuentan por cientos de títulos diferentes.

Sin embargo, siendo los juegos de mesa un entretenimiento, en el cual se debe tener al menos dos personas que compartan el gusto de jugar y que tengan el tiempo de hacerlo. Ocasionó que todos los juegos del autor empezaran a quedarse guardados. En varios casos con la familia, no siempre se cuenta por cuestiones de tiempo, por lo que se hizo una búsqueda de lugares donde se reuniera gente que con la misma afición. Entre los lugares encontrados se puede

---

<sup>20</sup> [www.amazon.com](http://www.amazon.com)

mencionar a la Asociación de Scrabble de Guatemala, este es un club que se dedica a practicarlo. Otro lugar es el Club Hideout que recibe al grupo de aficionados de cartas coleccionables.

Por tanto, el proyectista decidió buscar gente con esta afición, logrando reunir a un grupo regular de ocho a diez personas, reuniéndose un sábado al mes, con horario de 8 P.M. a 6 A.M. del siguiente día. Las reuniones se hacen en casas particulares. El grupo ha ido creciendo y otras personas se han querido integrar, sin embargo por cuestión de espacio no se ha podido aceptar más gente.

Esta situación motivó al autor a buscar lugares donde juntar un buen grupo de gente a jugar, pero cuestiones de comodidad, espacio y logística ningún café o restaurante en la ciudad de Guatemala, nos brindaba las condiciones necesarias para esta actividad.

En la actividad de Pasos y Pedales, se juega ajedrez, la Municipalidad coloca algunas carpas donde prestan juegos de mesa sencillos, pero es incómodo, pues no se cuenta con comida ni bebida, solo la que se pueda comprar en la calle.

Luego de una búsqueda exhaustiva de varios años, se llegó a la conclusión de que los lugares de juegos que existen son clubes privados o son muy limitados en cuanto a su oferta de juegos, básicamente no hay espacios donde la gente pueda llegar y encontrar otras personas con la afición hacia los juegos de mesa.

Investigando en Internet acerca de qué lugares se prestan para el desarrollo de este tipo de actividad, el autor encontró el concepto de Board Games café, modelo de negocio que en otros países, especialmente de la región asiática, ha sido implementado con mucho éxito, ya que fomentan una actividad diferente, entretenida y sana. Este concepto aún no existe en Guatemala.

Esto le dio la pauta al proyectista de crear espacios para jugadores de mesa, ofreciendo las comodidades para el aficionado, la logística ideal y los horarios adecuados. Debido a lo anterior es interesante determinar la factibilidad de poder introducir este esquema de negocio al mercado guatemalteco, así como evaluar si es factible hacerlo rentable. Esta es la justificación principal para este proyecto.

## 2.5 Marco teórico conceptual

Juego de mesa:

El concepto de juego de mesa según Wikipedia es: ***“Un juego de mesa es un juego que requiere una mesa para jugarse o un soporte similar y que es jugado generalmente por un grupo de personas alrededor de él. Aunque el azar puede ser una parte muy importante en este tipo de juegos, también los hay en los que son necesarios estrategia y razonamiento para poder jugar y en los que el azar no aparece.***

***Por su naturaleza, en general los juegos de mesa no conllevan actividad física, aunque existen algunos que implican levantarse de la mesa y realizar actividades fuera de ésta ya sea por castigo o recompensa, en este caso estos serían juegos de mesa pero no limitados a la misma.”***<sup>21</sup>

### **Categorías por su mecánica**

**Juegos de tablero:**

Son los juegos que se juegan sobre un tablero, como los juegos de la familia del ajedrez (el ajedrez occidental, el Xiangqi (ajedrez chino), el Shogi (ajedrez japonés), el Janggi (ajedrez coreano) o el makruk (ajedrez tailandés), las damas, las damas chinas, el go (juego oriental originario de China), Hnefatafl (familia de juegos de mesa germánicos), el Mancala (familia de juegos de tablero fundamentalmente africanos y también asiáticos) y el Surakarta entre otros.

---

<sup>21</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Juego\\_de\\_mesa](http://es.wikipedia.org/wiki/Juego_de_mesa) (24/12/2008, 13:45)



**Juegos de dados:**

Son juegos en los que se usan dados o equivalentes a ellos, tales como el backgammon, el parchís, el parqués, el Ludo y similares, el Senet, entre otros.

**Juegos de fichas:**

Son juegos en los que se usan fichas marcadas como el dominó, el mahjong, y similares.

**Juegos de cartas:**

Entre ellos están los juegos de naipes tradicionales, que también pertenecen a la categoría de juegos de mesa, bien sean con baraja francesa o española con sus numerosas formas de juegos; o juegos de cartas como el Hanafuda que es tradicional en Japón. Dentro de los juegos de cartas, una variante moderna y comercial son los juegos de cartas coleccionables como Magic: El Encuentro, Yu-Gi-Oh! o Mitos y Leyendas. Existen igualmente juegos que combinan los naipes de los juegos de cartas y la estrategia de los juegos de mesa modernos (sin miniaturas ni dados). Por ejemplo, el juego Nabuko, Generales y Conquistadores.

**Juego de cartas coleccionables:**

Es el término usado para referirse a los juegos de cartas no predefinidas y existentes en gran cantidad y de variados tipos y características que le otorgan individualidad a cada carta, con las cuales pueden construirse una baraja (mazo) libremente de acuerdo a las reglas de cada tipo de juego en particular.

**Juego de rol:**

Fueron creados a mediados de la década de los 70's, son juegos en los que se interpreta el papel de otra persona y donde a los jugadores se someten en situaciones específicas donde deben superar pruebas para llegar a una meta. El primer juego de rol fue Dungeons & Dragons que con el pasar del tiempo se ha ido

modificando, eliminando su carácter de juego de mesa y acercándose más al concepto actual de juego de rol.

### **Juegos comerciales:**

Han cosechado gran popularidad durante el siglo XX como el Monopoly, la Oca, el Pictionary, el Trivial Pursuit, el Scrabble, el Scattergories, etc. En la actualidad hay un gran número de juegos comerciales nuevos, debido a la gran afición por este tipo de entretenimiento que ha provocado un auge del mercado. Un clásico de este tipo de juegos es Diplomacy, aunque se editó en la década de los 50.

### **Clasificación de juegos por su temática:<sup>22</sup>**

#### **Juego de estrategia abstracta**

Es un juego de tablero o juego de cartas con información perfecta, sin elemento suerte, y (normalmente) dos jugadores o equipos. Muchos de clásicos juegos de mesa mundiales, incluyendo damas, ajedrez, vaya, irensei, y Mancala, encajan en esta categoría.

#### **Juegos de mesa De estilo Alemán o Eurogames:**

Son una amplia gama de juegos que, en general, tienen reglas simples, cortos tiempos de juego, alta interacción de jugadores y atractivos componentes físicos. Estos juegos hacen hincapié en la estrategia, suelen minimizar el factor suerte y de conflicto, Se orientan hacia temas económicos en lugar de temas militares y, en general, se mantienen todos los jugadores en el juego hasta que termina. Los Juegos de estilo alemán juegos son a veces contrastan con los juegos de estilo americano, que por lo general implican más suerte, el conflicto y drama. Por ejemplo: Colonos de Catán, Carcassonne y Ticket To Ride.

#### **Juegos de Carrera:**

---

<sup>22</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Board\\_game](http://en.wikipedia.org/wiki/Board_game) (24/11/08, 14:00)

Son una gran categoría de juegos de mesa, en los cuales el objetivo es mover todas las piezas el final del tablero, por ejemplo, Luisa (Parcheesi), Serpientes y Escaleras.

### **Juegos de Trivia:**

Son juegos de preguntas y respuestas, gana el que mayor cantidad de preguntas responda correctamente. Se puede mencionar, Trivial Pursuit, El juego de las 10 pistas.

### **Juegos de Palabras:**

Son juegos que tratan de armar o averiguar palabras, requieren de conocer vocabulario y son útiles para enseñanza a los niños. Por ejemplo Scrabble, Boggle.

### **Juego de guerra:**

También llamados wargames, como el Risk, el Warhammer, el Warhammer 40.000, etc. Jugados, a veces, con miniaturas. El objetivo primordial de dichos juegos se centra en la obtención algo específico. Por ejemplo: conquistar una determinada zona del mapa o mundo o destruir a un jugador.

### **Cafetería.<sup>23</sup>**

El significado de cafetería según Wikipedia es: ***“Una cafetería o simplemente café es un despacho de café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas. Una cafetería comparte algunas características de un bar y algunas características de un restaurante.”***

La tradición del café como lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no solo un sitio para consumir, es representativo de algunas ciudades del mundo. A esa tradición pertenecen en la cultura occidental ciudades como París, Viena, Madrid, Buenos Aires, donde con la excusa del café se pasa el tiempo, mientras

---

<sup>23</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Cafeter%C3%ADa> (24/30/08 15:30)

que en países consumidores de café como Italia el tiempo destinado al sitio es mínimo.

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

En lugares como Estados Unidos, una cafetería no enfatiza bebidas alcohólicas; típicamente, ni siquiera ofrece bebidas alcohólicas, en lugar se enfoca específicamente en el café, té o chocolate con leche. Otras comidas pueden variar entre pan, caldo, sándwiches, y postres que complementan su comercio.

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

### **Board Games Café:**

Es un negocio derivado del modelo de negocios de una cafetería, que capitaliza los clientes que llegan al negocio. ¿Cómo? Ofreciendo servicio de cafetería y Juegos de Mesa.

El modelo de funcionamiento de un Board Games Café puede variar, siendo el más común el que tiene esquema de renta por hora de mesas, con ello se pueden seleccionar los juegos que se deseen. El servicio de cafetería consta de bebidas y comida.

### **Ludoteca:**

“Ludoteca deriva del latín ludus, juego, juguete y de la palabra griega théke caja, lugar donde se guarda algo. Ludoteca es el espacio donde se realiza

actividades lúdicas, de juegos y juguetes, especialmente en educación infantil, con fin estimular el desarrollo físico y mental y de solidaridad con otras personas.”<sup>24</sup>

### **BENEFICIOS DE LOS JUEGOS DE MESA:**<sup>25</sup>

*“El juego en los adultos es un signo de de buena salud psíquica”, según indica la psicóloga experta en coaching, Carmen Jiménez Cuenca<sup>26</sup>: “Es fundamental en el desarrollo de los aspectos cognoscitivos del niño, pero sobre todo en el proceso de maduración emocional, como ‘andadura’ a través de una serie de etapas de socialización. En la edad adulta supone un intento por integrar las partes ocultas de una identidad personal que la vida adulta ha destruido u ocultado, pero que emocionalmente son esenciales para el individuo. La posibilidad de adoptar ‘conductas transgresoras’ o el intento de ‘adoptar roles’ convierte al juego en una actividad sumamente emocionante”*

Aunque el juego se considere un elemento fundamental en el desarrollo del niño, con frecuencia parece haber cumplido su función en la edad adulta y tiende a postergarse. No obstante, jugar es una actividad de la que puede disfrutarse toda la vida, ya que satisface la necesidad de introducir variación en la realidad en que vivimos. Cuando los adultos juegan, suelen disfrutar tanto o más que los niños. ¿Qué les impide revivir la experiencia? No será por falta de juegos; los hay para jugadores de todos los gustos y edades.

Nuria Aguadé, de una juguetería de Madrid, apunta que “Jugar es algo inherente al ser humano, nadie niega su función didáctica. Los Juguetes ayudan a los niños en del desarrollo físico y emocional; a través de ellos descubren el mundo que les rodea y aprenden a relacionarse con él. Le sirven para establecer relaciones de afectividad, sensoriales, de amistad y de competencia. A lo largo de diferentes etapas de la vida.”

<sup>24</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Ludoteca>, 18/12/08, 12:13 am

<sup>25</sup> Revista Año/Cero, Año XV/ No.03-164. Segmento Vida Alternativa, “Jugar, antídoto contra el estrés, por Isabela Herranz.

<sup>26</sup> <http://www.gcuenca-lifecoaching.com/main.html?src=%2F> 03/05/2009, 23:00

## **Beneficios según la revista Psychology Today<sup>27</sup>**

Los juegos de mesa pueden desarrollar aspectos psicológicos de los seres humanos, se pueden obtener beneficios derivados de los juegos. Es cierto los juegos son divertidos, pero el juego inherente a ellos no los hace falsos, los hace psicológicamente más verdaderos que la vida diaria. Los juegos pueden resolver grandes crisis en las empresas como enseñarle a ejecutivos como afectan sus decisiones, entrenar héroes de guerra y civilizarnos a todos. Lo que el mundo necesita no es menos tiempo para jugar sino que más. Psicológicamente hablando los juegos nos pueden liberar:

- **Nos dicen quienes somos:**

Desde el principio los juegos fueron indispensables para revelarnos secretos. Lo que separa de los juegos primitivos de los modernos juegos que nos encanta jugar, es la dirección de lo que revelan. Los juegos antiguos trataban de sondear los secretos del mundo exterior, los juegos modernos tratan de mostrarnos los secretos de nuestro interior. Imagínese sentado ante un tablero de Monopoly, sus acciones serán guiadas por su estrategia y su personalidad. Imaginémos estar en una primer cita, un juego de Monopoly puede decirnos más acerca de la otra persona que diez citas para cenar.

- **Nos ponen a jugar roles:**

Es difícil de creer que la sociedad no puede proporcionar una amplia salida para la liberación de los impulsos agresivos, pero viendo un grupo de adultos jugar Trivial Pursuit después de las horas de oficina es suficiente para sofocar la incredulidad de todos. En los juegos se pueden adquirir roles que normalmente no se adquieren. En otras palabras, si no hubiéramos inventado los juegos, la selección natural lo hubiera hecho. Los estudios han demostrado que la gente se vuelve visiblemente más competitiva en situaciones de juego, incluso antes de que el juego se inicie. ¿Y quién no ha visto una persona tímida convirtiéndose en Atila el Huno en el tablero de juego?, ¿Cuál es la persona real? En una encuesta tras el

---

<sup>27</sup> <http://www.psychologytoday.com/articles/index.php?term=19980701-000027&page=1> (24/11/08 16:00)

ensayo de la terapia de juegos de mesa, el 90% de los jugadores dijo que la forma en que jugaron se aproxima más a su "persona interna" que la persona que presentan en la vida cotidiana.

- **Nos enseñan situaciones de Ganar-Ganar, es decir a cooperar.**

A principios de los años 90, una nueva ola de juegos apareció. Se trata de juegos cooperativos, por lo general orientados a equipos con un toque de ganar-ganar. Estos juegos mostraron situaciones que en la vida real aparecen en donde muchas veces del juego no se trata de hacer perder a otro sino que en cooperación y negociación ambos jugadores pueden ganar.

En fin los juegos tienen grandes beneficios inherentes, lo cual los lleva a constituirse en una necesidad para el ser humano.

## 2.6 Resumen del Capítulo

En el presente capítulo se describieron los antecedentes acerca del tema de proyecto, se redactó en forma breve la historia de los juegos de mesa, así como su beneficio para las personas que practican este tipo de entretenimiento.

Se describió también de forma breve el negocio de cafeterías y como ha crecido en la Ciudad de Guatemala, las diferentes formas que ha tenido este negocio y una pequeña explicación de las principales características de los modernos negocios de este tipo.

Posteriormente se hizo mención de cómo es el negocio de Board Games Café, que es la combinación de una cafetería con un salón de juegos de mesa. Dentro de este tema se hizo mención de varios negocios que ya funcionan con este esquema en el extranjero y se indicó que en Guatemala no se ha desarrollado aún este modelo de negocios.

También se definió el problema que pretendemos resolver con este proyecto así como sus causas y efectos.

Se definen los objetivos, un objetivo general que apunta hacia la determinación de la factibilidad del proyecto, así como las metas específicas del mismo.

Analizamos otras opciones de solución al problema de entretenimiento y justificamos por qué se optó por el proyecto propuesto.

Por último, dimos los conceptos principales de lo que son juegos de mesa, su beneficio, se conceptualiza el negocio de cafeterías y se dio una descripción de lo que es el negocio de Board Games Café.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 El producto o servicio en el mercado**

Buscando precisamente satisfacer necesidades básicas del ser humano, y, como muchas empresas en la industria de los juegos de mesa, buscando fomentar el concepto de “Ocio Inteligente”, como una forma diferente de entretenimiento se propone la creación de un nuevo estilo de entretenimiento y diversión, a través de un concepto nuevo para Guatemala, llamado “Board Games Café”.



### 3.1.1 Definición del producto o servicio.

#### Board Games Café:

Es una cafetería donde se juegan juegos de mesa como principal atractivo. Los clientes pueden reservar una mesa y seleccionar varios juegos de mesa de la biblioteca de la cafetería. La mesa se renta por hora por persona en un precio que varía dependiendo del día de la semana, este precio únicamente incluye la renta de la mesa. Es parecido modelo de alquiler de pista de boliche, mesa de billar, o algo similar, las mesas varían en tamaño y ampliable, desde una pequeña a la de grandes grupos. Los juegos de la biblioteca, son muy entretenidos y la mayoría de ellos no se consiguen en Guatemala.

Adicionalmente se pueden adquirir todos los productos de una moderna cafetería con los servicios y comodidades de la misma.

### 3.1.2 Producto o servicio principal y subproductos

#### Renta de mesas para jugar:

El grupo de clientes puede seleccionar o reservar una mesa. Esta deberá ser rentada por una cuota por hora, la cual varía dependiendo del día y hora (siguiendo el esquema de renta de una línea de boliche o similar). Con ello se tendrá derecho a seleccionar una variedad de juegos de mesa para relajación, diversión e interacción con amigos, compañeros de trabajo y familia, contando con una gran variedad de juegos. El grupo puede especificar si la mesa es privada o pública. Las mesas privadas son para grupos de amigos o familias ya integrados y las mesas públicas permiten la integración de jugadores a una tasa prorrateada por cada jugador. Las mesas varían de tamaño y serán expandibles, desde pequeñas para parejas, hasta grandes para grupos.

#### Servicio de Cafetería:

Servir bebidas de distintas variedades, desde café de la mejor tradición guatemalteca, hasta bebidas refrescantes. Tener a disposición una variedad de capuchinos y cafés, otras bebidas disponibles, serán gaseosas, refrescos naturales, jugos y cervezas limitadas de alta calidad. Ofrecer una sobria variedad de platillos livianos, todo esto preparado con ingredientes de alta calidad para obtener un sabor delicioso, sándwiches y otras deliciosas variedades.

Con todo lo anterior se esperar tener un lugar de encuentro y entretenimiento para familia, amigos y compañeros en una atmósfera confortable, acogedora, amigable y social. Se cuenta para ello con productos y servicios de valor y con precios accesibles.

Se contará con paquetes grupales, para que familias y grupos de amigos puedan asistir comprando “combos” que incluyan el tiempo de uso de los juegos y menús de comida.

También se contará con un club de aficionados a juegos de mesa, los cuales con una cuota mensual por membresía, puedan asistir en horarios designados para ellos al Board Games Café, pudiendo hacer uso libre de la librería de juegos, tener descuentos especiales.

Subproductos:

Venta de juegos de mesa usados:

El café deberá mantener un stock de juegos de mesa actualizados para estar siempre acorde a la tendencia que muestre el negocio, los juegos de mesa que han perdido interés o que muestran señales de deterioro, pueden ser vendidos posteriormente en baratillos de juegos de mesa.

### 3.1.3 Productos o servicios sustitutos o similares

Video Juegos

Café Internet con juegos en línea

Boliches

#### 3.1.4 Productos o servicios complementarios

Venta de Juegos de Mesa Nuevos:

Vemos una buena oportunidad de negocios, ya que las grandes tiendas de venta al detalle y jugueterías, tienen dentro de su catálogo de juegos de mesa una cantidad muy limitada, siendo la mayoría de ellos juegos tradicionales como “Monopoly”, “Risk”, “Scrabble”, etc. Además de ellos también se ofrecerán los modernos Eurogames como: “Settler’s of Catan”, “Carcassonne”, “Ticket To Ride”, “Pillars Of The Earth” y muchos más, ampliando así las opciones para los clientes que deseen comprar.

Torneos de Juegos de Mesa:

Una vez el café se haya establecido, se organizarán torneos semanales o mensuales. Esto permite varias ventajas, como la oportunidad de socializar así como de competir por premios, tales como certificados de regalo, tiempo de renta, juegos o efectivo. Se pueden formar equipos. Algunos torneos pueden tomar temas específicos, tales como 2ª guerra mundial, Star Wars, Monopoly, Scrabble, etc.

Apoyo a Empresas

Compañías pueden reservar el café para actividades de integración de grupos, Trabajo en Equipo, Capacitaciones, etc. Dicho servicio puede ser usando las instalaciones del café o llevando los juegos a las instalaciones de las empresas, dentro de los juegos que están orientados a un entorno empresarial, se podría mencionar el Cash Flow 101, Acquire, entre otros.

Servicio en Línea

Un soporte en línea permitirá a los clientes suscribirse a clubes formados en el café, a membrecías, horarios de renta, visualizar sus cuentas, entre otras funcionalidades. También se podrá visualizar la información general del negocio,

hacer reservaciones, consultar disponibilidad de juegos, consultar precios y consultar el menú.

Venta de partes de repuesto para juegos:

Algunos juegos son muy susceptibles a que sus partes se pierdan, por lo que se mantendrá un stock de partes de repuesto para estos juegos, por ejemplo: dados, peones, cartas y billetes.

Souvenirs:

Se tiene previsto vender souvenirs del café, como tazas, vasos, adornos, gorras, entre otros.

### 3.2 El área del mercado

El área de mercado es en la Ciudad de Guatemala. Debido a la naturaleza familiar del negocio se ha determinado que la localización específica puede ser en la Zona Viva, Majadas o Carretera a El Salvador.

#### 3.2.1 Población consumidora, actual y futura.

A continuación se presenta un cuadro general de la población de la Ciudad Capital de Guatemala, población que será la principal consumidora del producto

**Población Total Ciudad de Guatemala, Por Zona del Municipio de Guatemala, y Sexo, año 2002**

ZONA	CATEGORIA	POBLACION		
		TOTAL	HOMBRES	MUJERES
ZONA 1	CIUDAD	67,489	31,777	35,712
ZONA 2	CIUDAD	22,175	10,054	12,121
ZONA 3	CIUDAD	25,501	12,012	13,489
ZONA 4	CIUDAD	1,821	924	897

ZONA 5	CIUDAD	65,578	30,547	35,031
ZONA 6	CIUDAD	76,580	36,366	40,214
ZONA 7	CIUDAD	139,269	65,113	74,156
ZONA 8	CIUDAD	12,439	5,997	6,442
ZONA 9	CIUDAD	1,750	758	992
ZONA 10	CIUDAD	12,090	5,533	6,557
ZONA 11	CIUDAD	39,669	17,937	21,732
ZONA 12	CIUDAD	43,398	20,325	23,073
ZONA 13	CIUDAD	26,734	12,503	14,231
ZONA 14	CIUDAD	18,322	8,066	10,256
ZONA 15	CIUDAD	14,549	6,114	8,435
ZONA 16	CIUDAD	19,499	9,389	10,110
ZONA 17	CIUDAD	22,296	10,569	11,727
ZONA 18	CIUDAD	198,850	95,893	102,957
ZONA 19	CIUDAD	24,644	11,737	12,907
ZONA 22	CIUDAD	75,265	35,876	39,389
ZONA 24	CIUDAD	14,810	7,267	7,543
ZONA 25	CIUDAD	19,620	9,672	9,948
TOTAL	CIUDAD	942,348	444,429	497,919
TOTAL				
GUATEMALA		2,541,581	1,221,379	1,320,202

\*Fuente: INE

Esta tabla nos indica el núcleo central de población a la que estará expuesto el Board Games Café.

