



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CAFETERÍA EN EL BARRIO RUMICORRAL (PARQUE EÓLICO VILLONACO) DE LA CIUDAD DE LOJA”.

**TESIS PREVIA A OPTAR EL
GRADO DE INGENIERO EN
BANCA Y FINANZAS**

AUTOR: Jamil García Berrú

DIRECTOR: Ing. Com. Sergio Leonardo Pardo

LOJA-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Sergio Leonardo Pardo

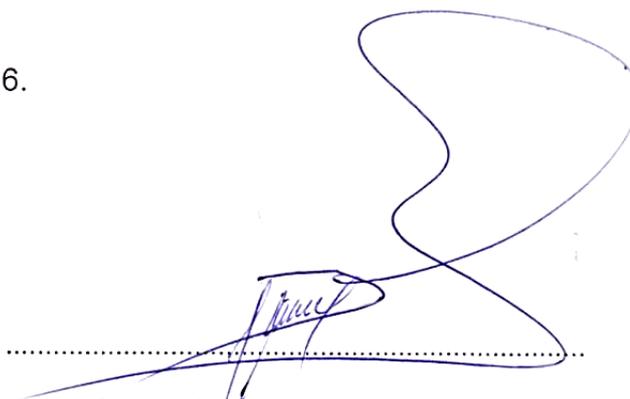
DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, CARRERA DE BANCA Y FINANZAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

En mi condición de Director de tesis, certifico que el Sr. Jamil García Berrú, ha desarrollado la Tesis de Grado titulada: **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CAFETERÍA EN EL BARRIO RUMICORRAL (PARQUE EÓLICO VILLONACO) DE LA CIUEDAD DE LOJA”**, y observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas que regula esta actividad académica, autorizo al mencionado señor que reproduzca el documento definitivo y presente la solicitud de tribunal y defensa pública de la tesis.

Loja, Marzo de 2016.

Atentamente.



Ing. Com. Sergio Leonardo Pardo

DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jamil García Berrú, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja de posibles reclamos o acciones legales que se presentaren por los contenidos y opiniones vertidos en la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja para que publique en el Repositorio de Biblioteca Virtual.

Autor: Jamil García Berrú

Firma:



Cédula: 1104972268

Loja, Marzo de 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

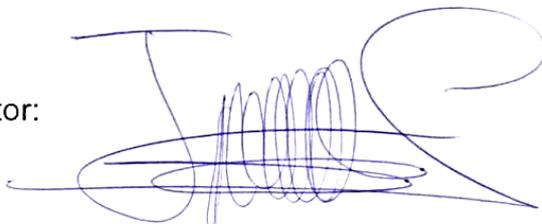
Yo, Jamil García Berrú, declaro ser autor de la tesis titulada “**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CAFETERÍA EN EL BARRIO RUMICORRAL (PARQUE EÓLICO VILLONACO) DE LA CIUDAD DE LOJA**”, como requisito para optar al Grado de: **INGENIERO EN BANCA Y FINANZAS**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, pueda mostrar el contenido al Público en general, a través del Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 11 de Marzo de 2016.

Firma el autor:



Autor: Jamil García Berrú
Cédula: 1104972268

Dirección: Ciudadela Época Av. Los Paltas y Bulgaria
Teléfono: 2107693 (0993441511)

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Com. Sergio Leonardo Pardo

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Yolanda Campoverde Bustamante, MAE **(Presidente)**

Ing. Yenny de Jesús Moreno Salazar **(Vocal)**

Ing. Jaime Loján Neira, MCA CP. **(Vocal)**

DEDICATORIA.

El presente trabajo de tesis está dedicado principalmente a Dios que ha sido mi promotor y guía día a día. También va dedicado a mis padres y amigos, ya que gracias a su ayuda y apoyo cotidiano han permitido culminar el presente trabajo y de manera especial al Ing. Com. Sergio Leonardo Pardo, quien fue un pilar fundamental en la guía del presente trabajo.

Con cariño, JAMIL GARCÍA BERRÚ

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, por guiar mi camino y bendecirme con sabiduría durante la vida, a mi madre por ser el pilar fundamental para seguir superándome y brindarme el apoyo incondicional. Además agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la Carrera de Banca y Finanzas, por su profundo compromiso y apoyo incondicional en el desarrollo y dirección de mi trabajo de tesis.

Jamil García Berrú

**a. TÍTULO: “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
CAFETERÍA EN EL BARRIO RUMICORRAL (PARQUE
EÓLICO VILLONACO) DE LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

El trabajo de tesis, está enmarcado en el desarrollo de un proyecto de inversión, el mismo que plantea instalar una Cafetería en el Parque Eólico Villonaco de la ciudad de Loja, ofreciendo primeramente un servicio que esté a predisposición de todos y cada uno de los visitantes, a fin de cubrir las necesidades que tienen todos los turistas en el sector, por lo que con la implementación de este servicio, no solo se persigue sacar beneficio económico de la rentabilidad de la empresa, sino también a cubrir la escasez de servirse un tradicional alimento y bebida característico de la localidad, ya que por situaciones climáticas de altura, compromete a los ciudadanos a refugiarse en un espacio físico cómodo que brinde las comodidades de alojamiento, seguridad, sobre todo el cubrimiento de las bajas temperaturas y altas olas de viento que se desarrollan en el mencionado parque.

Para la implementación de la cafetería se ha tomado como población a todos los visitantes tanto de la ciudad, provincia de Loja, nacionales y extranjeros que visitan en diferentes ocasiones el Parque Eólico Villonaco, segmentando de esta manera la demanda potencial que está representada por todos y cada uno de los turistas.