### 3.2.2 Estructura de la población por grupos, edades, segmentos.

El proyecto está orientado a crear una necesidad nueva en el mercado guatemalteco, que según el estudio de mercado, la población está dispuesta a

visitar un Board games café, los estratos por edades están dados por la tabla siguiente:

Guatemala: Población Total según grupos quinquenales de edad. Periodo 2005 – 2010

Grupos quinquenales de edad		
	2005	2010
Total	12.700.611	14.361.666
0-4	2.036.448	2.165.745
5-9	1.823.764	2.004.670
10-14	1.624.227	1.798.262
15-19	1.379.668	1.590.147
20-24	1.180.337	1.322.125
25-29	952.749	1.128.960
30-34	753.187	913.192
35-39	600.195	725.891
40-44	492.778	580.303
45-49	408.715	475.449
50-54	367.087	393.702
55-59	310.935	350.124
60-64	233.661	292.331
65-69	193.007	214.491
70-74	156.279	170.028
75-79	107.438	128.990
80+	79.135	107.456

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE, Con base en el XI Censo de Población y VI de Habitación 2002

En la tabla Anterior se puede observar los grupos de población general al que estará orientado el proyecto.

Específicamente el proyecto estará orientado a la siguiente población según su edad:

Población Total 2002	Población ciudad 2002	Proporción de población de ciudad capital con respecto al país
2,541,581	942,348	37%
Grupos quinquenales de edad	Año 2010 Población total Guatemala	Año 2010 Población Ciudad Guatemala
15-19	1,590,147	589,583

20-24	1,322,125	490,207
25-29	1,128,950	418,583
30-34	913,192	338,586
35-39	725,691	269,066
40-44	580,303	215,160
<b>Total</b>	<b>6,260,408</b>	<b>2,321,186</b>

\*Fuente: Elaboración propia según datos de tabla de grupos quinquenales y tabla de población de la ciudad de Guatemala por zona.

### 3.2.3 Tasas de crecimiento de la población (General y del mercado meta)

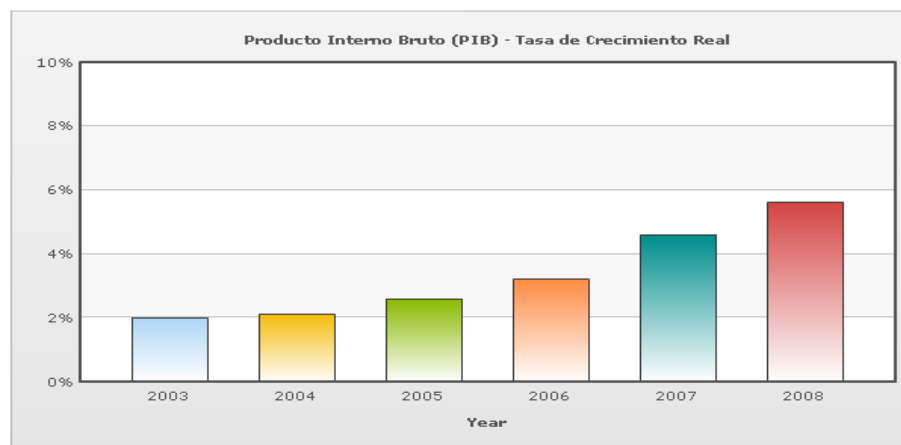
#### **POBLACION DE LA CIUDAD DE GUATEMALA PROYECTADA PARA 2009**

<b>Año</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
2002	2.57%
2003	2.66%
2004	2.61%
2005	2.57%
2006	2.27%
2007	2.152%
2008	2.11%

2009
------

\*Fuente: Elaboración propia <sup>28</sup>

### 3.2.4 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento



\*Fuente: Indexmundi <sup>29</sup>

#### PIB per capita POR AÑO

AÑO	PIB per capita (US\$)
2000	3,900
2001	3,700
2002	3,700
2003	3,700
2004	4,100
2005	4,200
2006	4,700
2007	5,000
2008	5,400

\*Fuente: Indexmundi <sup>30</sup>

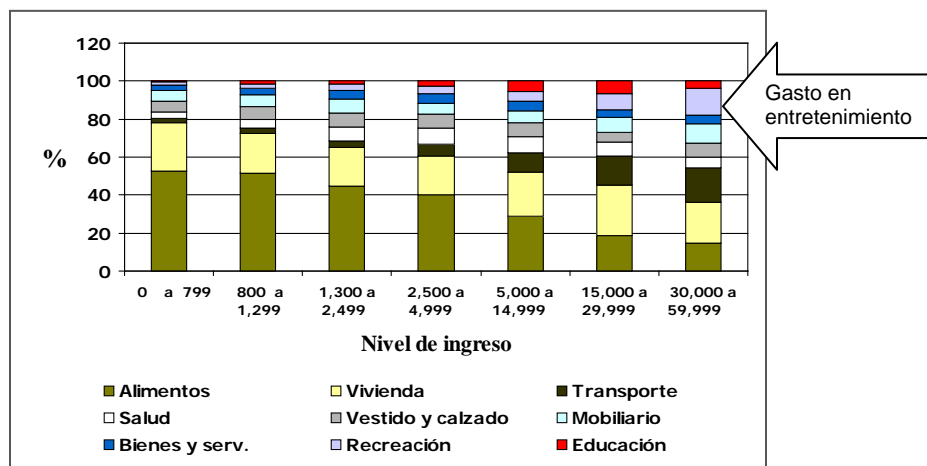
<sup>28</sup> Fuente de tasa de crecimiento: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=gt&v=24> 03/01/09 18:00

<sup>29</sup> [http://www.indexmundi.com/es/guatemala/producto\\_interno\\_bruto\\_\(pib\)\\_tasa\\_de\\_crecimiento\\_real.html](http://www.indexmundi.com/es/guatemala/producto_interno_bruto_(pib)_tasa_de_crecimiento_real.html)



### 3.2.5 Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso

#### Distribución del gasto mensual del hogar, según nivel de ingreso

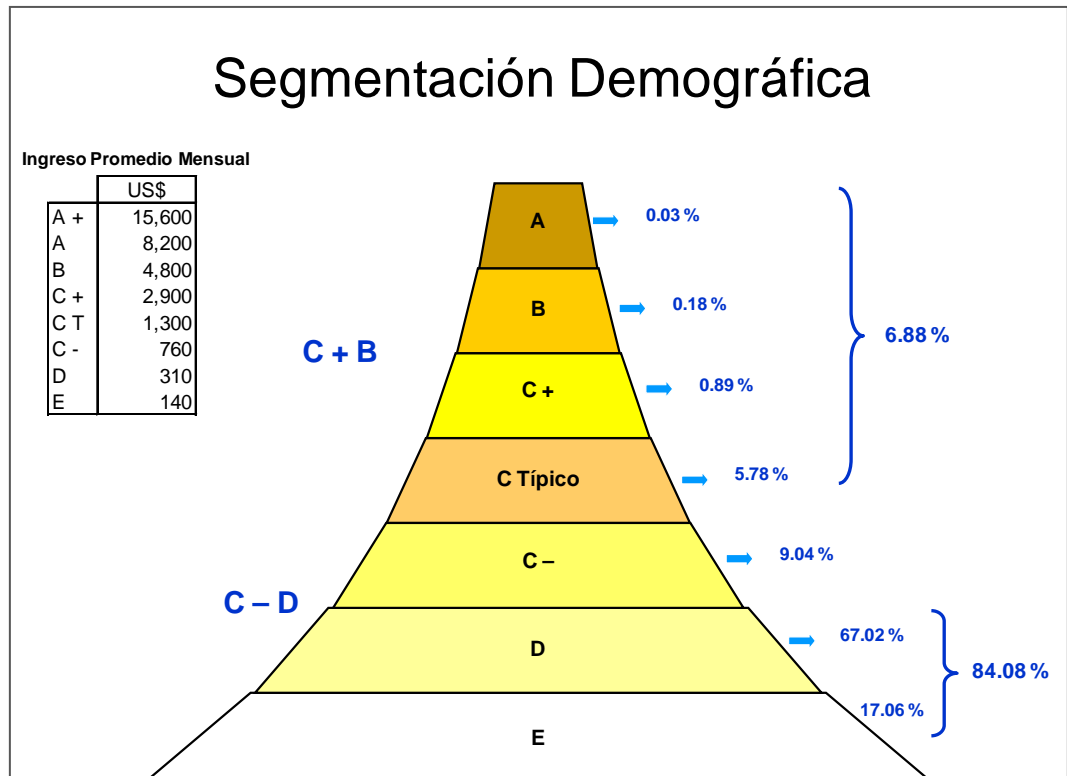


\*Fuente: FAO, Cálculos Licda. Maria Teresa Menchú <sup>31</sup>

Esta gráfica es ilustrativa del aumento en el gasto de recreación, según el nivel de ingreso, como podemos ver en la flecha a más ingreso, mayor el porcentaje de gasto en este rubro.

<sup>30</sup> <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=67&c=gt&l=en> 3/2/2009 18:00

<sup>31</sup> <http://www.rlc.fao.org/iniciativa/cursos/Curso%202006/Mod5/4.ppt> 01/02/09 10:00, con datos de ENIGFAM



\*Fuente: INE y De La Riva Investigación Estratégica.

La gráfica muestra los niveles de ingreso para los segmentos A, B, C, D y E. Adicionalmente muestra la distribución porcentual de los segmentos en la población de la Ciudad de Guatemala.

### 3.3 Investigación de mercado

#### 3.3.1 Presentación de los resultados de las encuestas.

Se hicieron 267 cuestionarios utilizando el siguiente criterio

La población estimada de la Ciudad de Guatemala es de 2,321,186 aproximadamente según la proyección obtenida de la tabla de población proyectada.

El segmento meta son personas de 18 a 45 años, vecinos de la Ciudad Capital de los segmentos A,B y C por lo que el universo es el 15.92% de la población correspondiente a: 369,533 personas.

El cálculo se hizo para poblaciones infinitas utilizando la formula:

$$n = \frac{\sigma^2 * \rho * q}{e^2}$$

Se utilizó un nivel de confianza del 6% ya que es un nivel aceptable para los efectos de la investigación. El cálculo se hizo de la siguiente forma:

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.06^2}$$

$$n = 267$$

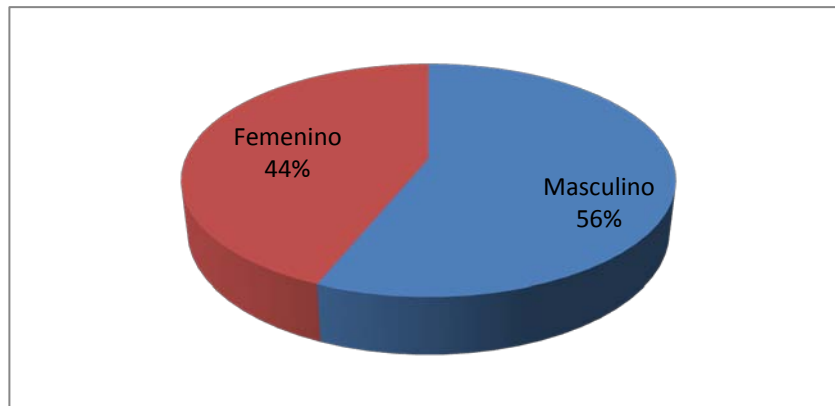
La metodología a que se siguió para encuestar se dividió en dos fases:

- a. Entrevistas personales abordando gente en el sector de la zona 13 en Avenida Las Américas, en el sector de Plaza Fontabella Zona 10 y en el sector de Majadas Zona 11 y en Cervecería Centroamericana Zona 2.
- b. Cuestionarios enviados por correo electrónico a contactos.

Los recursos utilizados fueron impresión de encuestas utilizando una impresora Epson R-200. Lapiceros, tablas shanon, mesa y sillas plásticas. Se requirió de tres personas para las entrevistas.

Para las encuestas por correo electrónico se utilizó una cuenta de correo y una laptop Dell Inspiron 1501.

**a. Pregunta: ¿Sexo?**



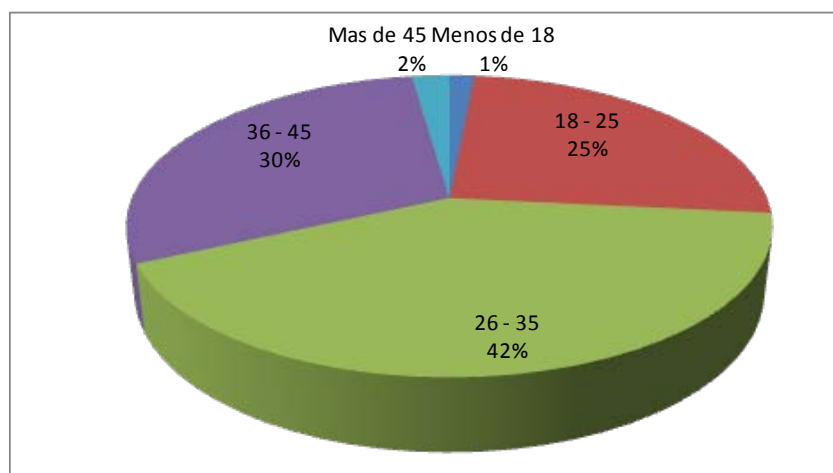
Fuente: Elaboración Propia

n=267

Masculino	150
Femenino	117

La Gráfica muestra la distribución por sexo de los encuestados

#### b. Pregunta: ¿Rango de Edad?



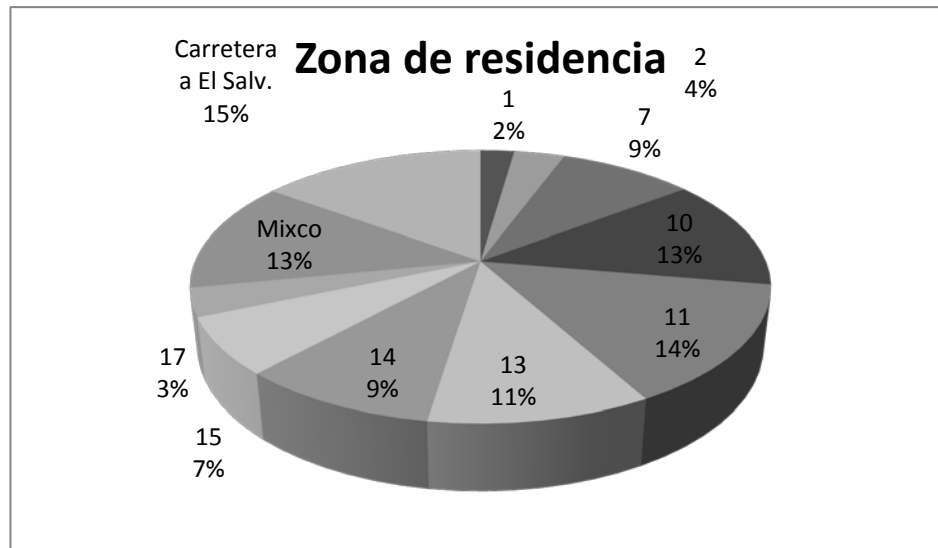
Fuente: Elaboración Propia

n=267

Menos de 18	4
18 - 25	67
26 - 35	111
36 - 45	79
Mas de 45	6

La gráfica anterior muestra la distribución porcentual según la edad de los entrevistados, siendo el rango de dominancia de 26 a 35.

**c. Pregunta: ¿Zona de Residencia?**



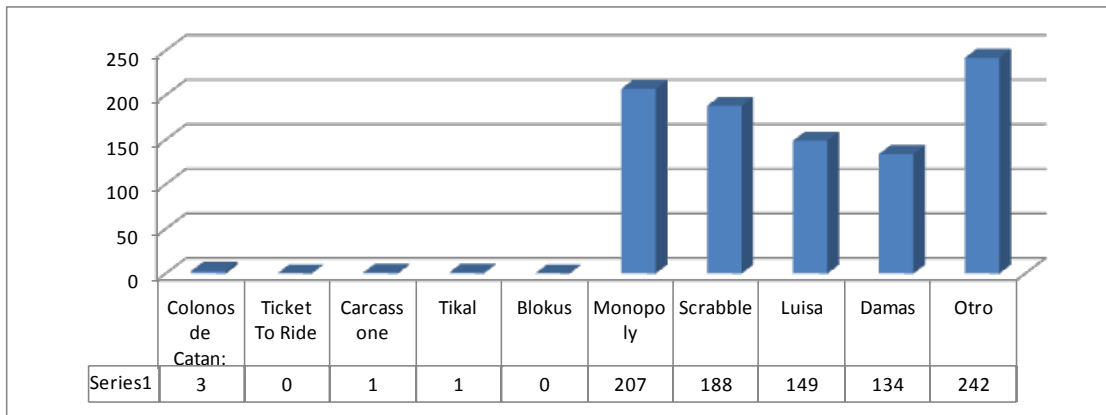
Fuente: Elaboración Propia

n=267

Zona	1	2	7	10	11	13	14	15	17	Mixco	Carretera a El Salv.
Cantidad	6	9	24	35	38	28	25	18	9	35	40

Distribución de la población por zona, existe una uniforme distribución en zonas de nivel socioeconómico A, B y C.

**1. Pregunta: ¿Qué juegos conoce? \*Pregunta hasta con 10 respuestas posibles**

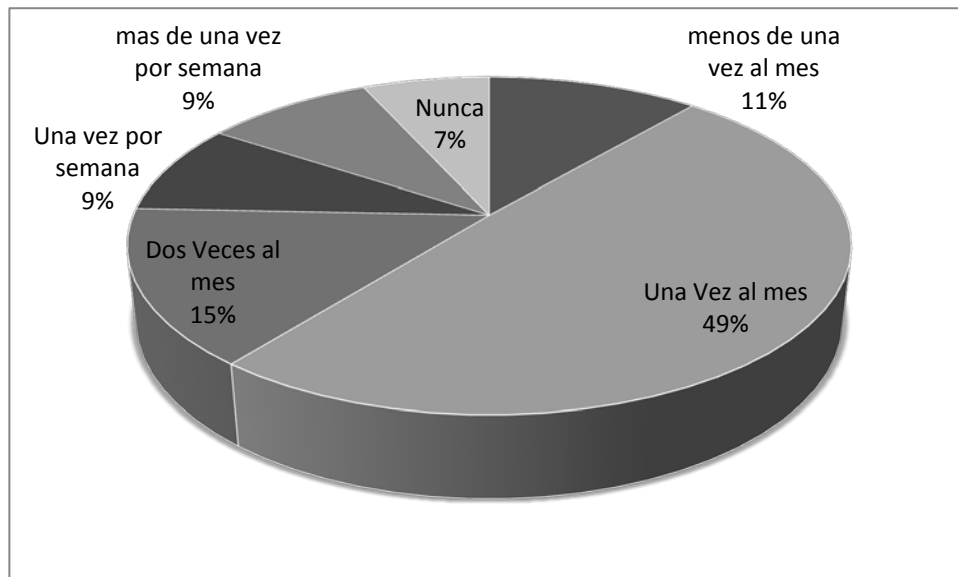


Fuente: Elaboración Propia}

n=267

La gráfica anterior, muestra claramente que los juegos de tipo europeo son poco o nada conocidos en nuestro medio, mientras los juegos comerciales sí son ampliamente conocidos en Guatemala.

**2. Pregunta: ¿Con qué frecuencia juega usted juegos de mesa?**



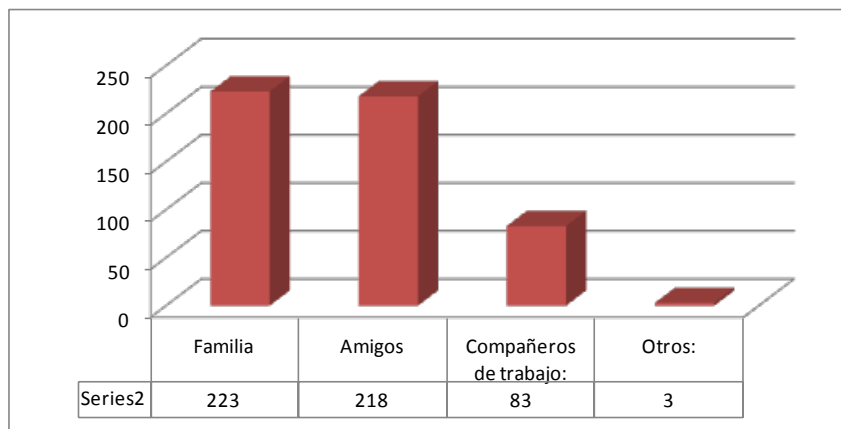
Fuente: Elaboración Propia

n=267

menos de una vez al mes	30
Una Vez al mes	132
Dos Veces al mes	40
Una vez por semana	23
mas de una vez por semana	24
Nunca	18

La grafica muestra que existe un hábito bastante alto de jugar a los juegos de mesa, las personas que respondieron que nunca juegas, lo justificaron en gran parte por cuestiones de tiempo y no tener con quien jugar.

**3. Pregunta: ¿Con quién acostumbra jugar juegos de mesa? \*Pregunta hasta con cuatro respuestas**

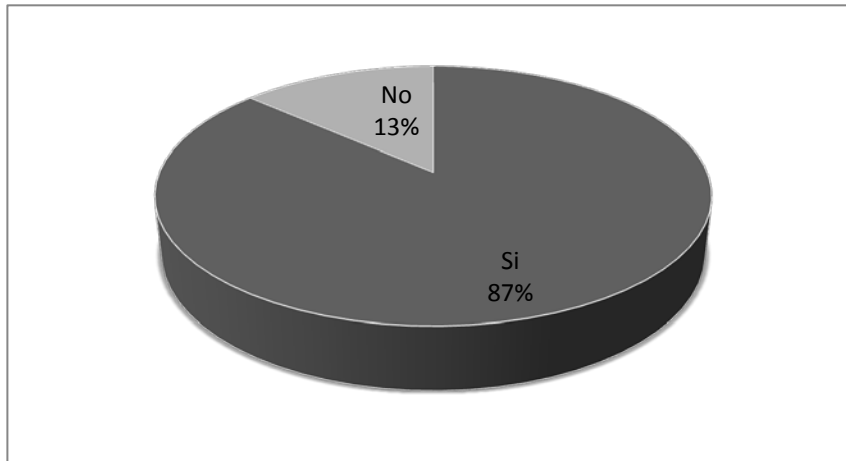


Fuente: Elaboración Propia

n= 249

La gráfica muestra que el hábito de los juegos de mesa es, familiar o de amigos.