El proyecto de inversión ha sido diseñado para 5 años de vida útil, para el mismo se han elaborado cuatro tipos de estudios elaborados y estructurados de acuerdo al cumplimiento de los objetivos señalados en el anteproyecto, el contenido de los estudios refleja investigación con la recolección de la información de campo que se ha determinado de la siguiente manera:

En lo referente al estudio de mercado se aplicó una encuesta de doce preguntas que fueron resueltas por todos los visitantes turísticos del parque Eólico Villonaco, la misma que permitió la segmentación de los tipos de demanda tanto de la demanda potencial, real y efectiva, logrando determinar que existe gran cantidad de visitantes que desean que se haga la ejecución de del proyecto de cafetería, de igual manera con la implementación de este servicio ayudaría a mejorar el turismo en el sector, ya que es un medio donde genera recursos económicos sin ningún grado de contaminación al medio ambiente.

Como segunda fase del proyecto, se realizó el estudio técnico estableciendo la localización más adecuada para la implementación de la empresa, esto en lo referente a la macro-localización que tuvo énfasis en la ubicación geográfica que para la cafetería se ubicará en el histórico y emblemático parque Eólico Villonaco de la ciudad de Loja. Así mismo se estableció la micro-localización de la cafetería utilizando la observación directa para establecer el espacio físico más adecuado para la construcción de la planta y a la vez se investigó en el sector que exista terreno de propiedad privada para la adquisición del mismo ya que existe mejor ubicación para la cafetería pero el dominio está bajo la empresa “CELEC EP” Corporación Eléctrica del Ecuador.

Como tercer paso para el desarrollo del proyecto se elaboró la estructura organizacional, se ha tomado en cuenta la visión, misión, valores y principios que debe mantener la empresa para ser un referente dentro del turismo cercano de Loja. El marco legal para su conformación será de dos socios fundadores, su denominación será de Sociedad Anónima bajo los permisos de conformación que otorga la Ley de compañías, los aportes del capital sin financiamiento serán del 60% aportados en 50% cada uno de los socios y el 40% restante será obtenido de fuente de financiamiento externa. El nivel organizacional de la cafetería estará a cargo de un Administrador General ayudado de un Asesor Legal y compuesto por dos departamentos un Operativo

y un Financiero cada uno con sus respectivos funcionarios acorde a las necesidades de la empresa.

Como cuarta fase de un proyecto de inversión es el estudio financiero que abordó la construcción de proformas actuales en locales comerciales de la ciudad de Loja tanto para la materia prima directa, maquinaria y equipo entre otros bienes; así mismo se tomó en cuenta todos los beneficios legales que por Ley corresponde pagar a los trabajadores establecidos en los roles de pago, para posteriormente construir las proyecciones correspondientes de cada una de las tablas del estudio financiero tomando como referencia para las proyecciones la tasa de inflación del 3,38%, para luego estructurar la evaluación financiera como el VAN de \$34.508,66 por lo tanto se debe aceptar el proyecto, la TIR es de 26,17, siendo este valor mayor a las tasas pasivas que ofrece el banco, la relación beneficio costo de \$1.25 que demuestra que la inversión es segura, ya que por cada dólar invertido se está obteniendo una ganancia de \$0,25 ctvs. En cuanto a la recuperación del capital de la cafetería se tiene que la inversión de \$74.777,30 se recupera a los 3 años, 11 meses y 23 días, por lo que haciendo referencia es mejor efectuar la inversión en el proyecto, ya que puesto en el banco no va lograr el mismo rendimiento. Los resultados de sensibilidad, reflejan que la empresa soporta un 3,64% de incremento en los costos y un 2,91% de disminución en ingresos por lo cual el proyecto es aceptable.

Abstract

The thesis work is framed in the development of an investment project, it raised a canteen in the Villonaco Windfarm city of Loja, first offering a service that is at disposition of each and every visitor in order to meet the needs that all tourists in the sector, so that with the implementation of this service not only pursued get economic benefit from the profitability of the company, but also to cover shortages served a traditional food and characteristic drink of the town, since by weather conditions in height, committed citizens to take refuge in a comfortable physical space that provides comfort accommodation, security, especially the coverage of low temperatures and high waves wind they develop in said park.

To implement the cafeteria is taken as population all visitors both city province of Loja, national and foreign visitors on different occasions the Villonaco Windfarm, segmenting thus potential demand which is represented by all and each of the tourists.

The investment project is designed for 5-year life, for it has produced four kinds of elaborate studies and structured according to the fulfillment of the objectives outlined in the draft, the content of the studies reflects research collection information field has been determined as follows:

Regarding the market research survey of twelve questions that were resolved by all tourist visitors windfarm Villonaco, the same that allowed the segmentation of the types of demand from both potential demand, real and effective was applied, achieving determine there is lot of visitors who want the execution of the project cafeteria, just as with the implementation of this service would help improve the tourism sector does, because it is a means which generates economic resources without any degree of environmental contamination.

As a second phase of the project, the technical study was done by establishing the most appropriate location for the implementation of the company, this in relation to the macro-location that had emphasis on geographic location for the cafeteria will be located in the historic and emblematic Wind park Villonaco city of Loja. Also the micro-location of the cafeteria was established using direct observation to establish the most suitable for the construction of the plant physical space and time was investigated in which there is privately owned land for acquisition in the same sector as there best location for the cafe but the domain is under the company "CELEC EP" Electric Corporation of Ecuador.

As a third step for the project's organizational structure was developed, it has taken into account the vision, mission, values and principles that should keep the company to be a benchmark in the near Loja tourism. The legal framework for its formation is two founding members, its name will be a limited liability company under permits forming granted by the Companies Act, contributions of capital without financing will be 60% contributed 50% each of the partners and the remaining 40% will be obtained from external financing. The organizational level of the cafeteria will be headed by a General Manager helped a Legal Advisor and consists of two departments an Operating and Financial each with their respective officials according to the needs of the company.

As a fourth phase of an investment project is the financial study that addressed the current building proformas in commercial city of Loja for both direct raw materials, machinery and equipment from other goods; It also took into account all the legal benefits that by law must pay workers established roles payment, and then build the corresponding projections of each of the tables of the financial study with reference to the projected inflation rate 3.38%, then the financial evaluation structure as the NPV of \$34.508,66 therefore must accept the project, the IRR is 26,17%, being higher deposit rates offered by the bank value, the benefit cost of \$ 1.25 which shows that the investment is safe, and that for every dollar invested is getting a gain of 0.25 cents. As for capital

recovery cafeteria you have to \$74,777.30 investment recovers at 3 years, 11 months and 23 days, so that reference is better to make the investment in the project, as put in the bank will not achieve the same performance. Sensitivity results reflect the company supports a 3,64% increase in costs and 2,91% decrease in revenue which the project is acceptable.

c. INTRODUCCIÓN

En la actualidad un proyecto de inversión es importante porque genera efectos directos e indirectos perceptibles por la sociedad, que de cierta manera ayudan a resolver una necesidad de un bien o un servicio, aprovechando los recursos disponibles que se posee para mejorar las condiciones de vida y por ende mejorar la situación económica del país a corto, mediano y largo plazo; En tal sentido un proyecto de inversión está dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final, sino que son bienes de capital indispensables para la generación de un producto o servicio adicional con el propósito de cubrir necesidades insatisfechas y generar rentabilidad económica financiera que permiten la sobrevivencia de la empresa. Generalmente la importancia de la elaboración y evaluación de este proyecto está en determinar cualitativa y cuantitativamente la situación de la empresa para la posterior toma de decisiones para la puesta en marcha de la compañía, para lo cual se debe realizar cuidadosamente los estudios pertinentes empleando un conjunto de elementos reales que permitan reflejar con veracidad si es viable o no el proyecto.

Con la iniciativa de implantar la cafetería en el parque Eólico Villonaco, se pretende dar un aporte al sector turístico, incidiendo en la ocupación de hoteles y transporte de los visitantes de la ciudad de Loja, buscando siempre las comodidades y satisfacción de todos los turistas, ya que son quienes generan los recursos financieros para que la empresa pueda mantenerse en el sector y sobre todo de realce a la economía local. También el proyecto de inversión tiene su relevancia en el desarrollo económico del sector servicios, permitiendo de tal forma crear y ofrecer más fuentes de trabajo directo a través del personal que trabaje en la empresa e indirectamente los surtidores de materia prima.

El presente proyecto de tesis se lo ha estructurado bajo lineamientos vigentes del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja Art. 151; mencionando los siguientes elementos que deberá contener el trabajo final de tesis: **Título:** Está enfocado al objetivo principal de estudio, sobre el cual se enmarca las líneas de investigación de la Carrera de Banca y Finanzas de la Universidad Nacional de Loja; **Resumen:** es una exposición breve de las fases principales desarrolladas en el proyecto de tesis, se lo realizó en base a los objetivos específicos del proyecto; además consta de una **Introducción:** se abordó la importancia de realizar un proyecto de inversión, además se indica el aporte al sector y luego la estructura del trabajo final de la tesis. En lo que luego el siguiente elemento es la **Revisión Literaria:** donde se amplía todos aquellos referentes teóricos abordados en el anteproyecto y que fueron utilizados en el desarrollo del trabajo final de tesis. Se empleó **Materiales y Métodos:** materiales de oficina y materiales tecnológicos, además se utilizó los siguientes métodos: científico, estadístico, deductivo, inductivo, analítico; Consecutivamente se tiene los **Resultados:** están compuestos por la entrevista realizada a la cafetería “Tamal Lojano” de la ciudad de Loja, información recabada para ofertar de mejor manera el servicio de cafetería. **Discusión:** el proyecto está formado por los cuatro estudios que son: estudio de mercado en el cual se realizó un análisis de la demanda real, demanda efectiva, oferta, demanda insatisfecha; el estudio técnico donde se determinó la Macro-localización y Micro-localización, logrando determinar la capacidad instalada y utilizada, la ingeniería del proyecto y la infraestructura de la planta; el estudio organizacional, donde se abordó leyes y reglamentos vigentes que sujetan a la empresa para su normal funcionamiento. Se elaboró filosofía, organigramas y manuales; el estudio financiero; consta de un detalle de la inversión inicial entre todos los activos a utilizar y la evaluación financiera. **Conclusiones:** es la parte final del trabajo de tesis que fueron diseñadas en base a los objetivos específicos planteados en el anteproyecto.

Recomendaciones: son el complemento de las conclusiones, ya que para cada conclusión existe una recomendación.

Bibliografía: es el elemento final del esquema de tesis en la cual se citan los autores de los referentes teóricos utilizados en el transcurso del desarrollo del trabajo final. **Anexos:** muestra el respaldo de los diferentes contenidos expresados en el desarrollo de la tesis.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

PROYECTO DE INVERSIÓN

“Es la cantidad de recursos materiales, humanos y tecnológicos que se requiere para la producción y/o distribución de un producto con el fin de satisfacer una determinada necesidad humana”. (Besley, 2000, pág. 2).

ETAPAS DE UN PROYECTO

Primera Etapa: Concepción de la Idea:

Es en esta etapa donde comienza el ciclo de cada proyecto, su finalidad es la de identificar los proyectos que sean adecuados a las necesidades económicas y sociales del país y se encuentra caracterizada por la naturaleza del proyecto y del grupo promotor. (Pimentel, 2008, pág. 14)

“Identificación de un problema, aprovechamiento de una oportunidad o satisfacción de una necesidad.