**4. Pregunta: ¿Ha comprado juegos de mesa?**



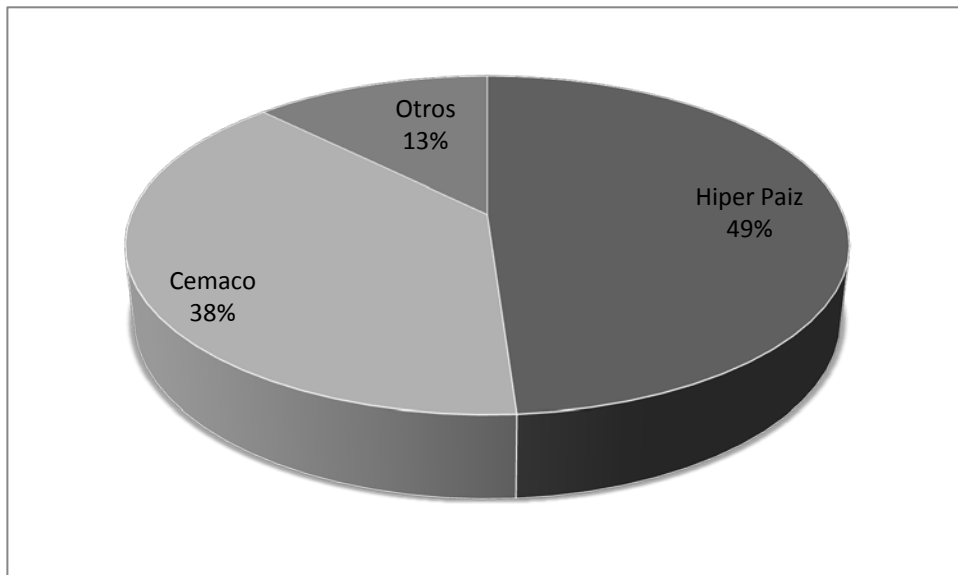
Fuente: Elaboración Propia

n= 267

Si	231
No	36

Se muestra que existe un buen porcentaje de personas que acostumbran comprar juegos de mesa.

**5. Pregunta: ¿En dónde compró el juego de mesa?**



Fuente: Elaboración Propia

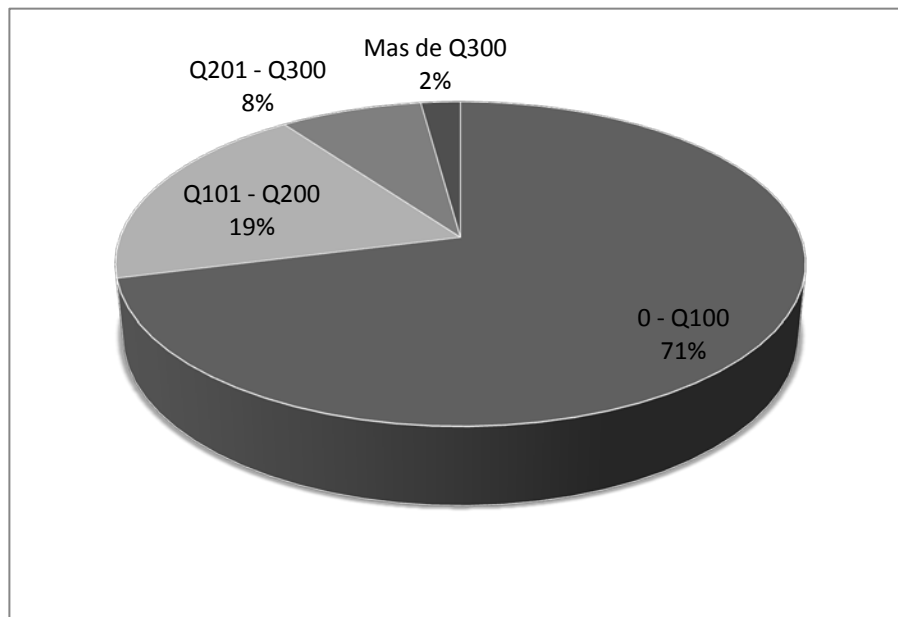
n=231



Hiper Paiz	113
Cemaco	89
Otros	29

Al indagar acerca de dónde compraron el juego de mesa, la tendencia es a comprarlos en grandes cadenas como Walmart y Cemaco, en un pequeño porcentaje se indicaron otros lugares.

#### 6. Pregunta: ¿Cuánto pagó por el juego de mesa?



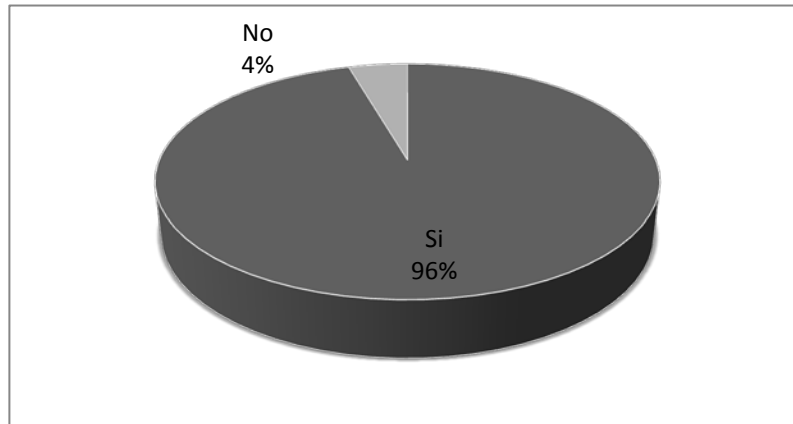
Fuente: Elaboración Propia

n=231

0 - Q100	164
Q101 - Q200	44
Q201 - Q300	18
Mas de Q300	5

El monto de gasto en juegos de mesa es hasta de Q100 en la mayoría de los casos reportados de compra, lo cual indica la tendencia a un gasto moderado en este tipo de juegos, lo cual indica que no son entretenimientos muy especializados y de calidad moderada, los juegos de mejor calidad y más especiales oscilan de Q300 a mayor, dependiendo cuál sea.

**7. Pregunta: ¿Considera que la práctica de juegos de mesa le trae beneficios?**



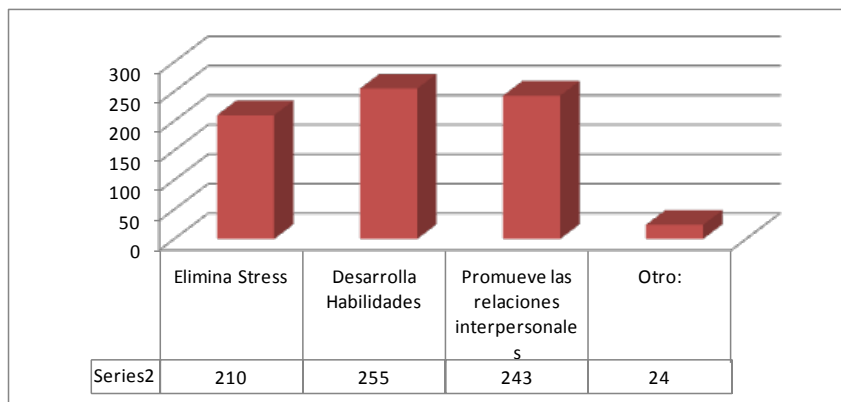
Fuente: Elaboración Propia

n=267

Si	255
No	12

En la gran mayoría de casos la gente considera que la práctica de los juegos de mesa trae beneficios. Esto indica una tendencia a la aceptación de dicho hábito.

**8. Pregunta: ¿A su criterio qué beneficios trae la práctica de los juegos de mesa? \* Pregunta hasta con cuatro respuestas posibles.**

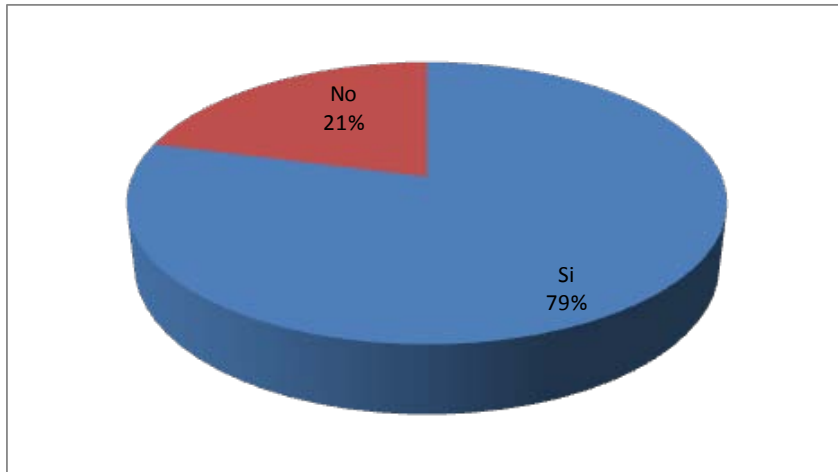


Fuente: Elaboración Propia

n=255

La mayoría de personas clasificó los beneficios de los juegos de mesa en las categorías mostradas en la gráfica.

**9. Pregunta: Por otra parte ¿Frecuenta usted alguna cafetería o restaurante?**



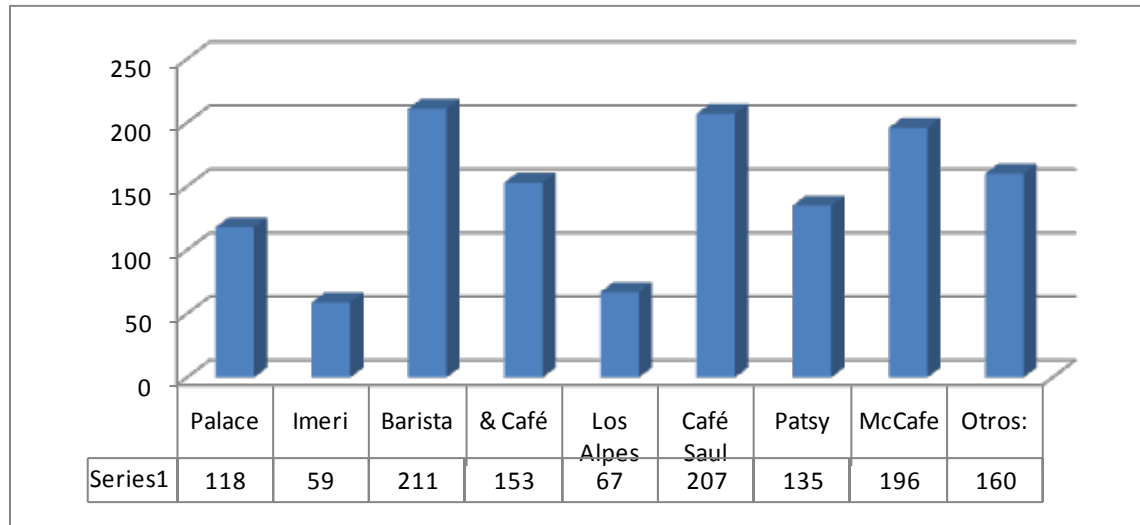
Fuente: Elaboración Propia

n=267

Si	211
No	56

La gráfica indica que es frecuente la costumbre de visitar cafeterías y restaurantes, tomando al 79% como un mercado potencial en cuanto al tema del negocio de cafetería, y el 21% como un mercado a desarrollar a través del tema de juegos de mesa, generando el interés por dicha actividad.

**10. Pregunta: ¿Qué cafetería(s) frecuenta?, \* Pregunta hasta con nueve respuestas posibles.**

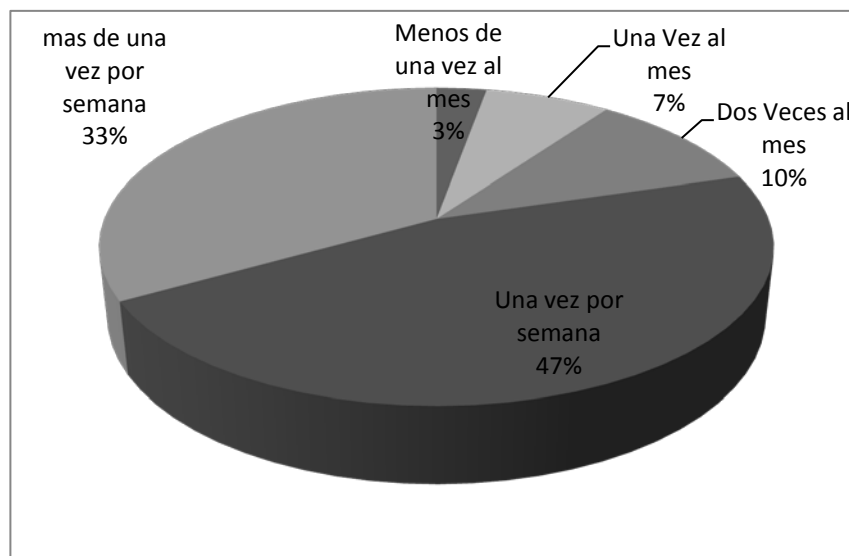


Fuente: Elaboración Propia

n=211

La gráfica indica que Café Barista, Café Saúl y McCafe son los cafés visitados por las personas del segmento meta.

### 11. Pregunta: ¿Con qué frecuencia asiste a una cafetería?



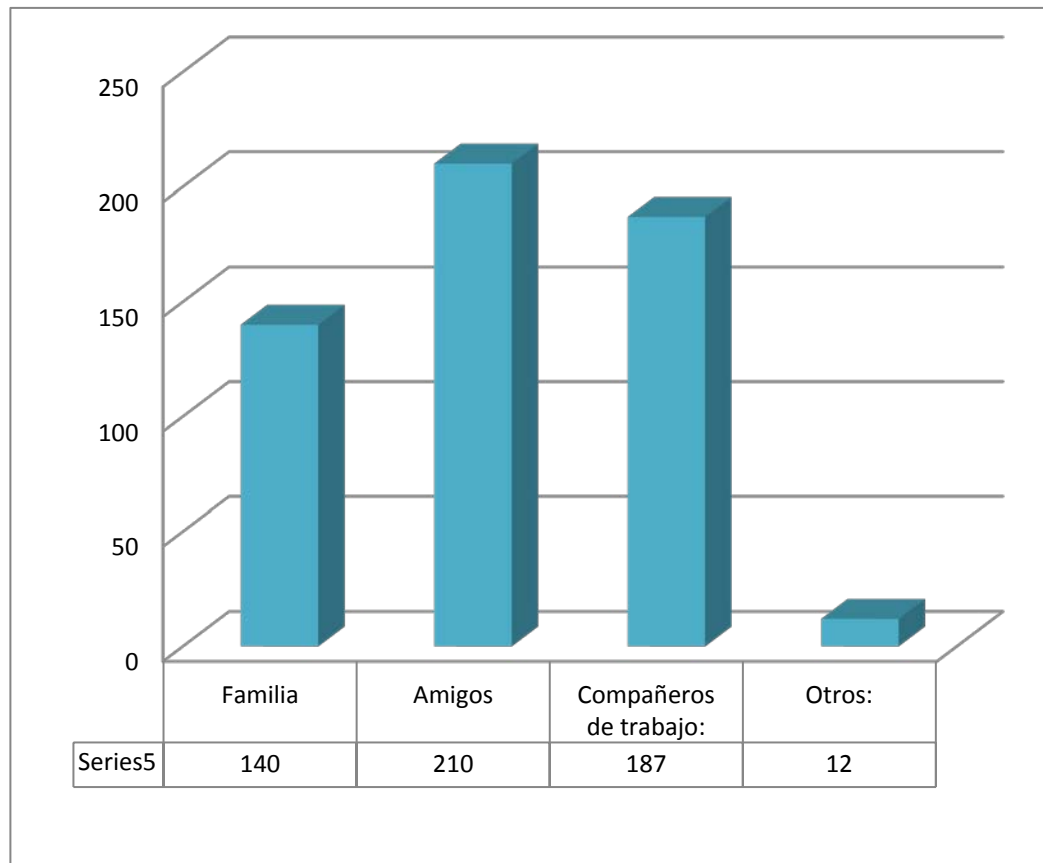
Fuente: Elaboración propia

n=211

Menos de una vez al mes	6
Una Vez al mes	15
Dos Veces al mes	22
Una vez por semana	98
mas de una vez por semana	70

Esta gráfica indica la frecuencia de uso de una cafetería, como podemos observar en la gráfica, la mayor frecuencia de visita es de una vez a la semana.

**12. Pregunta: ¿Con quién asiste a una cafetería? \*Pregunta hasta con cuatro respuestas posibles.**



Fuente: Elaboración Propia

n=211

La costumbre de asistir a una cafetería, se da más con amigos y compañeros de trabajo que con familia.

**13. Pregunta: Ordene los aspectos de una cafetería según su importancia, colocando 1 el más importante y 6 el menos importante:**

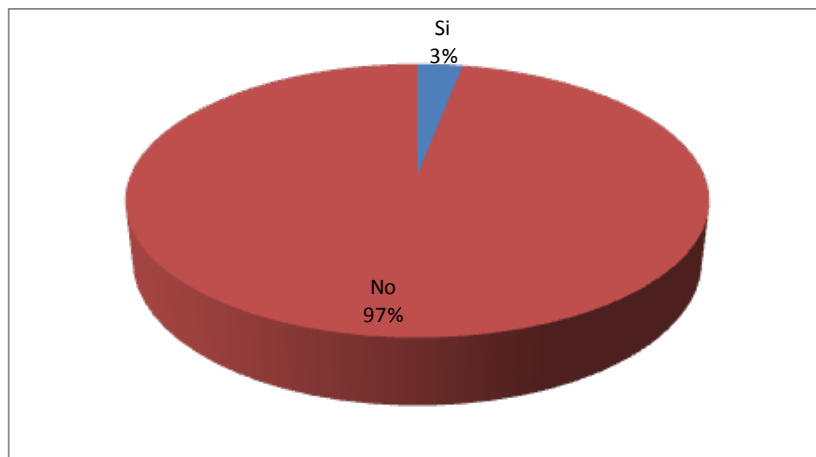
Factores según su importancia en un Café	
Servicio	1
Calidad	2
Buen Ambiente	3
Precio	4
Limpieza	5
Rapidez	6

Fuente: Elaboración Propia

n=211

El orden de lo más importante en un café para los clientes. Los factores más trascendentes para los clientes el servicio, la calidad y el buen ambiente. Estos factores serán precisamente la diferenciación, especialmente en el tema del buen ambiente, lo cual será el éxito del negocio.

**14. Pregunta: ¿Conoce el concepto de Board Games Café?**



Fuente: Elaboración Propia

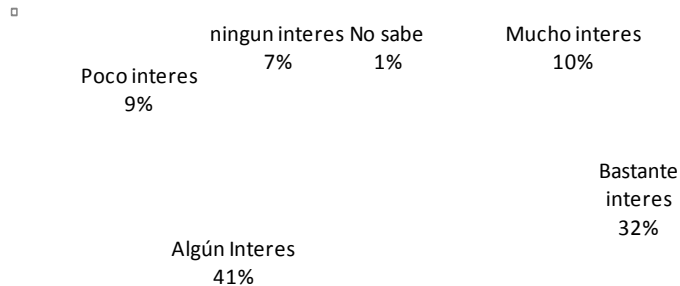
n=267

Si	8
No	259

En su gran mayoría, la gente no conoce el concepto de Board Games Café. Es un concepto totalmente nuevo en Guatemala.

### 15. \*Pregunta: ¿Después de conocer el concepto, qué tanto le llama la atención visitarlo?

\* Se le pasó a los encuestados una tarjeta con la descripción general del concepto y unas fotos del mismo.



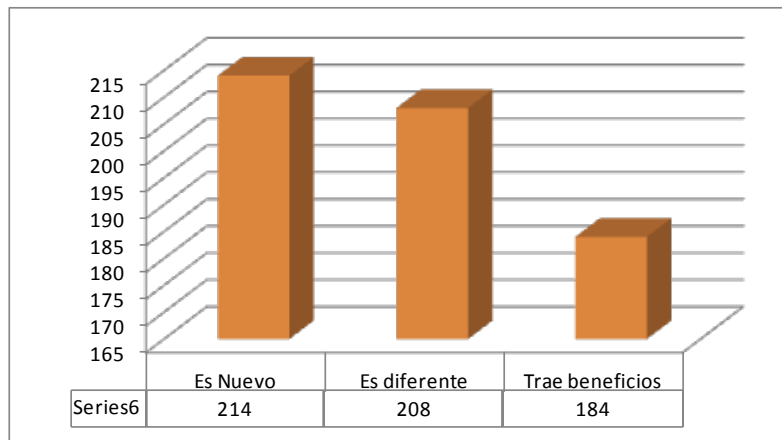
Fuente: Elaboración Propia

n=267

Mucho interes	27
Bastante interes	86
Algún Interes	110
Poco interes	23
ningun interes	18
No sabe	3

La gráfica indica que la gente tiene bastante interés en conocer el concepto de Board Games café.

**16. Pregunta: ¿Cuál o cuáles aspectos le llaman la atención del concepto Board Games Café? \*Pregunta hasta con tres respuestas posibles.**

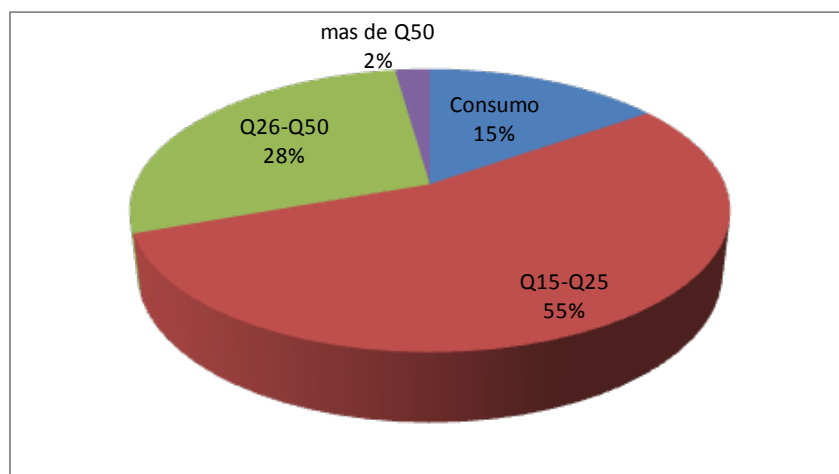


Fuente: Elaboración Propia

n=223

La gráfica muestra que existe bastante expectativa acerca de la novedad del concepto.

**17. Pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la renta de una mesa, por hora, por persona?**



Fuente: Elaboración Propia

n=223

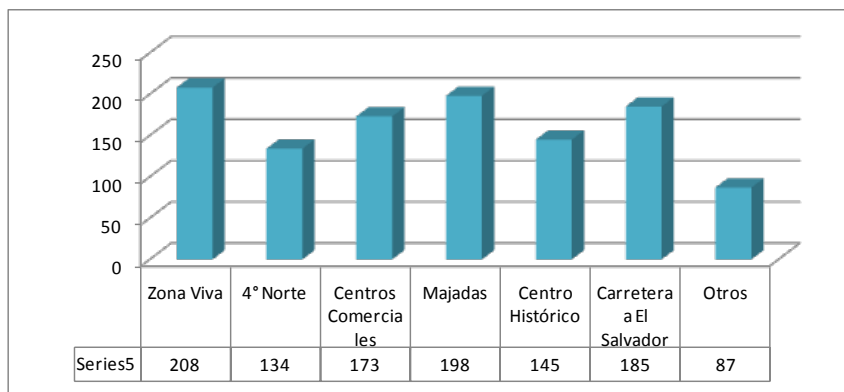


Consumo	34
Q15-Q25	121
Q26-Q50	63
mas de Q50	5

La tendencia es pagar Q25 la hora por mesa por persona, ese podría ser el precio estándar a cobrar.