Sin “idea” no hay proyecto. Pero hay que contrastar la idea”. (Alarcon, 2011, pág. 2)

Segunda Etapa: El Estudio de Prefactibilidad

Consiste en una breve investigación sobre el marco de factores que afectan al proyecto, así como de los aspectos legales que lo afectan. Así mismo, se deben investigar las diferentes técnicas (si existen) de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región. (Pimentel, 2008, pág. 17)

Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión (Baca, 2010, pág. 5)

Tercera Etapa: Formulación del Proyecto

Las fases de la prefactibilidad y factibilidad se distinguen entre sí, tanto por la profundidad de los estudios como por los aspectos tratados. En general, podríamos decir que uno de los primeros tópicos a ser analizado, después de identificar en forma exhaustiva al producto, es el estudio de mercado, el cual tiene como objetivo la determinación de su demanda en el área de influencia. (Pimentel, 2008, pág. 17)

Cuarta Etapa: Evaluación.

El inversionista o financista evaluará el proyecto a fin de determinar si este se adapta o no a sus objetivos o intereses; en ese sentido, es conveniente señalar que existen varias formas de evaluar un proyecto, dependiendo de quien realiza la evaluación, ésta se puede clasificar en Evaluación Social y en Evaluación Privada. (Pimentel, 2008, pág. 19)

Es el análisis más profundo que se le hace a un proyecto de inversión, Baca, (2010) afirma:

La evaluación, aunque es la parte fundamental del estudio, dado que es la base para decidir sobre el proyecto, depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objetivo general del proyecto. En el ámbito de la inversión privada, el objetivo principal no es necesariamente obtener el mayor rendimiento sobre la inversión. En los tiempos actuales de crisis, el objetivo principal puede ser que la empresa sobreviva, mantener el mismo segmento del mercado, diversificar la producción, aunque no se aumente el rendimiento sobre el capital, etcétera. (pág. 4)

Quinta Etapa: Ejecución del Proyecto.

Inicia el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando finaliza la ejecución y la empresa o negocio queda listo para iniciar

operaciones. En esta etapa se distinguen dos momentos que son la consecución de la autorización y financiamiento (legalización de la empresa, permisos y licencias y la de ejecución propiamente. (Sandoval, 2012, pág. 2)

EMPRESA

“Es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social”. (Chiavenato, 2014)

EMPRESA DE SERVICIOS

Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y que no da como resultado la propiedad de nada. Su producción puede o no estar vinculada a un producto físico. Las actividades como rentar una habitación de hotel, depositar dinero en un banco, viajar en avión, ver una película y obtener consejo de un ingeniero implican todas las compras de un servicio. (García, 2013)

CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS

- ✓ Servicios Comerciales.
- ✓ Servicios de Salud.
- ✓ Servicios Profesionales.
- ✓ Industria de la Hospitalidad.
- ✓ Servicios de Cafetería y Restaurant.

HISTORIA DE LOJA

La ciudad de Loja está ubicada en una de las regiones más ricas del Ecuador, en las faldas de la cordillera occidental, a 2100 metros sobre el nivel del mar, un lugar donde las tradiciones y atractivos se conjugan para mostrar lo mejor de la historia y aporte al mundo, cuenta con un gran pasado que la hecho importante para el Ecuador y América aquí se organizaron las grandes incursiones de exploración del Amazonas en busca del dorado, se planifico la avanzada al movimiento independencia Bolivariana, como también grandes gestas de orden político y social de la historia del país. (Municipio de Loja, 2014).

LA CIUDAD DE LOJA

Es la segunda ciudad más grande del sur de la sierra ecuatoriana, por su desarrollo y ubicación geográfica fue nombrada sede administrativa de la región sur o zona 7 comprendida por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe, es muy atractiva, que permite disfrutar de la ciudad en sí misma y de los alrededores ya que la gran mayoría de lugares a visitar se encuentran a distancias cercanas para mayor comodidad de los visitantes

CLIMA

El clima de Loja es temperado y subhúmedo con una temperatura media del aire de 16 °C y su oscilación anual es de 1,5 °C, generalmente cálido durante el día y más frío y húmedo a menudo por la noche, posee un microclima marcado por el sector nororiental más cálido que el resto del área urbana.

ARTE Y CULTURA

Loja es considerada capital en las artes, y por esta razón es conocida como la capital musical y cultural del Ecuador y cuenta con dos universidades

importantes como la Universidad Nacional de Loja, fundada en 1859 por el Gobierno Federal de Loja, siendo la universidad en funciones más antigua del país después de la Universidad Central del Ecuador de Quito, y la Universidad Técnica Particular de Loja, fundada en 1971, destacándose que la mayoría de la población lojana es doblemente universitaria, en la que han salido grandes personajes destacados a nivel nacional.

GASTRONOMÍA

En cuanto a su gastronomía es muy variada, destacándose el sabroso cuy, el tamal lojano, y por encima de todo el café que ha tenido fama mundial, habiendo estado premiado como el mejor café del mundo varias veces por su aroma incondicional y sobre todo es cultivado de manera natural sin el uso de elementos químicos.

PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Los principales lugares se encuentran en la misma zona urbana, destacándose la entrada de la Puerta de la ciudad que se encuentra en la intersección de los ríos de Zamora y Malacátos y es considerado como patrimonio cultural al igual que la Plaza de San Sebastián, Iglesia Catedral, Parque Central y Museo del Banco Central y últimamente se ha incorporado el parque eólico Villonaco como un atractivo turístico por ser un proyecto muy emblemático en la Región Sur.