**18. Pregunta: ¿En qué lugares le gustaría encontrar este concepto? \***

**Pregunta hasta con siete respuestas posibles.**

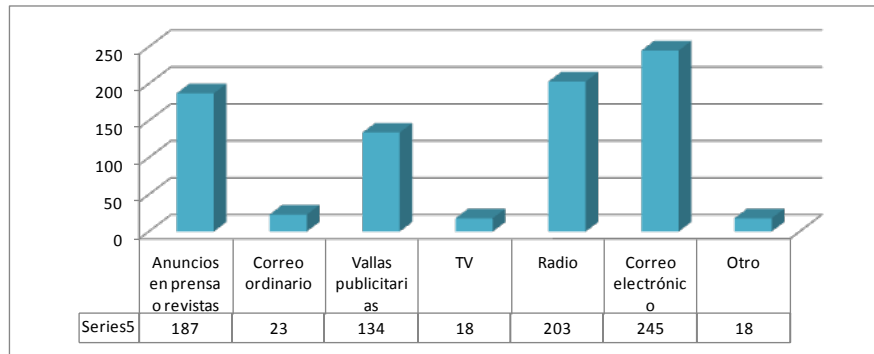


Fuente: Elaboración Propia

n=223

La preferencia de la muestra es hacia ubicar el concepto en zona viva, Majadas y Carretera a El Salvador.

**19. Pregunta: ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio? \*Pregunta hasta con siete respuestas posibles.**

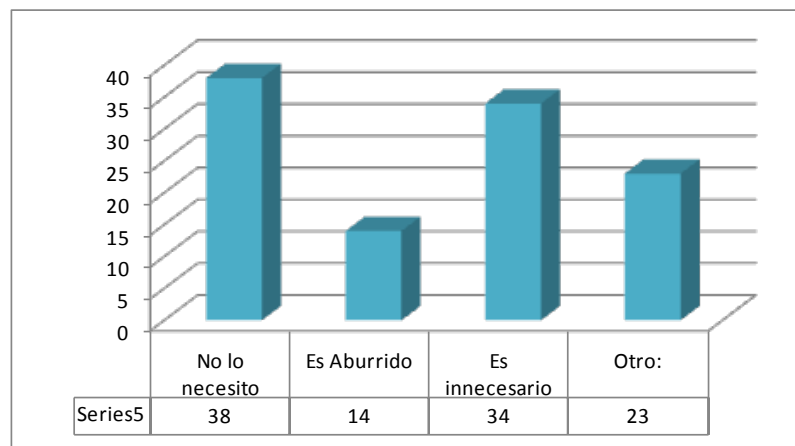


Fuente: Elaboración Propia

n=223

El correo electrónico, radio y anuncios de prensa son los preferidos para recibir información del concepto.

**20. Pregunta: Si respondió que tiene de poco a ningún interés en visitar este concepto, por favor indicar la razón. \* Pregunta hasta con cuatro respuestas posibles.**



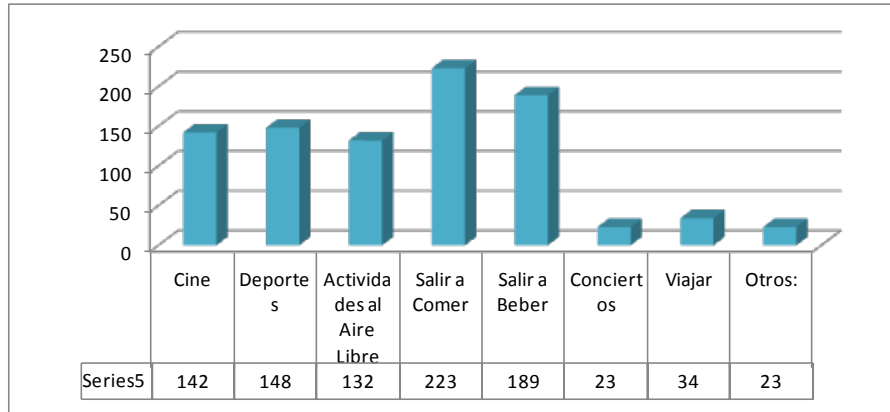
Fuente: Elaboración Propia

n=41

Esta gráfica indica la tendencia de las personas que no gustan de este concepto.

**21. Pregunta: ¿Qué formas de entretenimiento usa más frecuentemente?**

**\*Pregunta hasta con ocho respuestas posibles.**

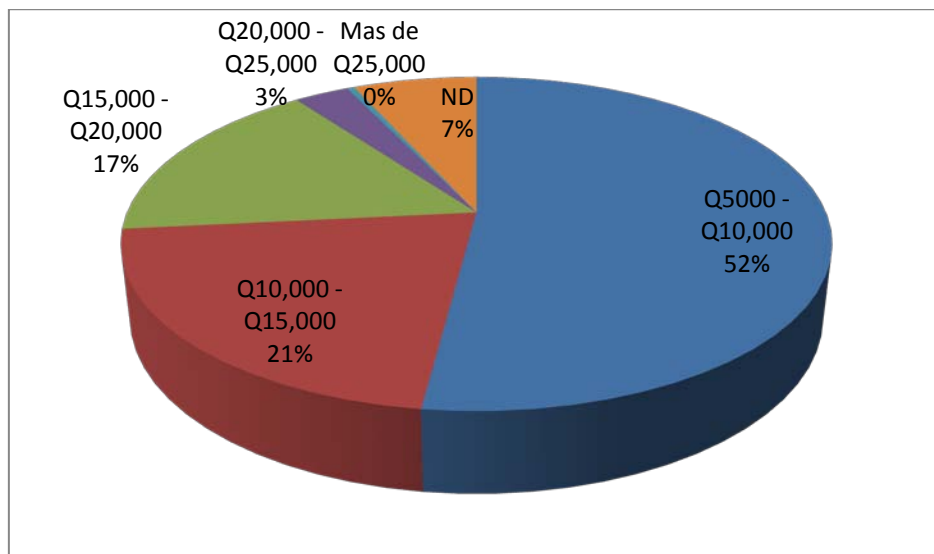


Fuente: Elaboración Propia

n=267

La gráfica muestra que la forma de entretenimiento más frecuente es salir a comer, por lo que se puede aprovechar este hábito para impulsar el concepto de Board Games Café.

**22. Pregunta: ¿Cuál es el ingreso familiar promedio mensual?**



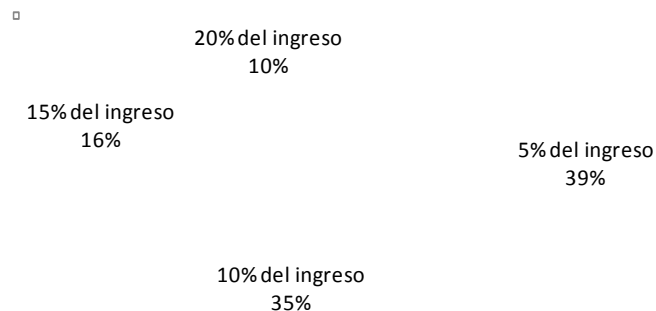
Fuente: Elaboración Propia

n=267

Q5000 - Q10,000	139
Q10,000 - Q15,000	57
Q15,000 - Q20,000	44
Q20,000 - Q25,000	8
Mas de Q25,000	1
ND	18

Esta gráfica muestra la distribución del ingreso de los encuestados, la mayoría oscila en el segmento C típico y C.

**23. Pregunta: ¿Del 100% de su ingreso familiar promedio mensual, indique el porcentaje que le asigna al entretenimiento y diversión?**



5% del ingreso	103
10% del ingreso	94
15% del ingreso	42
20% del ingreso	28

Gráfica que muestra el porcentaje del ingreso familiar dedicado al entretenimiento, porcentaje que puede ser bien aprovechado

### 3.3.2 Comportamiento de la Demanda

3.3.2.1 Situación actual; series estadísticas básicas, estimación de la demanda actual, distribución espacial y tipología del consumidor.

La encuesta tuvo como objetivo conocer la opinión del segmento meta acerca del concepto de Board Games café, así como conocer los gustos y preferencias acerca del funcionamiento del concepto.

La demanda de Board Games Café, actualmente no existe, ya que es un concepto nuevo en Guatemala. No existe información histórica.

Adicionalmente se puede se hace notar que la demanda de cafeterías para el segmento meta es del 79% equivalente a 291,931 personas.

Tipología del consumidor:

Características Demográficas:

Edad: de 18 a 45 años

Sexo: Masculino y Femenino

Nivel Socioeconómico: A, B o C.

Características Familiares: Soltero o Casado, con o sin hijos.

Ocupación: Estudiante Universitario, Profesional, Empresario, Personal de oficina, amas de casa.

Educación: Diversificado completo, estudiante universitario, Graduado universitario.

Estilo de vida: Sociable, Con tendencia a la intelectualidad, vanguardista.

Ocasión de compra: Costumbre, ocasiones especiales, salir con amigos.

Frecuencia de uso: Una vez por semana.

3.3.2.2 Características teóricas de la demanda; coeficientes de crecimiento histórico, índices básicos y curvas de demanda.

No aplica para este proyecto, ya que no existe demanda.

3.3.2.3 Situación futura – proyección de la demanda –

- Extrapolación de la tendencia histórica: No existe tendencia histórica para un Board Games Café.
- Análisis de los factores condicionantes de la demanda futura: Los factores condicionantes de la demanda futura, puede ser:

- Tipo de aceptación del concepto Board Games Café, ya que puede ser muy buena o muy mala, la tendencia según el estudio de mercado es que existe algún interés por el concepto, por lo que se puede asumir que tendrá algún porcentaje de aceptación.
- Crisis Económica, la cual es determinante en la asignación en la prioridad del gasto familiar, pudiendo disminuir el porcentaje asignado al entretenimiento.
- Estimación de la demanda que atenderá el proyecto: El estudio de mercado nos indica que 369,533 personas son el universo al que se enfoca el proyecto y de este el 83% tiene interés en visitar el negocio, lo cual equivale a 306,712 personas. El local donde funcionará el negocio tiene capacidad de 60 plazas, el funcionamiento será de 12 horas diarias, por lo que se estima una capacidad máxima de 21,600 plazas al mes, asumiendo que una persona ocupa una plaza por hora, entonces el negocio tiene capacidad máxima de atender 21,600 personas al mes, equivalente a 259,200 anuales. Para el primer año de funcionamiento se estima que se va a lograr un 25% de la capacidad máxima del negocio equivalente a 64,800 personas.

### 3.3.3 Comportamiento de la Oferta

Los principales competidores son en el segmento de comida son:

Café Saúl:<sup>32</sup>

Es un café de concepto urbano, surge de una importante tienda de ropa de marca, aprovecharon el nombre de prestigio para incursionar en el negocio de las cafeterías, tiene tiendas principalmente ubicadas en Centros Comerciales enfocados a los segmentos A, B, C. Clientela principalmente joven con exigencia de calidad en las bebidas y comida. Saúl E. Méndez se expandió al negocio de bebidas y alimentos en 1998, comentan que con el nacimiento de la marca Café Saúl se rompieron los esquemas tradicionales del guatemalteco, para introducir el concepto de los cafés de diseño a un mercado joven y contemporáneo. Café Saúl

---

<sup>32</sup> [http://www.agg.org.gt/index.php?option=com\\_content&task=view&id=490&Itemid=61](http://www.agg.org.gt/index.php?option=com_content&task=view&id=490&Itemid=61) 13/01/09, 20:00

se ha caracterizado por un estilo que combina la vanguardia internacional con una sólida identidad guatemalteca, con ello se ha ganado la admiración e identificación de muchos clientes. En todos los locales puede disfrutarse de un ambiente sofisticado. Además, el toque chapín se puede ver en el tejido de los chalecos de los meseros y la tela típica de los sillones o sillas, desde donde se puede degustar un café nacional.

Café Saúl ofrece un menú basado en la comida europea. Quien desee un plato salado o un buen almuerzo, la casa ofrece 18 opciones, entre las que se encuentran un delicioso carpaccio, corazones de alcachofa, diferentes ensaladas, crepes saladas, sándwiches o los crujientes croques.

En la carta de bebidas calientes no falta el café y el té. Las bebidas frías varían según el gusto de quien las solicite, pues las hay a base de frutas o jugos naturales como los smoothies, los iceberg o licuados. Se puede disfrutar con los amigos de una buena copa de vino o una fría cerveza.

Los horarios de atención dependen del horario del centro comercial, generalmente de 9:00 am a 8:00 pm. Sin embargo, tienen tiendas con horarios de 7:00 am a 11:00 pm.

#### Café Barista:<sup>33</sup>

Es un café de concepto de diseñador, con una extensa variedad en bebidas de café y té, promueven un estilo de vida sano y de dieta balanceada, teniendo a disposición gelatos de sabores naturales y comida de alta calidad.

Venden café gourmet de alta calidad, lo cual es posible, ya que pertenece a la empresa “Café de Guatemala” que se dedica al cultivo de finos cafés, por lo que producen el “Blend Barista” mezcla de finos cafés con los que elaboran las bebidas de café.

Están ubicados principalmente en centros comerciales con enfoque a segmentos A, B y C. Sus horarios de atención varían según el centro donde estén ubicados, generalmente de 7:00 am a 8:00 pm. Sus locales tratan de emular el

---

<sup>33</sup> <http://www.cafedeguatemala.com> 03/07/09, 19:30

ambiente de una oficina o del hogar, logrando con ello una estancia más agradable.

McCafé:<sup>34</sup>

McCafé abrió sus puertas en el año 2003, en McDonald's Uatlán. Hoy en día hay 23 McCafés que ofrecen el aroma, sabor y textura de un rico café 100 por ciento guatemalteco. Además, cuenta con bebidas frías, como Café Frappé, Cappuccino Fredo y la variedad de Smoothies.

Este es un concepto que se integra al negocio de McDonald's, pero se diferencia del servicio rápido, ya que es un ambiente más relajado en donde se aprovecha toda la experiencia del servicio, calidad, limpieza y valor que caracteriza a esta cadena de restaurantes. Es un coffee shop independiente del restaurante, especialmente diseñado para compartir con amigos y familiares.

En el año 2005 McCafé Guatemala fue el primer coffee shop en el país en ofrecer Auto McCafé. Sus horarios de atención son los del restaurante McDonald's generalmente de 7:00 am a 10:00 pm.

La venta de productos alimenticios, está regulado por:

- Norma sanitaria para la autorización y control de establecimientos fijos de alimentos preparados No. 002-99.
- Normativa Sanitaria 001-2007: Reforma al procedimiento y requisitos de la solicitud para el otorgamiento, renovación y reposición de licencias sanitarias para fábricas de alimentos procesados y bebidas. Licencia sanitaria, Ministerio de salud.
- Acuerdo Municipal No. 052-2001, Reglamento Específico de Localización de Establecimientos Abiertos al Público en el Municipio de Guatemala.

El grado de competencia de los competidores es fuerte principalmente en Centros Comerciales donde se encuentran en competencia directa por captar a los

---

<sup>34</sup> <http://guatemalanoticias1.blogspot.com/2008/07/mccaf-promete-una-nueva-experiencia-dos.html>



consumidores. Sin embargo, no se tiene noticias de que existan prácticas de competencia desleal.

Situación futura de la oferta:

Es posible que a mediano plazo se tenga la incursión de competencia, principalmente si el concepto es bien aceptado por la población, por el momento no se conoce que existe ningún aumento en la capacidad de la oferta de Board Games Café.

### 3.3.4 Comportamiento de los Precios

Los precios serán los que dicte el mercado (para el área de cafetería), teniendo la tabla siguiente:

Producto	Precio con IVA	Precio Sin Iva
Café Americano	Q12	Q10.71
Capuccino	Q16	Q14.29
Latte	Q16	Q14.29
Espresso	Q16	Q14.29
Te	Q10	Q8.93
Chocolate	Q12	Q10.71
Agua Pura	Q8	Q7.14
Cerveza Gallo	Q20	Q17.86
Cerveza Dorada	Q22	Q19.64
Cerveza Montecarlo	Q22	Q19.64
Aguas Gaseosas	Q10	Q8.93
Paninos	Q30	Q26.79
Sandwiches	Q25	Q22.32
Pizza	Q50	Q44.64
Papas Fritas	Q10	Q8.93
Pasteles	Q18	Q16.07
Renta de las mesas para jugar	Q25 por hora por persona	Q22.32 por hora por persona

\*Fuente: Precios promedio del mercado (excepto la renta de las mesas)

#### 3.3.4.1 Análisis de las series históricas de precios

No existe disponibilidad de precios para un concepto como el Board Games Café.



### 3.3.4.2 Estimación de la evolución futura de los precios

Se puede estimar que existirá variación en los precios debido a la estimación de la inflación futura:

Según la encuesta de expectativas de inflación del BANGUAT:

*“Los analistas económicos encuestados prevén para enero de 2009 un ritmo inflacionario de 9.20%, mientras que para febrero y marzo de 2009, estiman que éste alcance 8.77% y 8.31%, respectivamente. Para finales de 2009 y de 2010 los analistas económicos proyectan una inflación de 7.72% y 7.28%, en su orden.”*

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Precio Sin IVA	Precio sin IVA	Precio sin IVA	Precio sin IVA	Precio sin IVA
Café americano	Q10.71	Q11.57	Q12.48	Q13.47	Q14.54
Capuccino	Q14.29	Q15.42	Q16.64	Q17.97	Q19.39
Latte	Q14.29	Q15.42	Q16.64	Q17.97	Q19.39
Expresso	Q14.29	Q15.42	Q16.64	Q17.97	Q19.39
Te	Q8.93	Q9.64	Q10.40	Q11.23	Q12.12
Chocolate	Q10.71	Q11.57	Q12.48	Q13.47	Q14.54
Agua Pura	Q7.14	Q7.71	Q8.32	Q8.98	Q9.70
Aguas Gaseosas	Q8.93	Q9.64	Q10.40	Q11.23	Q12.12
Cerveza Gallo	Q17.86	Q19.28	Q20.81	Q22.46	Q24.24
Cerveza Dorada	Q19.64	Q21.20	Q22.89	Q24.70	Q26.66
Cerveza Montecarlo	Q19.64	Q21.20	Q22.89	Q24.70	Q26.66
Paninos	Q26.79	Q28.91	Q31.21	Q33.69	Q36.36
Sandwiches	Q22.32	Q24.09	Q26.01	Q28.07	Q30.30
Pizza	Q44.64	Q48.19	Q52.01	Q56.14	Q60.60
Papas Fritas	Q8.93	Q9.64	Q10.40	Q11.23	Q12.12
Pasteles	Q16.07	Q17.35	Q18.72	Q20.21	Q21.82
Renta de las mesas para jugar	Q22.32	Q24.09	Q26.01	Q28.07	Q30.30

\*Estimación de la evolución futura de precios, usando una inflación promedio de 7.94%

### 3.3.4.3 Influencia prevista de los precios sobre la demanda

Se prevé que conforme haya un aumento de los precios la demanda disminuirá, sin embargo, se tratará de tomar medidas a fin de no trasladar aumento de precios a los consumidores.

Se hará un análisis de sensibilidad ante los precios y se determinará si se pueden mantener los precios y aún así alcanzar los niveles de rentabilidad esperados por los inversionistas.

Sin embargo según la encuesta de expectativas de inflación, no se esperan aumento en los precios muy drásticos el presente año.

### 3.3.4.4 Márgenes de comercialización

A Continuación se muestra una tabla con los márgenes de utilidad promedio que buscaremos en el proyecto, la política será la de utilizar los precios promedios del mercado. Nuestro factor de diferenciación será la renta de las mesas para los juegos.

Producto	Costo unitario promedio	Precio sin IVA	Margen
Bebidas Calientes	Q 3.38	Q12.20	72%
Bebidas Frias	Q 2.34	Q8.04	71%
Cerveza	Q 8.14	Q19.05	57%
Comida	Q 8.94	Q23.75	62%
Renta de mesas	Q -	Q22.32	100%

### 3.3.5 Análisis de la Comercialización

#### Canales de comercialización

El canal de comercialización será en local rentado, es un negocio de retail, no se tendrán intermediarios.

#### Formas de Comercialización del Proyecto

El negocio funcionará con venta directa al público en el local, se aceptarán pagos al contado, tarjeta de crédito o débito y cheques previa autorización de PREVISE.

### 3.4 Resumen del capítulo

En el presente capítulo se detalló el modelo de negocio, se hizo descripción de los productos principales, subproductos, productos complementarios y los posibles productos sustitutos del negocio.

Adicionalmente, se detalló con gráficas la población consumidora, actual y futura, la estructura de la población por grupos, edades, segmentos. Las tasas de crecimiento de la población Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento.

Se mostraron los resultados del estudio de mercado, como se calculó el tamaño de la muestra y se elaboraron gráficas que clarifican los resultados del estudio.

Se hizo un análisis del comportamiento de la demanda de Board Games Café, la cual actualmente no existe por lo que se pretende crear el concepto.

Posteriormente se hizo un análisis de la oferta, la cual para el concepto de Board Games Café no existe. Sin embargo, por la similitud de la forma de negocio, se hizo el análisis de las cafeterías que actualmente existen, específicamente la que según el estudio de mercado son los mayores competidores.

Adicionalmente se describió el comportamiento de los precios, el cual para el concepto que en este proyecto se pretende implementar, no existe, sin embargo se detalló un listado de precios para el funcionamiento del negocio.

Por último se detallo cual será el canal de comercialización específico para la introducción y venta del concepto al público.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 Tamaño

##### 4.1.1 Capacidad del proyecto

De acuerdo al tamaño de local se pueden tener hasta 90 personas cómodamente sentadas, el horario de atención debido a la naturaleza de negocio oscilará de 12:00 pm a 12:00 am de lunes a sábado, domingo de 10:00 pm a 10:00 pm. Esto proporciona 84 horas semanales de atención, 21,600 personas al mes. Se toma en cuenta que el esquema será el de renta de mesas por hora. Por lo que una persona va a estar por lo menos una hora.

CAPACIDAD DEL NEGOCIO				
Capacidad del local (personas)	Horas de Atención	Capacidad Diaria	Capacidad mensual	Capacidad Anual
60	12	720	21,600	259,200

4.1.2 Factores condicionantes del tamaño; dimensión del mercado, capacidad financiera, disponibilidad de insumos materiales y humanos, limitaciones de transporte, institucionales y capacidad administrativa.

El mercado: Las dimensiones del tamaño del establecimiento tiene la capacidad suficiente para atender la demanda proyectada. Según el estudio de mercado, se determinó que el concepto de Board Games Café tiene suficiente aceptación en el mercado meta. Además, que es un concepto nuevo no se espera competencia directa en un plazo inmediato. Este nuevo concepto ofrecerá los servicios que requiere el mercado utilizando para ello financiamiento propio y financiamiento externo a través de un inversionista ángel.

La disponibilidad de insumos se divide en dos áreas:

- a. Servicios de comida y bebida: Son de fácil adquisición en el mercado local y se pueden conseguir buenos precios a través de compras mayoristas.
- b. Juegos de Mesa y accesorios: Juegos comerciales son fácil adquisición en el mercado nacional ya que se tienen proveedores ya establecidos para este tipo

de juegos. Los juegos no comerciales, no son de fácil adquisición en el mercado nacional, para ello se cuenta con contactos con los mayores distribuidores de este tipo de juegos a nivel internacional como los son: Alliance Games Distributors <sup>35</sup> y Devir <sup>36</sup> de Latinoamérica.

En el medio nacional existe una buena disponibilidad de personal con experiencia en cafeterías y restaurantes, sin embargo, es necesario que reciban capacitación en cuanto al tema de juegos de mesa, ya que dicha especialidad aún no existe en nuestro medio.

En cuanto a limitaciones de transporte, ellas son de tipo externo como falta de combustibles, alza de costo de materias primas, disponibilidad de juegos de mesa en el mercado extranjero, tipo de cambio, aranceles de importación de juegos.

El equipo de trabajo cuenta con suficiente capacidad administrativa para llevar cabo el proyecto, debido a la experiencia en el área de cafeterías, sin embargo, el tema de la renta de mesas para juegos de mesa puede tener riesgos que aún no se conocen.

#### 4.1.3 Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización.

El tamaño del proyecto es adecuado para atender la demanda proyectada del concepto, 306,712 personas. Además, se espera que por ser un concepto nuevo, sea único en Guatemala, se apelará a la curiosidad propia del guatemalteco de probar nuevas cosas así como de la sociabilidad del mismo para hacer del concepto un éxito. La ubicación en lugares de reunión de personas en la Ciudad de Guatemala, tiene ventajas de fácil acceso a los servicios que se prestarán.

---

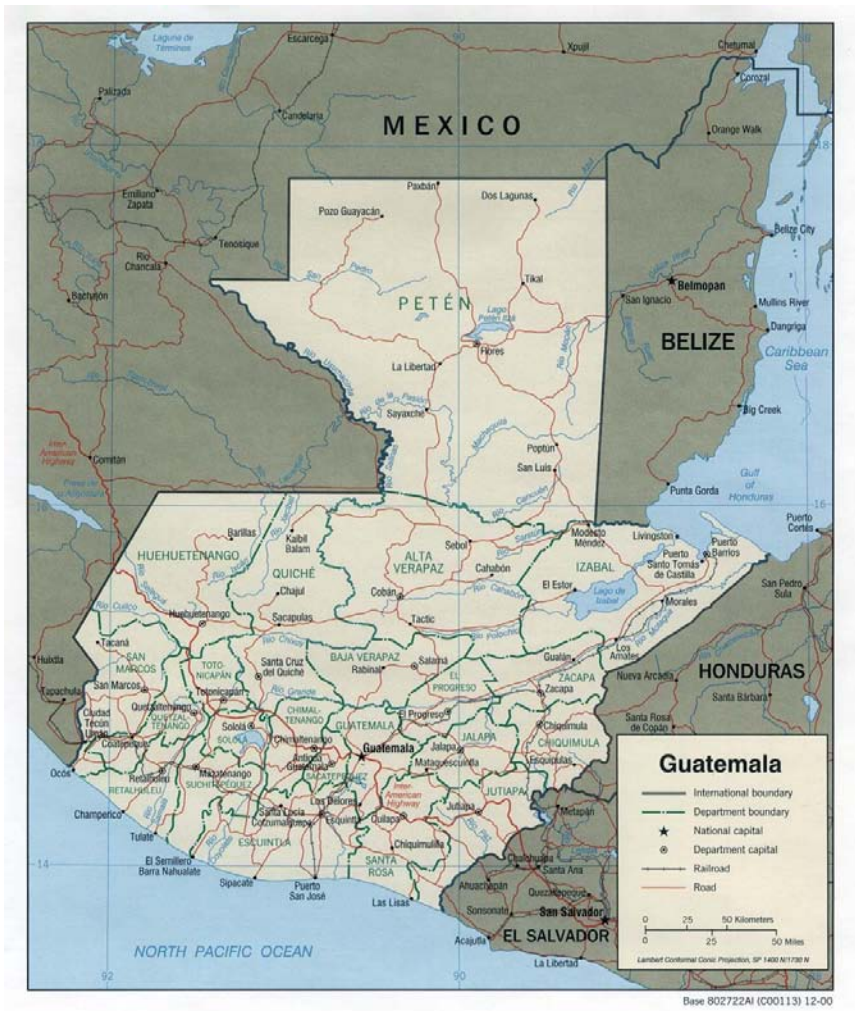
<sup>35</sup> [www.alliance-games.com](http://www.alliance-games.com) 23/12/2008, 18:45

<sup>36</sup> [www.devir.com](http://www.devir.com) 23/12/2008, 19:00

## 4.2 Localización

### 4.2.1 Macro localización

El Board Games Café estará ubicado en la Ciudad de Guatemala, Guatemala Centroamérica.



### 4.2.2 Micro localización

El Board Games Café tiene varias alternativas de localización

- Zona 10: Específicamente en la zona viva, donde se concentra la mayor parte de bares, restaurantes y discotecas, clientes potenciales del negocio, y existe un gran flujo de personas en busca de opciones de entretenimiento y



diversión, así como oficinistas buscando lugares de relajación y convencia social.

- Majadas: Como un punto de gran crecimiento comercial que cuenta con una importante cantidad de restaurantes y un gran flujo de personas buscando opciones de entrenamiento y diversión, enfocado a personas de nivel socioeconómico B y C del sur de la ciudad.
- Carretera a El Salvador: Es un área exclusiva con gran crecimiento residencial y comercial, en el sector de Condado Concepción se concentra un importante complejo comercial con una variada selección de bares y restaurantes, se tiene un importante flujo de personas en busca de opciones de entretenimiento y diversión, enfocado a niveles A y B de la Ciudad de Guatemala.

#### 4.2.3 Integración en el medio; condiciones naturales, geográficas físicas, economías externas que influyen en el proyecto y condiciones institucionales.

Este concepto se integrará en centros de actividad económica de la Ciudad de Guatemala, con condiciones comerciales, demográficas y físicas que contribuirán a establecer el concepto en la ciudad de Guatemala.

La economía externa influye en el proyecto son la inflación, el tipo de cambio, aranceles de importación que afectan el precio final del servicio y producto.

Como condiciones institucionales, se puede mencionar que influye en este punto, el Acuerdo Municipal No. 52-2001, el cual establece las normas para la apertura de negocios como el propuesto en el presente proyecto.

#### 4.2.4 Con relación a las características geográficas del terreno, del proceso productivo y del programa de expansión

El proceso productivo puede verse afectado, especialmente en Carretera a El Salvador, ya que se ha constituido en un punto de difícil acceso, ante todo por la cantidad de vehículos en las horas pico de la mañana y especialmente de la tarde. Como oportunidades de expansión, se puede hacer crecer el negocio debido a que en estas zonas son concurridas por personas en busca de entretenimiento y diversión, con recursos disponibles para ello, en estas zonas se encuentran hoteles, cafés, bares, discotecas restaurantes y centros comerciales. Asimismo, por la orientación intelectual del concepto, a estas áreas confluye gente con admiración por el arte y la cultura, pudiendo crearse eventos especiales para llamar la atención de este tipo de personas.

#### 4.2.5 Distancias y costos de transporte.

La áreas de zona 10 y Majadas son de fácil acceso para los proveedores de alimentos, ellos cuentan con despacho en el local sin recargo. La distancia desde los centros distribuidores de alimentos como CENMA es 5 kilómetros, ya que es equidistante a ambos.

En el caso de carretera a El Salvador por estar fuera del perímetro de la Ciudad Capital, se puede esperar un recargo en el envío de insumos y productos y la distancia de CENMA es de 12 kilómetros aproximadamente.

Para los juegos de mesa, los costos de transporte dependen de los envíos a nivel internacional, generalmente se cobra en dólares. Sin embargo, son puestos en el local utilizando servicios de Courier como DHL, UPS entre otros.

Los Costos de envío de maquinaria y mobiliario corren a cuenta del proveedor de la misma.

### 4.3 Proceso principal del Proyecto

#### 4.3.1 Descripción general del proceso

El proceso de comidas se inicia con la recepción de materia prima, insumos abarrotados, verduras, frutas, carnes, lácteos, y pan. Se procede a su almacenamiento en bodega seca y en dispositivos de enfriamiento. Luego sigue el proceso de preparación que transforma la materia prima e insumos en el producto terminado, el cual son los platillos del menú, las cuales se elaboran bajo un estricto control de calidad. Este producto se sirve en las mesas según el requerimiento del cliente, quien le transmite el mismo al mesero. Este toma la orden respectiva. El mesero entrega la comida en la mesa. El proceso de bebidas inicia con la compra de materia prima, agua, café te, bebidas preparadas, jugos y aguas gaseosas. El proceso de elaboración es efectuado por el barista o encargado del café y el té, quien prepara las bebidas según el requerimiento del cliente. El mesero recoge el producto en cocina y es entregado al cliente en las mesas respectivas.

El proceso de renta de mesas, inicia con el cobro de la renta de la mesa o del paquete que se haya comprado. Se lleva control de la hora en que inicia a correr el tiempo de renta dando 15 minutos de gracias para ubicación de cliente y toma de decisión en cuanto a la comida, bebida y juego de mesa a elegir. Se le da al cliente el menú de juegos disponibles, se consulta disponibilidad en la bodega de juegos y se traslada al cliente. El consumidor tiene opción de requerir ayuda o no, si así lo desea, el mesero o la persona indicada procede a explicarle al cliente el uso y reglas del juego seleccionado.

Se puede dar el caso de personas que lleguen dentro de un grupo y serán solo observadoras, a estas personas se les dará un pase de cortesía de una hora, con el cual tendrán derecho a jugar, si así lo desean, y a consumir. Posterior a la hora deberán cancelar la renta de la mesa de forma normal.

El proceso finaliza cuando el cliente paga la cuenta y se retira. Paralelamente se realizan los procesos de control, administración, limpieza y mantenimiento.

Se contarán con cuatro meseros distribuidos por turnos de ocho horas cada uno, procurando mantener por lo menos dos. Esto es para evitar cuellos de botella, especialmente cuando haya clientes que soliciten que se les explique un juego. Un mesero puede jugar el rol de comodín, tanto como mesero como encargado de explicar los juegos.

En este tema también se ha considerado que el cajero e incluso el Gerente puede llegar a explicar los juegos a los clientes de ser necesario.

A continuación se detalla la distribución de los turnos de los meseros:

HORARIOS DE ATENCION												
	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24
Mesero 1	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow				
Mesero 2	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red				
Mesero 3					Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
Mesero 4					Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green

#### 4.3.2 Insumos principales, secundarios y alternativos

Los insumos principales son verduras frutas, carnes, bebidas y abarrotes, Juegos de Mesa.

Los secundarios son material de empaque, material de limpieza, material de escritura, material de oficina.

#### 4.3.3 Residuos generados en el proceso

Los residuos generados son principalmente productos como residuos alimenticios, cascaras de fruta, material de empaque de los abarrotes, sobrantes de carne, los cuales son entregados al recolector de basura.

#### 4.3.4 Identificación y descripción de las etapas del proceso

Las etapas del proceso son:

- Abastecimiento
  - El proceso de abastecimiento consiste en la compra y almacenamiento de los insumos alimenticios, la cual se hará dentro del perímetro de la ciudad de Guatemala, con proveedores como

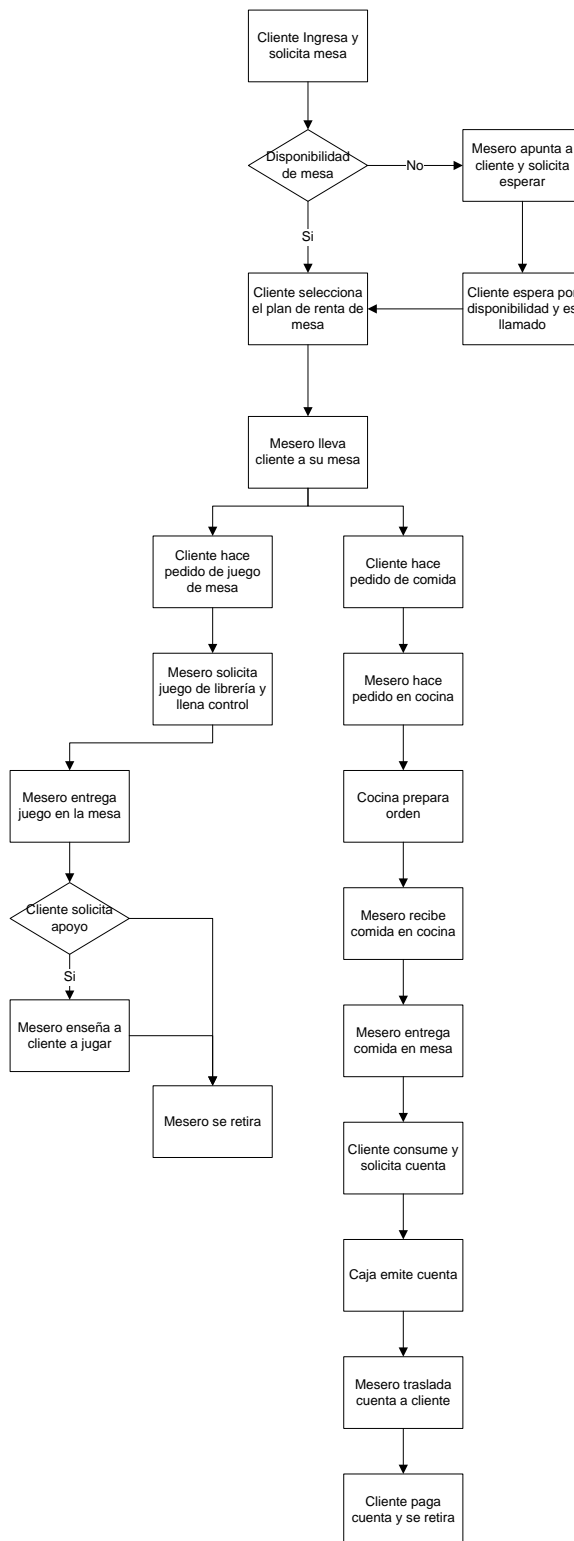
CENMA. El almacenamiento se dará en el área de bodega establecida dentro del negocio. El encargado de este proceso es el Gerente.

- Elaboración.
  - Este proceso consiste en la elaboración de los productos alimenticios y bebidas, El encargado de cocina será el responsable de la elaboración de alimentos según las ordenes que le lleve el mesero. El auxiliar de cocina participara activamente como ayuda y en la elaboración de las bebidas de calientes.
- Toma de pedidos
  - El proceso de toma de pedidos será ejecutado por los meseros, quienes tienen en sus responsabilidades la atención al cliente. Esta toma de pedidos se hará a través de comandas de papel diseñadas para una fácil escritura del pedido.
- Renta de mesas
  - Este proceso será principalmente ejecutado por el mesero, en conjunto con el cajero quienes llevarán el control del tiempo de renta de la mesa a través de la colocación de brazaletes temporales donde se hará indicación del tiempo que se ha pagado de la renta.
- Cobro de cuenta
  - El proceso de cobro de cuenta se llevará a cabo por el cajero y el mesero. El Cajero será el encargado de hacer la cuenta según la comanda de la mesa, así como del cobro del tiempo de renta.
  - Este dato es trasladado al cajero quien es el encargado de transmitirle la información al cliente, y recibe el pago en cualquiera de sus modalidades.
- Servicio al cliente
  - Todos los colaboradores son encargados de la atención al cliente, una de las labores principales en la atención al cliente es la de enseñarle y guiarle en el aprendizaje y dudas de los juegos de mesa,

siendo esta una de las funciones principales de los meseros. El Gerente del café es el encargado de velar por el servicio al cliente.

- Mantenimiento y limpieza
  - Este proceso se lleva a cabo por el encargado de la limpieza, quien se encargará de la limpieza de todas las áreas del restaurante, a través de una programación diaria de las tareas de limpieza y del cumplimiento de un horario estricto de limpieza de baños y área de cocina.
- Administración y control
  - Todas las tareas de administración y control del café se llevarán a cabo por parte del Gerente. Los subprocesos parte de la administración y control son los siguientes:
    - Administración de personal.
    - Administración del presupuesto.
    - Gestión de la logística de abastecimiento.
    - Control de gastos.

## 4.3.5 Flujo grama del proceso total

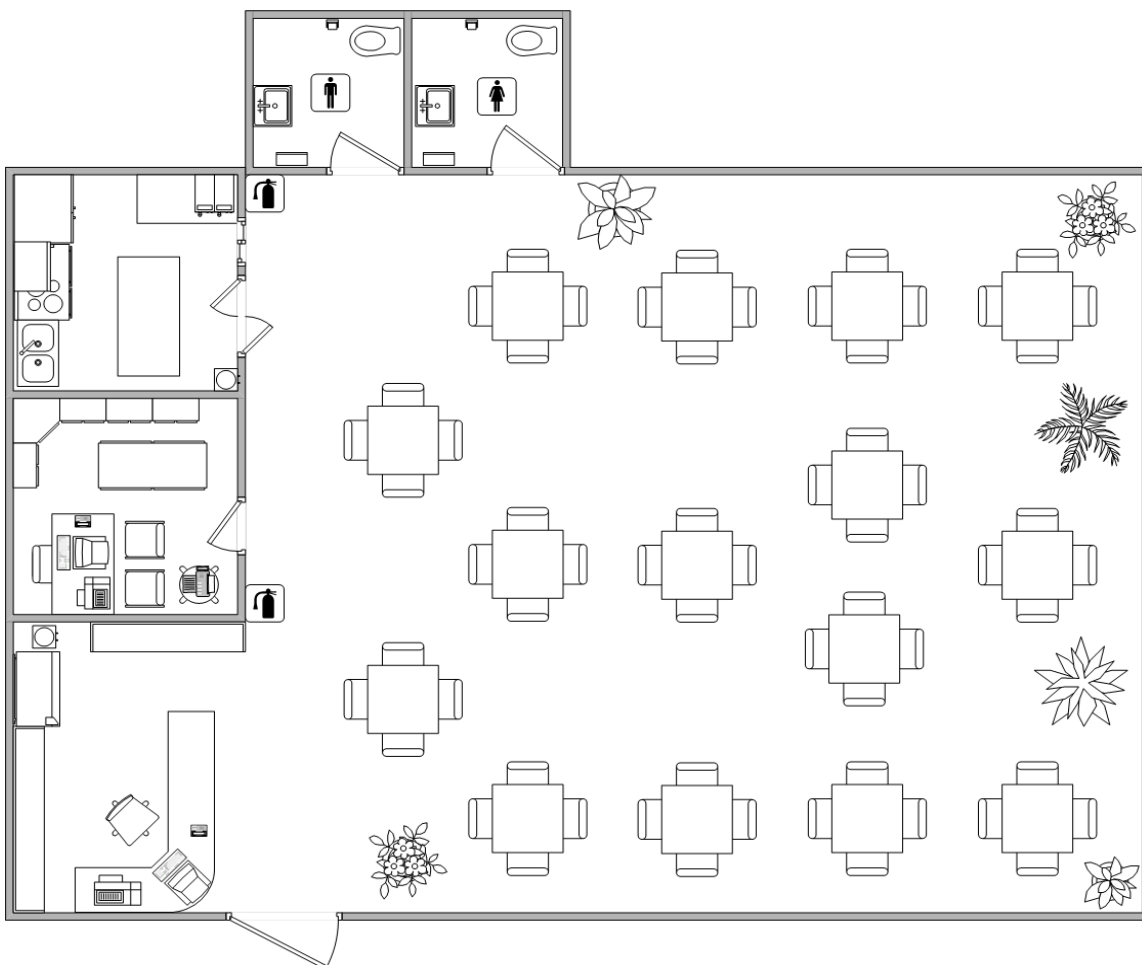


#### 4.3.6 Descripción de las instalaciones, equipos y personal

El café contará con un local de aproximadamente 161 mt<sup>2</sup> de distribución física con el cual se tendrá una cocina, una pequeña oficina y bodega en el 15 mts<sup>2</sup> del espacio, distribuida de la siguiente forma:

- Cocina: 9 mts<sup>2</sup>
- Bodega y oficina: 9 mts<sup>2</sup>
- Baños: 16 mts<sup>2</sup>
- 15 mesas: 115 Mts<sup>2</sup>
- Mostrador, anaqueles con 150 juegos de mesa, caja registradora: 15 mts<sup>2</sup>.

#### PLANO PROPUESTO DEL NEGOCIO





Equipo:

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de Medida</b>
Maquina preparación de café (Baritalita)	1	unidad
Licuadaora de alto rendimiento	1	unidad
Filtros de agua	1	unidad
Refrigeradora	1	unidad
Congelador	1	unidad
Cocina industrial	1	unidad
Freidora	1	unidad
Extractor de olores	1	unidad
Maquina registradora	1	unidad
Computadora	2	unidad
impresora pines	2	unidad
Impresora multifuncional	1	unidad
Pantallas planas	2	unidad
Equipo de sonido ambiental	1	unidad
Mostrador de servicio	1	unidad
Cilindro de gas propano 100 lbs	3	unidad
Mesas	15	unidad
Sillas	90	unidad
Anaqueles para juegos de mesa	2	unidad
Juegos de mesa (Precio promedio)	150	unidad

Menus	20	unidad
Equipo de Cocina	1	unidad
Menus de juegos	15	unidad
Vasos	6	caja
Platos	8	docena de juegos
Cubiertos	5	docenas de juegos

Personal:

Cantidad	Posición
1	Gerente
1	Cajero
1	Cocinero
1	Auxiliar
4	Meseros
1	Encargado de Limpieza

#### 4.3.7 Análisis de la escala de producción

En el negocio de alimentos, cuando aumenta el volumen se abaratan los costos, elaborando lotes de comida se puede manejar una economía de escala y hacer negociaciones de proveedores para mejores precios. En el negocio de renta de juegos de mesa no aplica.

#### 4.3.8 Capacidad Ociosa

El equipo podrá atender la demanda durante el horario de atención propuesto, sin embargo se puede analizar utilizarlo en horario matutino,

dependiendo de las exigencias del mercado. Por el tipo de negocio, se pueden extender los horarios a madrugada funcionando como el esquema de los bingos y casinos.

La ociosidad del negocio se dará en horario matutino de 7:00 AM a 12:00 AM

#### 4.3.9 Instalaciones con capacidad de expansión

No aplica para este proyecto.

#### 4.3.10 Expansión por cambios tecnológicos

No aplica para este proyecto

### 4.4 Obras físicas

#### 4.4.1 Inventario y especificación de las obras

Se harán remodelaciones al local que se alquile para montar la cocina y las bodegas de alimentos. Así como remodelaciones a los baños para que tengan las normas sanitarias óptimas para el uso del público. El ambiente del café será remodelado con motivos relacionados con los juegos de mesa, se colocaran posters de juegos de mesa.

#### 4.4.2 Dimensiones de las obras, exigencias en terrenos, dimensiones físicas.

Se requiere un local comercial con 161 mts<sup>2</sup> mínimo, con amplio parqueo.

#### 4.4.3 Requisitos de las obras; materiales, mano de obra, equipos, maquinarias, Herramientas e instalaciones para construcción.

Materiales: Instalaciones de madera, tabla yeso para el área de cocina y bodega

Instalaciones eléctricas especiales para el área de cocina y restaurante.