PARQUE EÓLICO VILLONACO

Se encuentra ubicado en la provincia de Loja a 4km. de su capital, específicamente entre los cantones de Loja y Catamayo, la construcción se realizó entre los puntos más altos del cerro Villonaco, a una altura aproximada de 2.720 m.s.n.m. Cuenta con 11 aerogeneradores, cada uno con una altura máxima de 100 m de altura y cuenta con un centro de interpretación, destinado

a acoger a los visitantes que deseen conocer acerca del desarrollo de la energía eólica en el Ecuador. (www.celec.gob.ec, 2015).

Este proyecto es considerado como uno de los proyectos emblemáticos y estratégicos del Gobierno Ecuatoriano el mismo que contribuye con la diversificación de la matriz energética actual para el Ecuador, utilizando un recurso renovable e inagotable.

ENERGÍA EÓLICA

Es la energía producida por el viento es una forma indirecta de energía solar, alrededor de 1 o 2 % de la energía que proviene del sol es convertida en viento, esto se debe al calentamiento desigual de la superficie terrestre ocasionando el movimiento del aire, el mismo que puede transformarse puede transformarse en energía eléctrica o mecánica. (Astudillo y Cochancela, 2010, pág. 17).

CAFETERÍAS

Son aquellos establecimientos que mediante precio sirven al público refrigerios rápidos, platos fríos o calientes, simples o combinados y bebidas en general, sean o no alcohólicas tales como: café, infusiones, refrescos, jugos, cerveza, licores, etc., y sean consumidas en sus propios locales. (Manzano, 2009, pág. 7).

TIPOS DE CAFETERÍAS

Cafetería de 3 Tazas.

- ✓ Servicios sanitarios independientes de los del personal.
- ✓ Los aseos de señoras y caballeros deberán ser independientes.
- ✓ Servicios con agua fina y caliente, jabón y seca manos.

- ✓ Entrada de clientes independiente de la del personal y mercancías o en su defecto, entrada en horas fuera de las establecidas para el servicio de comedor.
- ✓ Servicio de guardarropa acorde con la capacidad del local.
- ✓ Teléfono con cabina aislada.
- ✓ Comedor independiente dotado con calefacción y refrigeración.
- ✓ La Bodega deberá contar con vinos de las denominaciones de origen de
 - ✓ Aragón.
- ✓ El mobiliario, lencería y menaje serán acordes con la categoría del local.
- ✓ El personal habrá de ir uniformado.
- ✓ Habrá a disposición de los clientes Cartas de Platos en los siguientes Idiomas, además del castellano: inglés y francés.
- ✓ Dispondrá de un Plato combinado del día. (www.camarazaragoza.com, 2014).

Cafetería de 2 Tazas.

- ✓ Servicios sanitarios independientes de señoras y caballeros dotados de jabón y seca manos.
- ✓ La entrada de clientes no podrá ser utilizada, durante las horas de servicio de comidas, como entrada de mercancías.
- ✓ Servicio telefónico a disposición de los clientes.
- ✓ Comedor independiente dotado con calefacción.
- ✓ Mobiliario, lencería (de tela o papel) y menaje acordes con la categoría del local.
- ✓ El personal de servicio al público vestirá adecuadamente.
- ✓ Dispondrá de un Plato combinado del día.

- ✓ Asimismo dispondrá a petición del cliente de jarra de agua aun cuando no se utilice el servicio de Plato combinado del día. (www.camarazaragoza.com, 2014)

Cafetería de 1 Taza.

- ✓ Servicios sanitarios independientes de señoras y caballeros dotados de jabón y seca manos.
- ✓ La entrada no podrá ser utilizada, durante las horas de servicio de comidas, como entrada de mercancías.
- ✓ El comedor, que no precisará ser independiente, estará dotado de calefacción.
- ✓ Mobiliario, lencería (de tela o papel) y menaje acordes con la categoría del local.
- ✓ El personal de servicio al público vestirá adecuadamente.
- ✓ Se dispondrá a petición del cliente aun cuando no se utilice el servicio de plato combinado del día. (www.camarazaragoza.com, 2014).

CAFÉ

Es considerada una de las bebidas más consumidas en todo el mundo, por contener la cafeína que llena de energía y estimula al sistema nervioso, facilitando la coordinación, mejorando su estado de ánimo y su motivación, incrementa la energía, la resistencia, la rapidez y disminuye el cansancio. (www.wikipedia.org, 2015).

AGUAS AROMÁTICAS

Las Hierbas Aromáticas y Especies son importantes en la historia, tanto por sus propiedades curativas como culinarias. A cualquier comida le dan un toque especial y ofrecen un sabor único y estas plantas siempre están relacionadas con el Oriente y con el exotismo, lo cierto es, que la mayor parte proviene

originariamente de Oriente y sus aromas envolventes y densos nos recuerdan el exotismo oriental.

CHOCOLATE

Sustancia alimenticia que se elabora con una pasta de cacao en polvo y azúcar pulverizado y que se presenta en diversas formas y variedades según los procesos de elaboración utilizados y los ingredientes añadidos para darle el sabor especial que desea el preparador.

TAMAL

Es el nombre genérico dado a varios platillos de origen indígena preparados generalmente con masa de maíz rellena de carnes, vegetales, chiles, frutas, salsas y otros ingredientes, envuelta en hojas de mazorca de maíz o de plátano, bijao, maguey, aguacate, canak e incluso papel de aluminio o plástico, y cocida en agua al vapor y pueden tener sabor dulce o salado. (www.wikipedia.org, 2015)

HUMITAS

Es un alimento de origen andino, típico de Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú y está elaborado por una pasta o masa de maíz de grano de choclo, levemente aliñada, envuelta y finalmente cocida o tostada en las propias hojas de panca de una mazorca de maíz.

QUIMBOLITOS.