#### 4.4.4 Costos unitarios de los elementos de la obra.

<b>COSTOS UNITARIOS DE LA OBRA</b>					
<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo</b>		<b>Total</b>
Pintura	5	Galones	Q	150.00	Q 750.00
Zocalo	150	mts2	Q	45.00	Q 6,750.00
Puertas	4	Unidad	Q	350.00	Q 1,400.00
Tomacorrientes	10	Unidad	Q	25.00	Q 250.00
Punto Telefónico	2	Unidad	Q	600.00	Q 1,200.00
Lamparas	10	Unidad	Q	100.00	Q 1,000.00
cielo falso	150	mts2	Q	50.00	Q 7,500.00
inodoro	2	Unidad	Q	1,000.00	Q 2,000.00
lavamanos	3	Unidad	Q	500.00	Q 1,500.00
Lavatrastos	1	Unidad	Q	1,000.00	Q 1,000.00
Azulejo	10	mts2	Q	180.00	Q 1,800.00
Piso Cerámico	150	mts2	Q	155.00	Q 23,250.00
Puntos de Red	2	Unidad	Q	575.00	Q 1,150.00
Decoración "Gamers Café"	1	Unidad	Q	11,300.00	Q 11,300.00
Mano de obra	1	Unidad	Q	8,000.00	Q 8,000.00
Limpieza	1	Unidad	Q	1,000.00	Q 1,000.00
Detalles	1	Unidad	Q	3,000.00	Q 3,000.00
Puerta frontal y ventana	1	Unidad	Q	6,000.00	Q 6,000.00
			<b>Total</b>		<b>Q 78,850.00</b>

#### 4.4.5 Costos totales de las obras

El costo total de la obra será de Q78,850.00

## 4.5 Organización

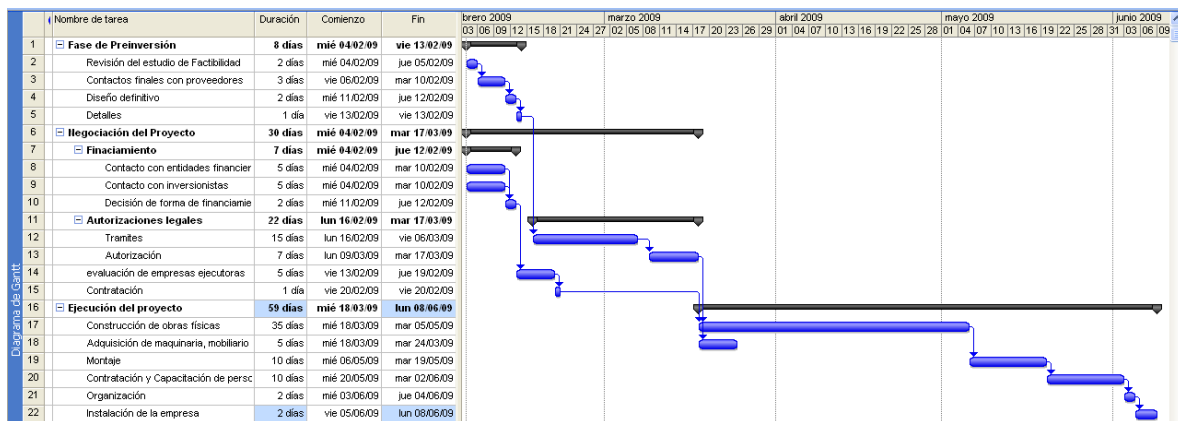
4.5.1 Para la ejecución de la obra; entidades ejecutoras, tipos de contratos, administración y control de la ejecución.

Empresa ejecutora de la obra: Empresa CONSTRUI. S.A. encargada de la remodelación del local donde funcionará el Board Games Café.

El contrato se hará de común acuerdo entre la empresa constructora y el proyectista, dando un anticipo de 50% sobre el total del presupuesto. El resto de cancelará al terminar la obra. Los trabajos de remodelación se harán en nueve semanas.

El seguimiento al proyecto y la supervisión de la obra se hará por parte del proyectista.

## 4.6 Calendario



## 4.7 Resumen

En el presente estudio técnico se estableció la capacidad del proyecto, así como los factores determinantes del mismo. Se identificaron las áreas de ubicación del concepto de Board Games café.

Se identificaron proveedores así como las limitaciones en cuanto la entrega de insumos y materias primas.

Posteriormente se determinó el proceso principal del negocio y se estableció el flujograma general del proceso.

Se estableció cual es el equipo necesario para el funcionamiento del negocio. Se hizo un detalle de la necesidad de obras físicas así como sus ejecutores. Por último se estableció un cronograma de actividades del proyecto.

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL

#### 5.1 Estructura Administrativo-Legal

##### 5.1.1 Marco Legal del Proyecto.

Este proyecto se regirá a través de una Sociedad Anónima, en esta sociedad el capital está dividido y representado por acciones y la responsabilidad de cada accionista esta limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito. Se establecerá que el objeto de la empresa “La venta del café”, las acciones serán nominativas y de esta sociedad serán de igual valor y conferirán iguales derechos. Los títulos de las acciones según el Código de Comercio en su Artículo 120, los títulos de las acciones serán emitidas en plazo no mayor de un año contando a partir de la fecha de la escritura constitutiva y a su vez se Registrarán las Acciones Nominativas art. 125 Código de Comercio.

A través de la asamblea general designaran al Administrador de la Sociedad o Representante legal, y los accionistas se reunirán en la sede la sociedad estipulada en la escritura pública. Se realizarán por lo menos una vez al año, dentro de los cuatro meses que sigan al cierre del ejercicio social y también en cualquier tiempo en que sea convocada según lo estipulen los accionistas. En la sociedad también se estipularía si existiera un 60% de pérdida de capital social causaría la disolución de la sociedad antes de su vencimiento.

Permisos Legales necesarios para el establecimiento de un restaurante:

- Constitución en Escritura Publica la Sociedad Anónima
- Código de Notariado art. 46 y 47
- Código de Comercio
- Inscripción de la Sociedad en el Registro Mercantil
- Patente de Comercio y Sociedad ( Código de comercio)
- Código Tributario
- Constitución política de la república de Guatemala

- Formularios de la SAT:
- Contador: Carta firmada y sellada por el contador, en donde manifiesta que prestará los servicios técnicos o en relación de dependencia como tal.
- Representante Legal: Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del acta de nombramiento del Representante Legal. Formulario SAT-0014  
Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de la Cédula de Vecindad del representante legal
- Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del testimonio de la escritura pública de constitución
- Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del acta de nombramiento del representante legal.
- Código de trabajo
- Reglamento de limpieza y saneamiento ambiental para el municipio de Guatemala acuerdo municipal del 4 de enero de 1982
- Acuerdo gubernativo de 1932 tomo 30 de agosto , Reglamento para Restaurantes , cantinas y comedores
- Ley del café, según Anacafé.

#### 5.1.2 Régimen tributario

Se opera en el régimen de pagos trimestrales de ISR y como contribuyente normal del Impuesto sobre el valor agregado (IVA) como De León Hermanos, Sociedad Anónima.

#### 5.2 Planteamiento de la organización técnico funcional,

El consejo de Administración o de Accionistas están conformados por dos socios hermanos. Se reúnen periódicamente con el Gerente, quien muestra los indicadores de los avances mensuales.



### 5.3 Estructura Administrativa. (Explicativo y descriptivo)

#### 5.3.1 Descripción y Perfil de Puestos. (Explicativo y descriptivo)

<b>Título del puesto:</b>	Gerente
<b>Reporta a:</b>	Consejo de Administración

#### **Objetivo del Puesto**

Administrar el negocio, buscando la rentabilidad del mismo, bajo los preceptos de velar por el volumen de ventas, Servicio al Cliente y mantener un recurso humano altamente motivado y comprometido

Representar a la empresa en toda gestión legal, bancaria, tributaria, mercantil o de otra índole en que se requiera.

#### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

1. Ser el representante legal de la empresa
2. Tiene a su cargo la firma de cheques.
3. Representa a la empresa en las gestiones bancarias y financieras que se deban realizar.
4. Preside las reuniones del consejo de administración
5. Se asegura del cumplimiento de las obligaciones tributarias
6. Administrar la gestión del Negocio
7. Administrar el abastecimiento
8. Administrar el servicio al cliente

#### **PERFIL:**

Pensum Cerrado Administración de Empresas o Carrera Afín.

Mínimo tres años de experiencia en administración de cafeterías

Hombre o Mujer

25 a 35 años

Actitud de Servicio

Creativo e innovador

Salario Mensual: Q5,000.00

<b>Título del puesto:</b>	Cocinero
<b>Reporta a:</b>	Gerente

### **Objetivo del Puesto**

Velar por la alta calidad de los productos alimenticios usando para ello insumos de alta calidad, utilizando procesos de elaboración con las más altas normas de higiene y calidad

### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

1. Elaboración de los productos alimenticios.
2. Velar por mantener existencias de insumos suficientes.
3. Velar por la calidad de los insumos
4. Administrar de forma eficiente los recursos a su disposición.

### **PERFIL:**

Técnico en Gastronomía, Cocinero Graduado

Mínimo tres años de experiencia en el puesto

Conocimiento de elaboración de platillos de comida rápida

Hombre o Mujer

20 a 35 años

Actitud de Servicio

Salario Mensual: Q3,000

<b>Título del puesto:</b>	Auxiliar
<b>Reporta a:</b>	Cocinero

### **Objetivo del Puesto**

Apoyar en sus labores al Cocinero, Elaboración de bebidas calientes, velar por la alta calidad de los productos alimenticios usando para ello insumos de alta calidad, utilizando procesos de elaboración con las mas altas normas de higiene y calidad.

### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

1. Elaboración de los productos alimenticios.
2. Velar por mantener existencias de insumos suficientes.
3. Velar por la calidad de los insumos
4. Administrar de forma eficiente los recursos a su disposición.

### **PERFIL:**

3º Básico

Mínimo un año de experiencia en el puesto

Conocimiento de elaboración de platillos de comida rápida

Conocimiento de elaboración de bebidas de café

Hombre o Mujer

20 a 30 años

Actitud de Servicio

Salario Mensual: Q2,000

<b>Título del puesto:</b>	Cajero
<b>Reporta a:</b>	Gerente

### **Objetivo del Puesto**

Velar por la administración de la caja, los valores en ella así como el cobro justo a los clientes.

### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

1. Administración de la caja principal del negocio.
2. Cobro de renta de las mesas y su control.
3. Elaborar la cuenta según las comandas por mesa.
4. Hacer el cuadro periódico de la caja
5. Hacer depósitos bancarios.
6. Elaborar reportes de caja.

### **PERFIL:**

Perito Contador

Un año de experiencia como cajero de Cafetería

Conocimiento de manejo de programas de MS Office

Hombre o Mujer

20 a 30 años

Actitud de Servicio

Salario Mensual:Q3,000

<b>Título del puesto:</b>	Mesero
<b>Reporta a:</b>	Gerente

### **Objetivo del Puesto**

Velar por la atención al cliente, tomando pedidos, ofreciendo productos y apoyando al cliente en el tema de juegos de mesa

### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

1. Tomar pedidos.
2. Apoyo en la labor de renta de mesas y su control.
3. Apoyo al cliente en el uso de los juegos de mesa.
4. Cobro al cliente.
5. Labores de Servicio al Cliente

#### **PERFIL:**

3º Básico

Tres años de experiencia como cajero mesero

Hombre o Mujer

20 a 30 años

Actitud dinámica y de Servicio

Salario Mensual: Q1,850

<b>Título del puesto:</b>	Encargado de Limpieza
<b>Reporta a:</b>	Gerente

### **Objetivo del Puesto**

Velar por el orden y la limpieza de todas las aéreas del negocio

#### **PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO**

1. Limpieza general del negocio
2. Administrar los insumos de limpieza
3. Velar por el buen estado de los recursos a su disposición
4. Colaborar en las labores de depósitos bancarios y otras labores fuera del negocio cuando sea necesario.

PERFIL:

6° Primaria

Tres años de experiencia como conserje

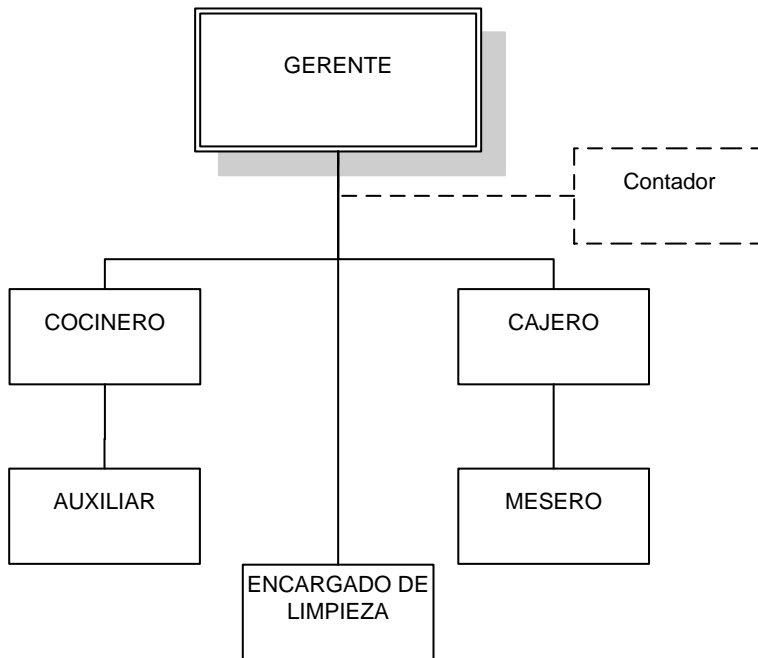
Hombre o Mujer

20 a 30 años

Actitud dinámica y de Servicio

Salario Mensual: Q1,560

### 5.3.2 Organigrama general.



El Perito Contador se contratará como servicio externo.

### 5.4 Planteamiento del sistema general de control

El Cajero llevará un control de las rentas de la mesa a través de un programa de computación, como Excel. Allí colocará las horas de renta vendidas, lo cual deberá cuadrar con el reporte de caja.

El control de la comida también se llevará la cantidad de órdenes de comida y bebida, para su posterior cuadro con el reporte de caja.

El Gerente será el encargado de cuadrar los reportes con los valores depositados en el banco.

### 5.5 Resumen

En este capítulo se definió el marco legal del proyecto operando bajo la misma entidad de León Hermanos, S.A. y el mismo régimen trimestral del Impuesto al Valor Agregado que posee la actual empresa mercantil.

También se describió la estructura administrativa dando a conocer el organigrama general y la descripción de cada puesto.



## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL**

#### 6.1 Descripción del Entorno Biótico y Abiótico.

No aplica para este proyecto

#### 6.2 Identificación de Desechos y Residuos (Industria y Alimentos)

Los desechos generados por la actividad del negocio se clasifican como:

- Desechos sólidos:
  - Desechos orgánicos de alimentos.
  - Desechos de plástico proveniente de empaque de alimentos, envases y cubiertos plásticos.
  - Desechos de papel proveniente de empaque de alimentos, material de oficina.
  - Desechos de vidrio proveniente de envase de líquidos.
  - Desechos de sanitarios.
- Desechos líquidos:
  - Desechos de sanitarios y agua de la cocina.

#### 6.3 Identificación de Impactos.

El principal impacto es el de residuos líquidos de sanitarios y cocina que fluyen hacia los drenajes municipales.

Otro impacto es el de la emanación de vapores de la cocina hacia la atmósfera.

#### 6.4 Definición de medidas de Mitigación.

Se utilizará un extractor de olores y vapores en la cocina, con un filtro especial, estos vapores serán lanzados hacia la atmosfera, ya filtrados. Los desechos líquidos se irán a la red de drenajes municipal.

#### 6.5 Plan de Manejo Ambiental del Proyecto.

Se hará a través de capacitación al personal en dos áreas:

- Concientización del problema ambiental

- Buenas prácticas para reducción de problemas ambientales.

Estos programas serán impartidos por INTECAP e implementados por el Gerente del negocio.

#### 6.6 Plan de Higiene y Seguridad Industrial.

Adicionalmente al plan de manejo ambiental se cuenta con un plan de higiene y seguridad industrial, contando con capacitación en las siguientes áreas:

- Buenas prácticas de Manufactura
  - Este programa incide en la calidad de la preparación de alimentos, los cuales serán trasladados al cliente
- Primeros Auxilios
  - Es fundamental que nuestro personal este capacitado en cualquier emergencia que surja y como parte del servicio que prestaremos a nuestros clientes.
- Evaluación de riesgos.
  - Este programa está orientado a disminuir los riesgos de accidentes en el negocio, colocación de extinguidores, y demás medidas para garantizar la seguridad de nuestros clientes y colaboradores.

#### 6.7 Resumen

En este capítulo se hizo un estudio del impacto ambiental del proyecto, el cual es bastante bajo, ya que no afecta de gran manera el ambiente. Los residuos que se generan no son tóxicos y son básicamente orgánicos. Estos son entregados al colector de basura y los desechos líquidos son dirigidos a la red de drenajes sin mayor impacto. Las emanaciones de vapores y olores no son tóxicas y con una adecuada instalación de filtros son bastante inocuos para la atmosfera. Adicionalmente se plantearon programas para el manejo ambiental y de seguridad e higiene industrial, buscando minimizar impactos y riesgos dentro del negocio.

## CAPÍTULO VII

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 7.1 Análisis de Costos

##### 7.1.1 Costo total de la inversión

A continuación se detalla el total de la inversión Incluye un resumen de la inversión, como comentario aclaratorio, mencionamos algunos criterios usados para este cálculo:

- El efectivo es igual a tres meses de costos de operación
- La pérdida pre operativa es igual al salario de 2 meses del gerente, meseros y auxiliar, y los servicios de agua y luz. Este tiempo se usa para capacitación.
- El inventario equivale a 15 días de inventario de insumos alimenticios más dos días de inventario de riesgo.

Inversión Inicial	
Capital de Trabajo	Q273,756.65
Efectivo	Q195,876.60
Inventarios	Q 36,580.05
Pérdida pre-operativa	Q 41,300.00
Inversión en activos fijos	Q208,137.00
Honorarios Notario	Q 13,000.00
Obra fisica	Q 78,850.00
<b>Total</b>	<b>Q847,500.30</b>

\*Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestran los cuadros desglosados de la inversión total:

Equipo	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	Total
Maquina preparación de café (Baritalita)	1	unidad	Q 12,500.00	Q 12,500.00
Licuadora de alto rendimiento	1	unidad	Q 1,475.00	Q 1,475.00
Filtros de agua	1	unidad	Q 3,830.00	Q 3,830.00

Refrigeradora	1	unidad	Q 12,789.00	Q 12,789.00
Congelador	1	unidad	Q 4,830.00	Q 4,830.00
Cocina industrial	1	unidad	Q 13,850.00	Q 13,850.00
Freidora	1	unidad	Q 2,695.00	Q 2,695.00
Extractor de olores	1	unidad	Q 12,500.00	Q 12,500.00
Maquina registradora	1	unidad	Q 5,320.00	Q 5,320.00
Computadora	2	unidad	Q 4,875.00	Q 9,750.00
impresora pines	2	unidad	Q 1,730.00	Q 3,460.00
Impresora multifuncional	1	unidad	Q 800.00	Q 800.00
Pantallas planas	2	unidad	Q 5,989.00	Q 11,978.00
Equipo de sonido ambiental	1	unidad	Q 11,345.00	Q 11,345.00
Mostrador de servicio	1	unidad	Q 4,000.00	Q 4,000.00
Cilindro de gas propano 100 lbs	3	unidad	Q 1,000.00	Q 3,000.00
Mesas	15	unidad	Q 1,000.00	Q 15,000.00
Sillas	90	unidad	Q 200.00	Q 18,000.00
Anaqueles para juegos de mesa	2	unidad	Q 2,100.00	Q 4,200.00
Juegos de mesa (Precio promedio)	150	unidad	Q 300.00	Q 45,000.00
Menus	20	unidad	Q 15.00	Q 300.00
Equipo de Cocina	1	unidad	Q 5,000.00	Q 5,000.00
Menus de juegos	15	unidad	Q 15.00	Q 225.00
Vasos	6	caja	Q 240.00	Q 1,440.00
Platos	8	docena de juegos	Q 500.00	Q 4,000.00
Cubiertos	5	docenas de	Q 170.00	Q 850.00

		juegos		
			Total	<b>Q 208,137.00</b>

<b>COSTOS UNITARIOS DE LA OBRA</b>				
<b>Elemento</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Pintura	5	galones	Q 150.00	Q 750.00
Zocalo	150	mts2	Q 45.00	Q 6,750.00
Puertas	4	unidad	Q 350.00	Q 1,400.00
Tomacorrientes	10	unidad	Q 25.00	Q 250.00
Punto Telefónico	2	unidad	Q 600.00	Q 1,200.00
Lamparas	10	unidad	Q 100.00	Q 1,000.00
cielo falso	150	mts2	Q 50.00	Q 7,500.00
inodoro	2	unidad	Q 1,000.00	Q 2,000.00
lavamanos	3	unidad	Q 500.00	Q 1,500.00
Lavatrastos	1	unidad	Q 1,000.00	Q 1,000.00
Azulejo	10	mts2	Q 180.00	Q 1,800.00
Piso Cerámico	150	mts2	Q 155.00	Q 23,250.00
Puntos de Red	2	unidad	Q 575.00	Q 1,150.00
Decoración "Gamers Café"	1	unidad	Q 11,300.00	Q 11,300.00
Mano de obra	1	unidad	Q 8,000.00	Q 8,000.00
Limpieza	1	unidad	Q 1,000.00	Q 1,000.00
Detalles	1	unidad	Q 3,000.00	Q 3,000.00
Puerta frontal y ventana	1	unidad	Q 6,000.00	Q 6,000.00
			<b>Total</b>	<b>Q 78,850.00</b>

COSTO DE LOS INSUMOS	
Elemento	Costo
Alimentos	Q 36,580.05
papeleria y utiles	Q 1,500.00
Suministros de Limpieza	Q 1,000.00
Total	Q 39,080.05

para 15 dias + 2  
seguridad

### 7.1.2 Costo total de la operación

A continuación presentamos un cuadro con el desglose de los costos de la operación.

<b>Gastos Fijos</b>	<b>Mensual 2009</b>	<b>Anual 2009</b>
alquiler	Q 19,200.00	Q 230,400.00
mantenimiento	Q 4,200.00	Q 50,400.00
Sueldo Gerente	Q 5,000.00	Q 60,000.00
Sueldo Cajero	Q 3,000.00	Q 36,000.00
Sueldo Cocinero	Q 2,000.00	Q 24,000.00
Sueldo Auxiliar	Q 1,560.00	Q 18,720.00
Sueldo 4 Meseros	Q 7,400.00	Q 88,800.00
Limpieza	Q 1,560.00	Q 18,720.00
bonificacion	Q 2,250.00	Q 27,000.00
cuota patronales IGSS	Q 2,599.88	Q 31,198.61
Indemnizacion	Q 1,709.32	Q 20,511.79
bono 14	Q 1,709.32	Q 20,511.79
aguinaldo	Q 1,709.32	Q 20,511.79
energia electrica	Q 3,000.00	Q 36,000.00
agua	Q 500.00	Q 6,000.00
servicio telefonico	Q 300.00	Q 3,600.00
gas propano	Q 1,200.00	Q 14,400.00
Depreciacion de activos fijos	Q 2,694.37	Q 32,332.40
papeleria y utiles	Q 1,500.00	Q 18,000.00
insumos	Q 1,000.00	Q 12,000.00
contabilidad	Q 1,200.00	Q 14,400.00
Amortizacion Gastos Organización	Q 216.67	Q 2,600.00
<b>Total</b>	<b>Q 65,508.87</b>	<b>Q 786,106.38</b>

La estimación de ventas anuales para el primer año se podrá estudiar a detalle en el inciso 7.2.1 de este informe, en donde se indica cual es la asistencia estimada de clientes en el primer año y de esta asistencia, se explica en porcentajes la intención de compra de cada uno de los productos que se venderán, estimada en base a la experiencia del proyectista en el tema de cafeterías.