Es un producto muy ofertado por los salones de comida rápida y está elaborado por harina de maíz, mantequilla, huevo, queso, uvas pasas, en ciertos casos llevan pedazos de chocolate, cocidos al vapor y envueltos en hojas de achira y es muy parecido a la cocción de los tamales.

EMPANADAS DE VERDE

Es el alimento muy tradicional en la ciudad de Loja, el mismo que es elaborado con la materia prima del plátano verde, es cocido previamente para luego ser triturado y posteriormente darle la forma y sabor necesario para el deleite de los consumidores.

Este exquisito bocadito de la región costa del Ecuador, se recomienda servirlo con café o con agua aromática.

BOLON DE VERDE

Consiste en una bola casi del tamaño de un puño hecha de una masa de plátano verde cocido y triturado que tiene ingredientes como mantequilla, queso, sal, cebolla achiote y aceite; este tipo de producto es muy apetecido en el desayuno de las provincias de la costa ecuatoriana como alimento tradicional, pero en la ciudad de Loja es de muy buen agrado por su buena preparación y buen sabor.

MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE MERCADO

La economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas. Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado particular. (Chain, 2011, pág. 45)

MERCADO

“Sitio o lugar donde se dan las relaciones comerciales de venta y compra de mercancía, de acuerdo con los precios establecidos y la mercancía”. (Reyes, 2001)

DEMANDA DE MERCADO

La demanda es una función que depende del comportamiento de algunas variables, tales como: el nivel de ingreso de los consumidores, el patrón de gasto de los mismos, la tasa de crecimiento de la población, el comportamiento de los precios tanto de los bienes sustitutos como complementarios, preferencias de los consumidores y naturalmente de la acción de los entes gubernamentales. (Miranda, 2011, pág. 97)

ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Cobertura del Estudio de Mercado

La primera etapa se refiere a la delimitación del área geográfica a la cual se circunscribirá la investigación que se pretende efectuar. En este punto, se debe especificar el detalle o nivel de desagregación con el que se requiere presentar la información, el cual puede estar referido a entidades geográficas, tipos de productos, etc. (Pimentel, 2008, pág. 30)

Recopilación de la Información

La segunda aborda el problema de obtener la información necesaria para cumplir con la cuantificación del mercado doméstico disponible para el proyecto.

Básicamente se refiere a una investigación documental y/o de muestreo, a través de la cual se recaba un conjunto de informaciones dirigidas a responder

ciertos aspectos que contempla el estudio de mercado (...) (Pimentel, 2008, pág. 30)

Análisis de la Información

La tercera etapa del análisis de mercado deberá responder a cuatro preguntas básicas que orientan el diseño de la investigación sobre la demanda, la oferta y la comercialización de los bienes y/o servicios en estudio.

¿Cuánto se podrá vender por tipo de productos y de clientes?

¿Cuáles son las condiciones de venta que deben adoptarse?

¿Qué problemas plantea el marco de factores económicos políticos y sociales?

¿Cuál es la mejor estrategia de comercialización del producto? (Pimentel, 2008, pág. 30)

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Geográfica: “Es una subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles; los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, provincias, departamentos, municipios, ciudades, barrios. Debe tenerse en cuenta que algunos productos son sensibles a la cultura de una nación, pueblo o región”. (Amaya, 2011, pág. 3)

Demográfica: “La demografía es el estudio de los factores sociales y económicos que influyen en el comportamiento humano. La segmentación

demográfica, por lo tanto, estudia los factores económicos y sociales que influyen en el comportamiento de un consumidor individual”. (Amaya, 2011, pág. 3)

Psicográfica: “El término psicografía fue acuñado para designar una amplia serie de descripciones psicológicas y conductuales del mercado. Consiste en examinar atributos relacionados con: Clase social o estatus socioeconómico, Personalidad, Estilos de vida y valores”. (Amaya, 2011, pág. 3)

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

“Se llama Demanda Potencial a la Demanda que existe en el Mercado para el consumo de diversos productos y que, por diversos factores, no ha llegado a cubrir las necesidades del Consumidor”. (Hernandez V. , 2009)

DEMANDA REAL

“La demanda real de un cierto producto o servicio a diferentes precios puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de consumidor”. (Cabezut, 2009)

DEMANDA EFECTIVA

“Se halla constituida por el segmento de Demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto”. (Hernandez , 2009)

DEMANDA INSATISFECHA

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta. (Hernandez , 2009)

OFERTA DE MERCADO

Es la cantidad de bienes y servicios que una empresa puede ofrecer a los consumidores relacionados directamente con la cantidad de demandantes, ya que no hay empresa productora si no hay consumidor.

La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima (especialmente en la oferta agrícola y agroindustrial) , los precios de los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de la competencia, etc. (Miranda, 2011, pág. 112)

LAS CUATRO P

Producto

“El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores”. (Espinosa, 2014)

Precio

“El precio es la variable del marketing por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar

ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc”. (Espinosa, 2014)

Promoción

“Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto”. (Espinosa, 2014)

Plaza

“También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta”. (Espinosa, 2014)

ESTUDIO TÉCNICO

Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. (Chain, 2011, pág. 123)

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. (Vázquez, 2009)

MACRO- LOCALIZACIÓN

“Es el estudio que tiene por objetivo determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características establecen ventajas y desventajas que se pueden comparar alternativos para la ubicación de la planta; y solo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico”. (Kerly y Khaterine y shellmy , 2013).

MICRO-LOCALIZACIÓN

“Tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario”. (Vázquez, 2009)

CAPACIDAD INSTALADA

Es una tasa de producción, una cantidad de rendimiento en un tiempo determinado y la producción máxima que es posible obtener en ese tiempo (...). El concepto de la capacidad es dinámico y está sujeta a cambios: es susceptible de ser administrado, hasta cierto punto puede ajustarse a las tasas necesarias y atender las necesidades del mercado. (Moore, 1990)

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se es aconsejable que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente se estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salva que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas. (Hernandez L. , 2014, pág. 2)

FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Son esquemas que describen paso a paso una actividad, son una descripción de una secuencia de actividades.