COSTO VARIABLE ANUAL			
Producto	Costo unitario promedio	estimación unidades venta anual	Costo variable
Bebidas Calientes	Q 3.38	19,440	Q 65,737.29
Bebidas Frias	Q 2.34	19,440	Q 45,392.40
Cerveza	Q 8.14	25,920	Q 210,988.80
Comida	Q 8.94	51,840	Q 463,276.80
Renta de mesas	Q -	64,800	Q -
		<b>Total</b>	<b>Q 785,395.29</b>

#### 7.1.2.1 Costos unitarios básicos y su estructura

A continuación se detallan los costos unitarios de los principales productos alimenticios y bebidas que se ofrecerán en el negocio, los precios fueron tomados de las siguientes fuentes:

- Bebidas: Fabrica de Bebidas Salvavidas, S.A.
- Cerveza: Cervecería Centroamericana, S.A.
- Agua Pura: Agua Pura Salvavidas
- Café: Nueva Tradición, S.A.
- Te: Deposito “La Esperanza”
- Insumos Alimenticios: Deposito “La Esperanza”
- Pan: Panadería “El Trigal”

La cantidad de cada insumo alimenticio está calculado en base a la receta original, y con la cantidad aproximada por una porción.

CAFÉ AMERICANO				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
café	1	Oz	Q 2.18	Q 2.18
agua	6	Floz	Q 0.02	Q 0.10
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 2.28</b>
Precio sin iva				Q10.71

Capuccino				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
café	1	Oz	Q 2.18	Q 2.18
agua	2	Floz	Q 0.02	Q 0.04
Leche	4	Floz	Q 0.35	Q 1.40
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 3.62</b>
Precio sin IVA				Q14.29

Café Latte				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
café	1	Oz	Q 2.18	Q 2.18
agua	2	Floz	Q 0.02	Q 0.04
Leche	5	Floz	Q 0.35	Q 1.75
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 3.97</b>
Precio sin iva				Q14.29

CAFÉ EXPRESSO				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
café	1	Oz	Q 2.18	Q 2.18
agua	3	Floz	Q 0.02	Q 0.06
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 2.24</b>
Precio sin iva				Q14.29

Te				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Te	1	bolsa	Q 0.70	Q 0.70
agua	6	Floz	Q 0.02	Q 0.12
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 0.82</b>
Precio sin IVA				Q8.93

Chocolate				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
agua	6	Floz	Q 0.02	Q 0.12
Chocolate	1	sobre	Q 1.50	Q 1.50
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 1.62</b>
Precio sin iva				Q10.71



Aguas Gaseosas				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Agua Gaseosa	1	unidad	Q 3.00	Q 3.00
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 3.00</b>
Precio sin iva				<b>Q8.93</b>

Agua Pura Botella				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Agua Gaseosa	1	unidad	Q 1.67	Q 1.67
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 1.67</b>
Precio sin iva				<b>Q8.93</b>

Cerveza Gallo				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Cerveza Gallo	1	unidad	Q 6.32	Q 6.32
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 6.32</b>
Precio sin iva				<b>Q17.86</b>

Cerveza Dorada Draft				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Cerveza Dorada Draft	1	unidad	Q 9.05	Q 9.05
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 9.05</b>
Precio sin iva				<b>Q19.64</b>

Cerveza Montecarlo				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Cerveza Montecarlo	1	unidad	Q 9.05	Q 9.05
<b>Total Costo unitario</b>				<b>Q 9.05</b>
Precio sin iva				<b>Q19.64</b>

Sandwich jamon				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Pan	2	rodajas	Q 0.75	Q 1.50
jamon	1	rodajas	Q 3.00	Q 3.00
Queso	1	rodajas	Q 1.67	Q 1.67
Complementos	1	unidad	Q 1.50	Q 1.50
<b>total</b>				<b>Q 7.67</b>
Precio sin iva				<b>Q22.32</b>

Sandwich pollo				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Pan	2	rodajas	Q 0.75	Q 1.50
pollo	1	rodajas	Q 4.50	Q 4.50
Queso	1	rodajas	Q 1.67	Q 1.67
Complementos	1	unidad	Q 1.50	Q 1.50
total				<b>Q 9.17</b>
Precio sin iva			Q22.32	

Panino				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
pan panino	1	unidad	Q 2.00	Q 2.00
pollo	1	rodajas	Q 4.50	Q 4.50
Queso	1	rodajas	Q 1.67	Q 1.67
salsa prego	93	grms	Q 0.04	Q 3.72
Complementos	1	unidad	1.5	Q 1.50
total				<b>Q 13.39</b>
Precio sin iva			Q26.79	

Pizza				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Base pizza	1	unidad	Q 2.00	Q 2.00
jamon, hongos	1	rodajas	Q 4.50	Q 4.50
Queso	1	rodajas	Q 1.67	Q 1.67
salsa prego	93	grms	Q 0.04	Q 3.72
Complementos	1	unidad	1.5	Q 1.50
total				<b>Q 13.39</b>
Precio sin iva			Q44.64	

Pasteles				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Pastel	1	porción	Q 5.00	Q 5.00
Total Costo unitario				<b>Q 5.00</b>
Precio sin iva			Q16.07	

Papas Fritas				
COSTEO				
Materiales	Cantidad	Unidad	C/unitario	C/total
Pastel	1	porción	Q 5.00	Q 5.00
Total Costo unitario				<b>Q 5.00</b>
Precio sin iva			Q8.93	

Sin embargo, para facilitar el manejo de los costos para este proyecto se utilizaron costos unitarios promedio resumidos en los rubros de:

- Comida
- Bebidas Frías
- Bebidas Calientes
- Cerveza

A continuación se detalla el costo promedio.

Producto	Costo unitario promedio	
Bebidas Calientes	Q	3.38
Bebidas Frías	Q	2.34
Cerveza	Q	8.14
Comida	Q	8.94

### 7.1.3 Clasificación de los rubros en costos en fijos y variables

Véase el inciso 7.1.2

## 7.2 Análisis de Ingresos

Según el Banco de Guatemala: *“Durante las últimas cuatro décadas, la economía guatemalteca creció a una tasa aproximada de 4% anual y el producto per cápita creció alrededor 1.3% anual.”*<sup>37</sup> Debido a esto se utilizará una tasa de crecimiento de 4%.

Adicionalmente según el estudio de mercado 369,533 personas son el universo al que se enfoca el proyecto y de este el 83% tiene interés en visitar el negocio, lo cual equivale a 306,712 personas.

### 7.2.1 Venta de Productos y Subproductos

El local donde funcionará el negocio tiene capacidad de 60 plazas, el funcionamiento será de 12 horas diarias, por lo que se estima una capacidad máxima de 21,600 plazas al mes, asumiendo que una persona ocupa una plaza

<sup>37</sup> <http://www.banguat.gob.gt/inveco/notas/articulos/envolver.asp?karchivo=5901&kdisc=si> 14/03/2009, 16:00

por hora, entonces el negocio tiene capacidad máxima de atender 21,600 personas al mes, se estimo que para el primer año se tendrá una capacidad máxima del 25% equivalente a 5,400 personas al mes.

### CAPACIDAD DEL NEGOCIO

CAPACIDAD DEL NEGOCIO				
Capacidad del local (personas)	Horas de Atención	Capacidad Diaria (personas)	Capacidad mensual (personas)	Capacidad Anual (personas)
60	12	720	21,600	259,200

ASISTENCIA ESTIMADA 1er AÑO		
Estimación de ventas 1er año (25%) de la capacidad total	estimacion mensual (25% de la capacidad total)	Estimacion diaria (25% de la capacidad Total)
64,800	5400	180

Adicionalmente se estima que del 100% de clientes, 30% consumirá bebidas calientes, 30% bebidas frías, 40% consumirá Cerveza, 80% consumirá comida y 100% pagará la renta de la mesa por hora. Este estimado de compra de producto se hizo en base a la experiencia personal del proyectista en cuanto al tema del negocio de cafetería, se utilizó una estimación de variación estacional mensual dada en porcentaje de ventas, estimada de acuerdo a la experiencia.

### PROYECCION DE VENTAS

Producto	Precio promedio (sin IVA)	Estimación de compra del producto	Costo promedio	Mes 1	
				Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA
Bebidas Calientes	Q12.20	30%	Q 3.38	1,166	Q14,232.86
Bebidas Frías	Q8.04	30%	Q 2.34	1,166	Q9,372.86
Cerveza	Q19.05	40%	Q 8.14	1,555	Q29,622.86
Comida	Q23.75	80%	Q 8.94	3,110	Q73,872.00
Renta de mesas	Q22.32	100%	Q -	3,888	Q86,785.71
<b>Total</b>				<b>Q</b>	<b>213,886.29</b>

Indice de Variación Est.

6%

Mes 2			Mes 3			Mes 4		Mes 5	
Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA
1,361	Q16,605.00	1,166	Q14,232.86	1,361	Q16,605.00	1,555	Q18,977.14		
1,361	Q10,935.00	1,166	Q9,372.86	1,361	Q10,935.00	1,555	Q12,497.14		
1,814	Q34,560.00	1,555	Q29,622.86	1,814	Q34,560.00	2,074	Q39,497.14		
3,629	Q86,184.00	3,110	Q73,872.00	3,629	Q86,184.00	4,147	Q98,496.00		
4,536	Q101,250.00	3,888	Q86,785.71	4,536	Q101,250.00	5,184	Q115,714.29		
<b>Total</b>	<b>Q 249,534.00</b>	<b>Total</b>	<b>Q 213,886.29</b>	<b>Total</b>	<b>Q 249,534.00</b>	<b>Total</b>	<b>Q 285,181.71</b>		
	7%		6%		7%		8%		

Mes 6			Mes 7			Mes 8		Mes 9	
Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA
1,555	Q18,977.14	1,944	Q23,721.43	1,555	Q18,977.14	1,555	Q18,977.14		
1,555	Q12,497.14	1,944	Q15,621.43	1,555	Q12,497.14	1,555	Q12,497.14		
2,074	Q39,497.14	2,592	Q49,371.43	2,074	Q39,497.14	2,074	Q39,497.14		
4,147	Q98,496.00	5,184	Q123,120.00	4,147	Q98,496.00	4,147	Q98,496.00		
5,184	Q115,714.29	6,480	Q144,642.86	5,184	Q115,714.29	5,184	Q115,714.29		
<b>Total</b>	<b>Q 285,181.71</b>	<b>Total</b>	<b>Q 356,477.14</b>	<b>Total</b>	<b>Q 285,181.71</b>	<b>Total</b>	<b>Q 285,181.71</b>		
	8%		10%		8%		8%		

Mes 10			Mes 11			Mes 12		TOTAL AÑO 1	
Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Total en Quetzales sin IVA
1,750	Q21,349.29	2,138	Q26,093.57	2,333	Q28,465.71	19,440	Q237,214.29		
1,750	Q14,059.29	2,138	Q17,183.57	2,333	Q18,745.71	19,440	Q156,214.29		
2,333	Q44,434.29	2,851	Q54,308.57	3,110	Q59,245.71	25,920	Q493,714.29		
4,666	Q110,808.00	5,702	Q135,432.00	6,221	Q147,744.00	51,840	Q1,231,200.00		
5,832	Q130,178.57	7,128	Q159,107.14	7,776	Q173,571.43	64,800	Q1,446,428.57		
<b>Total</b>	<b>Q 320,829.43</b>	<b>Total</b>	<b>Q 392,124.86</b>	<b>Total</b>	<b>Q 427,772.57</b>	<b>Total</b>	<b>Q3,564,771.43</b>		
	9%		11%		12%				

Crecimiento a cinco años:

Se estimó un discreto porcentaje de crecimiento para los años 1, 2 y 3 del 4%, debido a los efectos de la crisis económica, a partir del año 4 y año 5 se estimó que podemos llegar a crecer en un 12%. También se estimó un aumento en los precios según la inflación de 7.94%.

Crecimiento: 8%			Crecimiento: 8%		
AÑO 2			AÑO 3		
Unidades de venta	Precio Promedio sin IVA + Inflación	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Precio Promedio sin IVA + Inflación	Total en Quetzales sin IVA
20,995	Q 13.17	Q276,533.03	22,675	Q 14.22	Q322,368.93
20,995	Q 8.67	Q182,107.12	22,675	Q 9.36	Q212,291.73
27,994	Q 20.56	Q575,548.42	30,233	Q 22.19	Q670,946.72
55,987	Q 25.64	Q1,435,273.86	60,466	Q 27.67	Q1,673,173.38
69,984	Q 24.09	Q1,686,177.00	75,583	Q 26.01	Q1,965,664.21
<b>Total</b>		<b>Q 4,155,639.42</b>	<b>Total</b>		<b>Q 4,844,444.97</b>

Crecimiento: 12%			Crecimiento: 12%		
AÑO 4			AÑO 5		
Unidades de venta	Precio Promedio sin IVA + Inflación	Total en Quetzales sin IVA	Unidades de venta	Precio Promedio sin IVA + Inflación	Total en Quetzales sin IVA
25,396	Q 15.35	Q389,720.83	28,443	Q 16.56	Q471,144.42
25,396	Q 10.11	Q256,645.42	28,443	Q 10.91	Q310,265.84
33,861	Q 23.95	Q811,126.27	37,924	Q 25.86	Q980,593.26
67,722	Q 29.87	Q2,022,746.14	75,849	Q 32.24	Q2,445,354.45
84,653	Q 28.07	Q2,376,346.50	94,811	Q 30.30	Q2,872,831.82
<b>Total</b>		<b>Q 5,856,585.17</b>	<b>Total</b>		<b>Q 7,080,189.79</b>

## 7.2.2 Otros Ingresos

No aplica para este proyecto, ya que no existen otras fuentes de ingreso.

## 7.2.3 Proyección de ingresos totales por año.

Ver inciso 7.2.1

## 7.3 Recursos financieros para la inversión.

### 7.3.1 Calendario de las inversiones.

La inversión inicial será la única que se hará en el horizonte de planeación del presente proyecto.

### 7.3.2 Necesidades de capital de trabajo.

El capital de trabajo planteado para el presente proyecto es Q273,756.65 el cual consiste en el efectivo + inventarios + pérdida pre operativa.

### 7.3.3 Estructura y fuentes de financiamiento.

Para iniciar operaciones el monto de Q829,358.81 que es la inversión inicial se estructurará de la siguiente manera:

Estructura de la inversión		
Tipo de Inversión	porcentaje	Monto
Inversión Propia	50%	Q 423,750.15
Inversionista Angel	50%	Q 423,750.15

El acceso al inversionista ángel se hizo a través del Lic. Estuardo Quezada, Director del programa de emprendedores de la Universidad Rafael Landívar quien hizo los contactos necesarios en Business Angels Network América Central BANAC<sup>38</sup>, que es una organización de inversionistas ángeles para Centroamérica, quienes buscan proyectos con proyección de rentabilidad en Guatemala.

### 7.3.4 Programa de financiamiento externo requerido.

El financiamiento externo es a través de un inversionista ángel de la red BANAC

## 7.4 Punto de equilibrio (valores):

A continuación se muestra el cálculo del punto de equilibrio:

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Rubro		ANUAL
Total Costos Fijos	Q	786,106.38
Total Costos Variables	Q	785,395.29
Ventas	Q	3,564,771.43
Contribución Marginal	Q	2,779,376.14
Margen de Contribución		78%
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>Q</b>	<b>1,008,244.09</b>

<sup>38</sup> <http://www.banac.net>

## Demostración del Punto de Equilibrio

COMPROBACION			
Ventas	Q	1,008,244.09	
Costos variables	Q	222,137.71	cost var / ventas
contribucion marginal	Q	786,106.38	22%
Costos fijos	Q	786,106.38	

El punto de equilibrio será alcanzado cuando se obtengan ventas de Q1,008,244.09, en ese momento se comenzarán a tener ganancias.

### 7.5 Estados financieros proyectados a 5 años

#### 7.5.1 Flujo de efectivo proyectados (Cash Flow)

En este inciso se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años, este se basa en el estado de resultados presentado en el punto 7.5.2.

	FLUJO DE CAJA					
	Año 0	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Saldo Inicial	Q 847,500.30	Q 678,030.65	Q 2,053,386.78	Q 3,494,539.70	Q 4,999,075.19	Q 6,649,295.38
Ingresos						
Ventas	Q -	Q 3,564,771.43	Q 3,849,953.14	Q 4,157,949.39	Q 4,656,903.32	Q 5,215,731.72
Total Ingresos	Q 847,500.30	Q 4,242,802.07	Q 5,903,339.92	Q 7,652,489.09	Q 9,655,978.51	Q 11,865,027.10
Egresos						
Costos Variables	Q -	Q 785,395.29	Q 915,576.13	Q 1,067,334.70	Q 1,290,330.80	Q 1,559,917.04
Costos Fijos	Q -	Q 786,106.38	Q 845,749.60	Q 910,128.48	Q 974,949.05	Q 1,049,957.17
Impuestos	Q -	Q 617,913.63	Q 647,474.50	Q 675,950.73	Q 741,403.27	Q 807,815.83
Total Egresos	Q 169,469.65	Q 2,189,415.29	Q 2,408,800.22	Q 2,653,413.91	Q 3,006,683.13	Q 3,417,690.04
<b>Saldo Final</b>	<b>Q 678,030.65</b>	<b>Q 2,053,386.78</b>	<b>Q 3,494,539.70</b>	<b>Q 4,999,075.19</b>	<b>Q 6,649,295.38</b>	<b>Q 8,447,337.06</b>

Como se puede observar existe un buen flujo de caja a lo largo de la proyección de cinco años, esto muestra que el negocio tendrá una buena liquidez y una amplia recuperación del capital invertido.

#### 7.5.2 Estado de resultados (pérdidas y ganancias)

A continuación se muestra una proyección del estado de resultados a cinco años, tomando como base la proyección de ventas, la proyección de costos fijos y variables.



ESTADO RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	Q 3,564,771.43	Q 3,849,953.14	Q 4,157,949.39	Q 4,656,903.32	Q 5,215,731.72
- Costo de ventas	Q 785,395.29	Q 915,576.13	Q 1,067,334.70	Q 1,290,330.80	Q 1,559,917.04
<b>Utilidad Bruta</b>	Q 2,779,376.14	Q 2,934,377.02	Q 3,090,614.70	Q 3,366,572.52	Q 3,655,814.68
<b>- Gastos de Operación</b>					
Alquileres	Q 230,400.00	Q 248,693.76	Q 268,440.04	Q 289,754.18	Q 312,760.67
Mantenimiento	Q 50,400.00	Q 54,401.76	Q 58,721.26	Q 63,383.73	Q 68,416.40
Sueldos y Salarios	Q 365,973.98	Q 395,032.32	Q 426,397.88	Q 460,253.88	Q 496,798.03
Costos de Operación	Q 72,000.00	Q 77,716.80	Q 83,887.51	Q 90,548.18	Q 97,737.71
Depreciación Activos Fijos	Q 32,332.40	Q 32,332.40	Q 32,332.40	Q 27,662.40	Q 27,662.40
Papelera y Útiles	Q 18,000.00	Q 19,429.20	Q 20,971.88	Q 22,637.05	Q 24,434.43
Honorarios Profesionales	Q 14,400.00	Q 15,543.36	Q 16,777.50	Q 18,109.64	Q 19,547.54
Amortización Gastos de Organización	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00
- Total Gastos de Operación	Q 786,106.38	Q 845,749.60	Q 910,128.48	Q 974,949.05	Q 1,049,957.17
<b>Utilidad Neta antes de ISR</b>	Q 1,993,269.76	Q 2,088,627.42	Q 2,180,486.21	Q 2,391,623.47	Q 2,605,857.51
- Impuesto sobre la renta	Q 617,913.63	Q 647,474.50	Q 675,950.73	Q 741,403.27	Q 807,815.83
<b>Utilidad despues de ISR</b>	Q 1,375,356.13	Q 1,441,152.92	Q 1,504,535.49	Q 1,650,220.19	Q 1,798,041.68

Inflación: 7.94%

Crecimiento: 8% años 1 a 3

12% años 4 a 5

Tal como se puede observar el proyecto tiene una buena capacidad financiera para cubrir los costos de operación, generando utilidades atractivas para el inversionista.

### 7.5.3 Balance General proyectado

En este punto se muestra el balance general proyectado para el año 1, utilizando datos de la inversión inicial. En este punto es importante hacer notar que el valor de inventario se obtuvo calculando el valor de los costos variables por día, multiplicados por 18, que al final del periodo es el que se desea tener en dicha cuenta.

<b>BALANCE GENERAL AÑO 1</b>	
<b>ACTIVO</b>	
<b>CIRCULANTE</b>	
Caja y Bancos	Q 2,053,386.78
Cuentas por cobrar	Q -
Inventario	Q 36,580.05
Papelería y Útiles	Q 1,500.00
Insumos de Limpieza	Q 1,000.00
<b>FIJO</b>	
Maquinaria y Equipo	Q 152,322.00
(-) depreciación Ac. Maquinaria y Equipo	Q 32,332.40
Vehículos	Q -
(-) depreciación Ac. Vehículos	Q -
Gastos de Organización	Q 13,000.00
(-) Amortización Ac. de Gastos de Organización	Q 2,600.00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>Q 2,222,856.43</b>
<b>PASIVOS</b>	
C X P	Q -
PRESTAMOS	Q -
<b>Total Pasivos</b>	<b>Q -</b>
<b>CAPITAL</b>	
Capital Inicial	Q 847,500.30
Ganancia del ejercicio después de ISR	Q 1,375,356.13
<b>Total Capital</b>	<b>Q 2,222,856.43</b>
<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>Q 2,222,856.43</b>

Se puede observar que se cuenta con un capital contable de Q847,500.30 no se proyectaron ningún tipo de financiamientos externos por lo que no se cuenta con pasivos.

#### 7.5.4 Apalancamiento financiero.

No aplica para este proyecto.

### 7.7 Evaluación Económica

#### 7.7.1 Flujo neto de fondos proyectado

A continuación se muestra el flujo neto de fondos proyectado a cinco años, con datos del estado de resultados proyectado a 5 años.

<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta Después de Impuestos	Q (847,500.30)	Q 1,375,356.13	Q 1,441,152.92	Q 1,504,535.49	Q 1,650,220.19	Q 1,798,041.68
+ Depreciaciones	Q -	Q 32,332.40	Q 32,332.40	Q 32,332.40	Q 27,662.40	Q 27,662.40
+Amortizaciones Gastos Organización Ingresos	Q -	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00
-Abono Prestamos Bancarios	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
= Flujo Neto de Fondos	Q (847,500.30)	Q 1,410,288.53	Q 1,476,085.32	Q 1,539,467.89	Q 1,680,482.59	Q 1,828,304.08

La tabla anterior nos muestra el flujo de fondos generado por las ventas, nos muestra la liquidez en la empresa, adicionalmente muestra la capacidad que posee la empresa para hacer frente a los compromisos, son flujos positivos, por lo que la proyección para este negocio es positiva también.

### 7.7.2 Cálculo de TREMA

A continuación se muestra el cálculo del TREMA

TREMA	
Inflación	7.19%
Tasa activa del banco 15%	15%
Premio	4%
<b>Trema</b>	<b>26.19%</b>

Para el cálculo del trema se tomo la tasa de inflación de 7.19%, la tasa activa del banco del 15% más un premio de 4%.

### 7.7.3 Valor actual neto (VAN o VPN)

En este inciso se desarrollará el análisis del Valor Presente Neto, según la proyección de ingresos del estado de resultados. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

Años	Ingresos	Egresos	Flujo Neto de Fondos	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados	Flujo Neto de Fondos Actualizado
				Q 1.26			
-		Q (847,500.30)	Q 847,500.30	1.00000	Q -	Q (847,500.30)	Q 847,500.30
1	Q 1,410,288.53		Q 1,410,288.53	0.79246	Q 1,117,591.36	Q -	Q 1,117,591.36
2	Q 1,476,085.32		Q 1,476,085.32	0.62799	Q 926,961.25	Q -	Q 926,961.25
3	Q 1,539,467.89		Q 1,539,467.89	0.49765	Q 766,118.26	Q -	Q 766,118.26
4	Q 1,680,482.59		Q 1,680,482.59	0.39437	Q 662,726.38	Q -	Q 662,726.38
5	Q 1,828,304.08		Q 1,828,304.08	0.31252	Q 571,378.28	Q -	Q 571,378.28
<b>TOTALES</b>	<b>Q 7,934,628.41</b>	<b>Q (847,500.30)</b>	<b>Q 8,782,128.71</b>		<b>Q 4,044,775.52</b>	<b>Q (847,500.30)</b>	<b>Q 4,892,275.82</b>

VAN: Q4,892,275.82 = Ingresos Actualizados – Egresos Actualizados

El Valor Actual Neto es mayor que Cero y se genera un excedente arriba de lo esperado utilizando TREMA, por lo que si es factible llevar a cabo el proyecto.

#### 7.7.4 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés, con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa de retorno mínima aceptada (TREMA). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la TREMA, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza

Para el presente cálculo de la TIR se utilizó la función de Excel 2007 dentro del flujo neto de fondos.

TIR: 170% es mayor que TREMA: 26.19%

Esto indica que el proyecto si genera mayor rentabilidad que la esperada. Por lo que si es factible el proyecto

#### 7.7.5 Relación beneficio / costo (RBC)

Es el método utilizado para evaluar el proyecto a través de los ingresos y los costos, determinando que cuando la relación da un resultado superior a la unidad se considera favorable, porque demuestra que los ingresos que genera el proyecto son superiores a los costos que obtendrá en sus operaciones.

Es el resultado de dividir los flujos netos actualizados positivos entre los flujos netos actualizados negativos, incluyendo la inversión total.

## RELACION COSTO BENEFICIO:

		Fac. actualizacion		1.2619	
Año	Ingresos	Egresos	Factor Actual	Ing. Actualizados	Egre. Actualizad
1	3,564,771.43	2,154,482.89	0.792455821	2,824,923.87	1,707,332.51
2	3,849,953.14	2,373,867.82	0.627986228	2,417,717.55	1,490,756.30
3	4,157,949.39	2,618,481.51	0.497651341	2,069,209.09	1,303,090.83
4	4,656,903.32	2,976,420.73	0.394366702	1,836,527.60	1,173,801.23
5	5,215,731.72	3,387,427.64	0.312518188	1,630,011.03	1,058,632.75
<b>Total</b>				10,778,389.14	6,733,613.62

Ingresos= Total de ventas y otros ingresos

Egresos= Costo variable + Costos de operación + impuestos - depreciaciones - amortizaciones

B/C= ingresos actualizados / Egresos Actualizados

**B/C= 1.60**

Esto quiere decir que por cada quetzal que se invierte se obtendrá 0.60 adicional, debido que el resultado es mayor a la unidad el proyecto es factible.

#### 7.7.6 Periodo de Recuperación de la inversión (PRI)

Se define como el tiempo necesario para que los flujos netos del proyecto, reintegren el capital invertido, o sea, se utiliza para conocer en cuanto tiempo una inversión genera recursos suficientes para igual el monto de dicha inversión.

PRI = INVERSION / FLUJO NETO DE FONDOS (primer año)

PRI = Q847,500.30 / Q1,410,288.53

PRI = 0.60

PRI = 0.60 x 12 meses

PRI = 7.21 meses

Esto indica que la inversión se recuperará la inversión en el año 1 de funcionamiento del negocio, aproximadamente en el mes 7.

#### 7.8 Análisis de Sensibilidad del Proyecto

DISMINUCION DEL 25% DE LOS PRECIOS DE VENTA

FLUJO NETO DE FONDOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta Despues de Impuestos	Q (847,500.30)	Q 760,433.06	Q 777,036.00	Q 787,289.22	Q 846,904.37	Q 898,327.96
+ Depreciaciones	Q -	Q 32,332.40	Q 32,332.40	Q 32,332.40	Q 27,662.40	Q 27,662.40
+Amortizaciones Gastos Organización Ingresos	Q -	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00	Q 2,600.00
-Abono Prestamos Bancarios	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
= Flujo Neto de Fondos	Q (847,500.30)	Q 795,365.46	Q 811,968.40	Q 822,221.62	Q 877,166.77	Q 928,590.36

Con una disminución del 25% en los precios de venta se mantiene altos niveles de rentabilidad, el flujo neto de fondos es positivo y se mantienen buenos índices de evaluación económica:

TIR: 92%

VAN: Q3,033,003.70

### 7.9 Evaluación social del proyecto

El impacto social del proyecto es básicamente la introducción de una nueva forma de sano entretenimiento en la Ciudad de Guatemala, lo cual es positivo, ya que como se demostró en el estudio de mercado, los juegos de mesas traen beneficios a las personas que los practican.

### 7.10 Resumen

Los estados financieros del Board Game Café muestran una proyección bastante optimista del negocio.

Los estados de resultados muestran a lo largo de cinco años que el negocio siempre gana, incluso en el primer año, debido a los altos márgenes de comercialización que deja un negocio de comida, así como los buenos márgenes en la renta de las mesas.

El flujo de caja muestra que a lo largo de los cinco años del horizonte de planeación se mantiene buena liquidez en el negocio.

El punto de equilibrio muestra que en el primer año de funcionamiento del negocio es alcanzado el mismo.

El Flujo neto de fondos nos da como resultado un excelente porcentaje de tasa interna de retorno así como un buen valor actual neto por lo que se acepta como factible el proyecto.

Adicionalmente, con una reducción del 25% en nuestros precios de venta, se siguen obteniendo buenos niveles de rentabilidad.

## CONCLUSIONES

1. Se estableció la demanda insatisfecha de sitios especializados de entretenimiento, especialmente en el tema de Board Games Café, según el estudio de mercado el 83% de la población tiene interés en visitar este negocio, esto es equivalente a 306,712 personas.
2. El local donde funcionará el negocio tiene capacidad de 60 plazas, la capacidad máxima del negocio es de 259,200 personas, por hora al año, por lo que hace falta capacidad instalada para atender a esta demanda teórica. La localización será en la Ciudad de Guatemala, en varias posibles localidades: Majadas, Carretera a El Salvador, Zona 10. Se estableció y se diagramó el proceso de la operación del proyecto.
3. Se identificó la estructura del negocio, estableciendo en un organigrama los puestos, y se describieron sus funciones. Se estableció el marco legal como De León Hermanos, S.A.
4. Se estableció el proceso de manejo de desechos, se establecieron las bases para los programas de manejo higiénico de alimentos, impacto ambiental y seguridad industrial.
5. Se logró establecer la factibilidad del proyecto a los siguientes indicadores:
  - a. TIR: 170%
  - b. VAN: Q4,892,275.82
  - c. Relación Costo Beneficio: 1.60
  - d. PRI: 7.21, inversión se recupera en el primer año entre el 7º y 8º mes.
  - e. Punto de Equilibrio: Q1,008,244.09, alcanzable en el primer año.



## RECOMENDACIONES

1. Para lograr atender la demanda proyectada se recomienda hacer una planeación estratégica para establecer de mejor manera el plan de acción para mantener un negocio en constante crecimiento
2. La capacidad del negocio es limitada para atender la demanda proyectada, se recomienda optimizar el uso de la capacidad instalada, hacer un nuevo estudio al término del primer año y evaluar la posibilidad de expandir el negocio con un nuevo local en una localización estratégica.
3. Se recomienda seguir al pie de la letra las funciones indicadas en el Capítulo V, para así mantener una estructura organizacional funcional, esto incidirá también en un mejor servicio al cliente.
4. Se recomienda seguir las recomendaciones de los programas de manejo de impacto ambiental, seguridad e higiene industrial. Así se asegurará la más alta calidad en nuestros productos y servicios, así como la minimización de riesgos. Adicionalmente se recomienda mantener una capacitación constante del personal en estos temas.
5. En este punto es importante recalcar en evitar subir los precios, ya que un incremento por inflación no afecta los buenos niveles de rentabilidad que se alcanzan según las proyecciones. También se recomienda evaluar financieramente otros modelos de servicio que logren atraer a la clientela, por ejemplo la venta de paquetes que incluya renta y comida.

## BIBLIOGRAFÍA

Marín Moran, Silvia Patricia (2008). *Proyecto de Graduación: Creación de un Restaurante De Comida Típica en la Zona 10 de Guatemala*. Guatemala, AIU.

Ruano Hernández, Víctor Manuel (2008). *Proyecto Para El Establecimiento de un Café Bar Temático*. Guatemala: AIU.

Sackson, Sid (1969). *Un Montón de Juegos*. Barcelona: RBA Libros

### Páginas de Internet:

Alliance Games Distributors

[www.alliance-games.com](http://www.alliance-games.com) 23/12/2008, 18:45

Asociación Cultural Jugamos Todos

[http://www.jugamos.todos.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=1](http://www.jugamos.todos.org/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=1) , 17/12/08, 11:12pm

Asociación Cultural Jugamos Todos

[http://www.jugamos.todos.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=4](http://www.jugamos.todos.org/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=34&limit=1&limitstart=4), 18/12/08, 12:13 am

Café Barista

<http://www.cafedeguatemala.com> 03/07/09, 19:30

Club Hideout de Guatemala

<http://hideoutsgt.blogspot.com>, 17/12/08, 11:33 pm

De Coders Cafe

<http://www.decoderscfe.com> , 17/12/08, 11:17 pm

Devir Latinoamerica

<http://latinoamerica.devir.es/index.php> 18/12/08, 12:30

EDUCA, España

<http://www.educa.es> 17/12/08, 11:00 A.M.

Federación de Ajedrez de Guatemala

<http://www.fenag.net/historia.html>, 17/12/08, 11:30 pm

Guatemala Noticia

<http://guatemalanoticias1.blogspot.com/2008/07/mccaf-promete-una-nueva-experiencia-dos.html>

03/04/2009, 19:30

Hasbro

[www.hasbro.com](http://www.hasbro.com) 18/12/08, 12:15 am

Intergofed

[http://www.intergofed.org/members/members\\_pages/guatemala.htm](http://www.intergofed.org/members/members_pages/guatemala.htm), 18/12/08,  
12:41 am

Mayfair Games

[www.mayfairgames.com](http://www.mayfairgames.com) 18/12/08, 12:30 am

Pitstop Cafe

<http://www.pitstopcafe.com.sg> , 17/12/08,

Producciones Metta Internacional, S.A.

[www.juegosmetta.com](http://www.juegosmetta.com), 17/12/08, 11:25 pm

Settler's Cafe

<http://sg.settlerscafe.com> , 17/12/08, 11:16 pm

Spielwiese Berlin

<http://www.spielwiese-berlin.de>, 17/12/08, 11:20 pm

The Mind Cafe

<http://www.themindcafe.com.sg> , 17/12/08, 11:17 pm

The Games Journal

<http://www.thegamesjournal.com/articles/GamesInKorea.shtml> , 17/12/08, 11:20 pm

Visit Korea

[http://asiaenglish.visitkorea.or.kr/ena/SI/SI\\_EN\\_3\\_6.jsp?cid=309401](http://asiaenglish.visitkorea.or.kr/ena/SI/SI_EN_3_6.jsp?cid=309401) ,17/12/08, 11:19 pm

Wikipedia

[http://es.wikipedia.org/wiki/Juego\\_de\\_mesa](http://es.wikipedia.org/wiki/Juego_de_mesa) (24/12/2008, 13:45)

## ANEXOS

### MODELO DE ENCUESTA

ENCUESTA No: \_\_\_\_\_

Reciba un saludo muy cordial, mi nombres es: **Gabriel de León** estoy realizando una encuesta que me servirá para el proyecto que estoy realizando, con el propósito de finalizar mis estudios universitarios en la **Universidad AIU (ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY)**, por lo que quisiera pedirle unos minutos de su tiempo para hacerle la encuesta. ¿Quisiera usted colaborar conmigo contestándome una entrevista?

**MARQUE CON UNA "X" SU RESPUESTA, LUEGO SIGA LAS INSTRUCCIONES DE CADA PREGUNTA.**

00. ¿Sabe usted que es un juego de mesa?

SI  
 NO

**(Si es NO, por favor no continúe y muchas gracias por su tiempo)**

a. SEXO:  M  F

b. RANGO DE EDAD:

Menos de 18  
 18 a 25  
 26 a 35  
 36 a 45  
 Mas de 45

c. Zona de Residencia: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál o cuáles de estos juegos conoce?

Colonos de Catán  Ticket To Ride  Carcassone  Tikal  Blokus  Monopoly  
 Scrabble  Luisa  Damas, Otro \_\_\_\_\_

2. ¿Con que frecuencia juega usted juegos de mesa?

Menos de una vez al mes  Una vez al mes  Dos Veces al mes  Una vez por semana  Mas de una vez por semana  Nunca, Si la respuesta es nunca, especifique por que?: \_\_\_\_\_

**(Si la respuesta es Nunca, pase a la pregunta 4)**

3. ¿Con quién acostumbra jugar juegos de mesa?

Familia  
 Amigos

Compañeros de Trabajo  
 Otros, especifique: \_\_\_\_\_

4. ¿Ha comprado juegos de mesa?

SI  
 NO

Si la respuesta fue NO, especifique la razón: \_\_\_\_\_

**(Si la respuesta fue NO, pase a la pregunta 7)**

5. ¿Donde Compro el juego de mesa?

\_\_\_\_\_

6. ¿Cuánto pagó por el juego de mesa?

Q0.00 a Q100  
 Q101 a Q200  
 Q201 a Q300  
 Mas de Q300

7. ¿Considera usted la práctica de los juegos de mesa, le trae beneficios?

SI  
 NO

**(Si la respuesta es SI, pase a pregunta 8. Si la respuesta es NO, pase a pregunta 9)**

8. ¿A su criterio que beneficios trae los juegos de mesa?

Elimina Stress  
 Desarrolla Habilidades  
 Promueve las relaciones interpersonales  
 Otros, Especifique: \_\_\_\_\_

9. Por otra parte, ¿Acostumbra usted visitar usted alguna o algunas Cafeterías?

SI  
 NO

**(Si la respuesta es NO pase a pregunta 14)**

10. ¿Qué cafetería(s) frecuenta?

Pastelería Palace  Café de Imeri  Café Barista  & Café  
 Cafetería Los Alpes  Café Saul  Cafetería Patsy  McCafé  
 Otras, Cuales: \_\_\_\_\_

11. ¿Con qué frecuencia asiste a una cafetería?

Menos de una vez al mes  Una vez al mes  Dos Veces al mes  Una vez por semana  Mas de una vez por semana

12. ¿Con quién asiste a una cafetería?

\_\_\_ Solo \_\_\_ Con Amigos \_\_\_ Con Familia \_\_\_ Compañeros de trabajo  
 \_\_\_ Otro, Especifique: \_\_\_\_\_

13. ¿Ordene estos aspectos de una cafetería o restaurante según su importancia, colocando 1 el más importante y 6 el menos importante

\_\_\_ Calidad  
 \_\_\_ Precio  
 \_\_\_ Servicio  
 \_\_\_ Limpieza  
 \_\_\_ Rapidez  
 \_\_\_ Buen Ambiente  
 \_\_\_ Otro, Cual: \_\_\_\_\_

14. ¿Conoce el concepto de Board Games Café (Cafetería de Juegos de Mesa)?

\_\_\_ SI  
 \_\_\_ NO

15. ¿Si este concepto estuviera a su disposición; sinceramente qué tanto le llamaría a usted la atención? (**POR FAVOR LEA EL ARCHIVO ADJUNTO LLAMADO “CONCEPTO BOARD GAMES CAFÉ”, PREVIO PROSEGUIR CON ESTA ENCUESTA**)

	Muchísimo interés	Bastante interés	Algún interés	Poco interés	Ningún interés	No sabe/ No informa
Estaría dispuesto a visitar la cafetería	1	2	3	4	5	6

(SI RESPONDIO QUE TIENE DE POCO INTERES Ó NINGUN INTERES, FAVOR PASE A LA PREGUNTA 20) (SI RESPONDIO QUE NO SABE PASE A LA PREGUNTA 21)

16. ¿Cuál o cuales de estos aspectos le llaman la atención del concepto Board Games Café?

\_\_\_ Que es nuevo  
 \_\_\_ Que es diferente  
 \_\_\_ Que trae beneficios  
 \_\_\_ Que es necesario  
 \_\_\_ Por su Simplicidad  
 \_\_\_ Otros, Especifique: \_\_\_\_\_

17. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por la renta de una mesa, por hora, por persona?

\_\_\_\_\_

18. ¿En que lugar o lugares le gustaría encontrar este concepto?

- En la zona viva
- En 4° Norte
- En centros comerciales
- En Majadas
- En el Centro Histórico
- Otros, Especifique: \_\_\_\_\_

19. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio?

- Anuncios en prensa o revista
- Correo ordinario
- Vallas publicitarias
- Televisión
- Radio
- Internet
- Otro, Especifique: \_\_\_\_\_

20. Si respondió que tiene de poco a ningún interés en visitar este concepto, favor indicar la razón

- No lo necesito
- Es aburrido
- Es complicado
- Es innecesario
- No es bueno
- Otro (Por favor especifique): \_\_\_\_\_

21. ¿Qué formas de entretenimiento utiliza más frecuentemente?

- Cine
- Deportes
- Actividades al aire libre
- Salir a Comer
- Salir a Beber
- Conciertos
- Viajar
- Otros, Especifique: \_\_\_\_\_

22. ¿Cuál es el ingreso familiar promedio mensual?

- Q5,000 a Q10,000
- Q10,000 a Q15,000
- Q15,000 a Q20,000
- Q20,000 a 25,000
- Mas de Q25,000

23. ¿Del 100% de su ingreso familiar promedio mensual, indique el porcentaje que le asigna al entretenimiento y diversión?

---



Gracias por sus respuestas, la información siguiente es de utilidad para mi estudio, pero es opcional para usted

Nombre: \_\_\_\_\_

Telefono: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

## GLOSARIO

Barista: Persona experta en la preparación de bebidas de Café

Board Games Café: Es un negocio derivado del modelo de negocios de una cafetería, que capitaliza los clientes que llegan al negocio ofreciendo servicio de cafetería y Juegos de Mesa.

Cafeteria: Es un despacho de café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas.

Comanda: Control de pedidos en un Restaurante

Juego de mesa: Juego que requiere una mesa para jugarse o un soporte similar y que es jugado generalmente por un grupo de personas alrededor de él.

Juegos de tablero: Son los juegos que se juegan sobre un tablero.

Juegos de dados: juegos en los que se usan dados o equivalentes a ellos.

Juegos de fichas: juegos en los que se usan fichas marcadas.

Juegos de cartas: Juegos que se juegan con cartas.

Juego de cartas coleccionables: Es el término usado para referirse a los juegos de cartas no predefinidas

Juego de rol: Juegos en los que se interpreta el papel de otra persona, y donde a los jugadores se les pone en situaciones específicas donde deben superar pruebas para llegar a una meta.

Ludoteca: “Ludoteca deriva del latín ludus, juego, juguete y de la palabra griega theke: caja, lugar donde se guarda algo.



## **HOJA DE AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS:**

Ya que sin el nada es posible, gracias mi Dios por permitirme concluir mi carrera.

### **A MIS PADRES ARTURO Y TONI:**

Quienes con su amor, enseñanzas y ejemplo de lucha me han guiado en el camino de la vida que me tiene en este lugar.

### **A MI NOVIA JENNIFER:**

Por todo su amor y apoyo incondicional que me animaron a concluir hoy mi carrera. Te amo mi amor.

### **A MIS HERMANOS ARTURO, REGINA Y PATTY:**

Por todo su apoyo, ayuda y amor fraterno

### **A MIS AMIGOS:**

Por su cariño y amistad.

### **A LA UNIVERSIDAD:**

Por las enseñanzas y la oportunidad de concluir mi carrera

### **AL PERSONAL DOCENTE:**

Por todos los conocimientos y experiencias transmitidas

## LISTA DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS EJECUTADOS EN EL

### PROYECTO DE GRADUACIÓN

Al entregar su informe final del trabajo de investigación, debe acompañar esta hoja debidamente llenada y firmada.

Si hay más de 2 elementos que no puede verificar haberlos cumplido dentro de su proyecto, entonces haga las correcciones necesarias para poder entregar dicho informe.

**La no presentación de esta lista automáticamente anula la recepción del informe final del proyecto de graduación.**

- Yo tengo una página de portada exterior e interior en el proyecto.
- Yo incluí un índice que indica los contenidos con el número de página correspondiente.
- Yo incluí un resumen ejecutivo del documento exclusivamente para el proyecto.
- Yo seguí las recomendaciones del instructivo para la elaboración y presentación de proyecto.
- Yo usé referencias bibliográficas y las cité conforme el instructivo.
- Yo incluí en la bibliografía, cada referencia que mencioné en el texto.
- Yo utilicé al final tablas y figuras y otro tipo de documentos de soporte.
- Yo utilicé estadísticas para respaldar mi investigación.
- Yo tengo 60 páginas de texto en promedio.
- Yo redacté mi proyecto con una secuencia y orden lógico de presentación.
- Yo no utilicé otras formas diferentes de presentación a la aprobada por AIU.
- Yo utilicé un lenguaje sencillo, claro y accesible para todos.
- Yo utilicé un revisor de redacción y estilo para la presentación de mi proyecto.
- Yo no violé ninguna ley de propiedad intelectual o de derechos de autor al copiar materiales que pertenecen a otra persona.
- Yo afirmo por este medio que el proyecto es totalmente mi propia investigación.

Nombre del estudiante: Gabriel Estuardo de León Ayala

8 de junio de 2009

---

Firma del Estudiante