Pueden ser usados para:

- ✓ Describir el proceso que se está estudiando.
- ✓ Describir el orden y la secuencia deseada de un sistema nuevo y mejorado.
- ✓ Describir desde el recorrido de una factura hasta los pasos para realizar una venta, un servicio o producto. (Hernandez L. , 2014, pág. 3)

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (Morales, 2010, pág. 2).

CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS

Es la denominación legal que el Código Civil otorga a los individuos en reconocimiento de su capacidad de adquirir derechos y obligaciones.

Como persona natural, se puede crear una empresa unipersonal y tener trabajadores a quienes se debe inscribir en el libro de planillas. (Rengel, 2011)

MISIÓN

“Es brindar un servicio de excelencia a la gama de clientes ofreciendo productos de calidad y una atención de total exclusividad, permitiéndoles que disfruten de un ambiente tranquilo” (...). (Baldeón, Flores, Sánchez, 2012)

VISIÓN

Ser pioneros en el mercado local marcando día a día la mejora continua e impulsando al personal del establecimiento a trabajar continuamente para obtener la confianza y fidelidad de los clientes y de esta manera cumplir con las metas y objetivos propuestos. (Baldeón, Flores, Sánchez, 2012)

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

"Sistema de relaciones formales que se establecen en el interior de una organización/empresa para que ésta alcance sus objetivos de conservación, productivos y económicos". (Rengel, 2011)

ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica y sistemática de una agrupación de la organización, las interrelaciones, se establecen los organigramas con la finalidad de estructurar los derechos y obligaciones y establecer la autoridad nominadora para que dirija y controle las actividades de la empresa. (Sapag, 2008)

NIVELES JERÁRQUICOS

“La administración implica necesariamente, delegar responsabilidad y autoridad. El grado de autoridad y responsabilidad que se da dentro de cada línea determina los niveles jerárquicos”. (Celedonio, 2006, pág. 21)

MANUAL DE FUNCIONES

“Esta unidad concreta de trabajo (célula de toda la vida económico – social en la empresa) recibe el nombre de puesto. El puesto puede definirse como una unidad de trabajo específica e impersonal”. (Celedonio, 2006)

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

ACTIVO

“Incluye todos los bienes y derechos que la empresa posee y tienen valor monetario”. (Gonzalez, 2011, pág. 15).

ACTIVO CIRCULANTE

“Los activos para ser circulantes, deben transformar los conceptos en efectivo en termino no mayor a un año o del ciclo financiero a corto plazo de la entidad si el ciclo es mayor a un año”. (Moreno, 2012, pág. 184)

ACTIVO FIJO

Son aquellos bienes físicos o tangibles de propiedad de la empresa que tiene cierta permanencia o fijeza en el tiempo por lo general en un periodo de un año y se han adquirido con el propósito de usarlos y no venderlos; naturalmente que cuando se encuentren en malas condiciones o no presten un servicio efectivo, si pueden venderse o cambiarse. (Bravo, 2010)

ACTIVO DIFERIDO

“El saldo de las cuentas del activo diferido está constituido por gastos pagados por anticipado, sobre los cuales se tiene el derecho de recibir un servicio aprovechable, tanto en el mismo ejercicio como en posteriores”. (Moreno, 2012)

PASIVOS

Los pasivos son las fuentes de financiamiento para la empresa o proyecto de inversión, los cuales generan un costo de oportunidad o tasa de interés por el uso del mismo. Visto desde estas dos ópticas deben ser objeto de estudio, primero como oportunidad porque se lleva a cabo inversión que genera progreso y segundo, el costo relevante que implica el uso de dineros, que la pueden llevar al fracaso. (Fierro, 2012).

CAPITAL

“El capital representa la financiación procedente de las aportaciones realizadas por los propietarios de la empresa, tanto en el momento en que ésta se formó como en fechas posteriores, siendo éste el significado económico del capital”. (Cervera, 2010, pág. 10).

CAPITAL SOCIAL

Capital social es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.

CAPITAL SUSCRITO

“Es la parte del capital autorizado que los accionistas de las sociedades por acciones se comprometen a pagar. Las acciones no suscritas en el acto de constitución y las que emita posteriormente la sociedad serán de acuerdo al reglamento de suscripción”. (Arias, 2013)

CAPITAL PAGADO

“Certificación suscrita por el revisor fiscal de la sociedad inscrita en el Registro Mercantil indicando el valor del aumento y la nueva composición del capital pagado”. (Arias, 2013)

CAPITAL CONTABLE

“Es utilizado para las entidades lucrativas, y el de patrimonio contable, para las entidades con propósitos no lucrativos; sin embargo, para efectos de este marco conceptual, ambos se definen en estos mismos términos”. (Moreno, 2012, pág. 187)

AMORTIZACIONES

Las amortizaciones se presentan cuando los activos de una empresa comienzan a perder valor a lo largo del tiempo, ya sea por el uso que se les da o por el tiempo transcurrido de vida útil y esa pérdida se amortiza para los años del proyecto con la finalidad de que ese gasto no se acumule a un solo periodo, sino que a través del tiempo ese gasto pueda ser devengado. (Bravo, 2010)

DEPRECIACIONES

Es el proceso mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él con el pasar del tiempo, esto sucede en todos los activos cuando es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable, es decir cumple con el uso estimado para la empresa por lo que necesita ser renovada la maquinaria (...). (Bravo, 2010)

FINANCIAMIENTO

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse en el mercado (...); también se debe tomar en cuenta que para el financiamiento no puede ser más del 50% de crédito de la inversión total ya que sino la empresa pasaría a ser de una tercera persona y tampoco el Banco le otorgaría el crédito. (Bravo, 2010)

COSTOS FIJOS

Son aquellos Costos en que necesariamente se tienen que incurrir al iniciar operaciones, es decir representan los Costos que debe pagar el Proyecto aun cuando produzca nada. Se definen como Costos Fijos porque permanecen constantes a los diferentes niveles de producción mientras el Proyecto se mantenga dentro de los límites de su capacidad productiva (tamaño de planta). (Hernandez, 2009)

COSTOS VARIABLES

Son aquellos que varían al variar el volumen de Producción, los Costos Variables se mueven en la misma dirección del nivel de Producción. Vale decir, varían en forma directa con el cambio de volúmenes de Producción. A menor nivel de Producción los Costos Variables se incrementan y a menor Producción los mismos Costos disminuyen. (Hernandez, 2009)

INGRESOS

Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado o patrimonio contable, respectivamente. (Marrufo, 2011, pág. 4)

EGRESOS

Son decrementos de los activos o incrementos de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con la intención de generar ingresos y con un impacto desfavorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en su capital ganado o patrimonio contable respectivamente. (Marrufo, 2011, pág. 7)

ESTADOS FINANCIEROS

La contabilidad tiene como uno de sus principales objetivos el conocer la situación económica y financiera de la empresa al término de un período contable o ejercicio económico, el mismo que se logra a través de la preparación de los siguientes Estados Financieros:

- ✓ Estado de situación financiera.

- ✓ Estado de resultados integral.
- ✓ Estado de cambios en el patrimonio.
- ✓ Estado de flujo de efectivo.
- ✓ Notas en los estados financieros (Bravo, 2010).
- ✓ Notas en los estados financieros. (Bravo, 2010).

FLUJO DE CAJA

El Presupuesto de caja, o pronóstico de caja, es un estado de entradas y salidas de efectivo planeadas de la empresa. Esto lo usa para calcular sus necesidades de efectivo a corto plazo, dedicando especial atención a la planificación de los excedentes y faltantes de caja. (Gitman, 2010)

PUNTO DE EQUILIBRIO

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costos totales, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y costes variables. (Bravo, 2010)

Formula en Función de Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

Formula en Función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

Dónde:

PE= punto de equilibrio

1= constante

CF= costo fijo

VT= ventas totales

CV= costos variables

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“Constituye un indicador de gran utilidad en la evaluación de proyectos de inversión. Se considera que una firma debe aceptar proyectos de inversión. Se considera que una firma debe aceptar proyectos de inversión, cuando estos aumenten su valor Actual Neto” (Pimentel, 2008, pág. 175)

Fórmula:

$$VAN = \frac{D1}{(1+i)^1} + \frac{D2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Dn}{(1+i)^n}$$

Para proyectos mutuamente excluyentes se escoge el proyecto con el mayor VAN y se rigen por la siguiente regla.

VAN >0 Se elige el proyecto

VAN <0 No se acepta el proyecto

VAN=0 financieramente NO se elige, pero estratégicamente puede ser escogido. (Fernandez, 2007)

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es aquella tasa de descuento que haga que el valor presente neto del flujo de efectivos sea igual a cero, o bien; es la tasa de descuento mediante la cual se

igual a el valor presente de los beneficios o ingresos con el valor presente de los costos, egresos o inversión. (Pimentel, 2008, pág. 177)

Fórmula del Autor Baca Urbina

$$TIR = T_m + D_t * \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

Dónde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

T_m= La tasa de descuento (la tasa de rendimiento que se podría ganar en una inversión en los mercados financieros con un riesgo similar).

D_t = es la tasa en el tiempo t.

BENEFICIO/COSTO (B/C)

Permite determinar la relación entre los ingresos netos y los costos totales para establecer la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos e ingresos actualizados en cada uno de los periodos del proyecto de inversión. (Baca, 2010)

Fórmula del Autor Baca Urbina

$$B/C = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costos Actualizado}}$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC)

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto, esto dependerá del monto de la inversión y también de las utilidades obtenidas año a año para con esto recuperar el menor tiempo posible la inversión total del proyecto. (Baca, 2010)

Fórmula del Autor Baca Urbina:

$$PRC = \text{Año que Supera la Inversión} + \frac{(\text{Inversión} - \sum \text{primeros Flujos})}{\text{Flujo que supera la inversión}}$$

El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite el estudio de la posible variación de los elementos que determinan una inversión de forma que, en función de alguno de los criterios de valoración, se cumpla que la inversión es efectuable o es preferible a otra. Por ejemplo, se puede analizar cuál es la cuantía mínima de uno de los flujos de caja para que la inversión sea efectuable según el Valor Actualizado Neto (VAN), o cuál es valor máximo que puede tener el desembolso inicial para que una inversión sea preferible a otra según la Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad (TIR). El análisis de sensibilidad se considera como una primera aproximación al estudio de inversiones con riesgo, ya que permite identificar aquellos elementos que son más sensibles ante una variación. (Campo, 2012)

Formula del Autor Baca Urbina:

$$AS = \frac{(VAN_n - VAN_e)}{VAN_e}$$

Dónde:

VAN_n= es el nuevo VAN obtenido

VAN_e = es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable.

Fórmula:

$$AS = \frac{(VANn - VANE)}{VANE}$$

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

e. RECURSOS MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES UTILIZADOS

El proyecto de inversión se basó en la utilización de materiales tales como: Computadora, Impresora, Copias, útiles de oficina para la elaboración del proyecto; para la recopilación de la información se utilizó libros revistas y páginas de internet; se utilizó recursos económicos para la salida de campo en viáticos del postulante y para impresiones de los borradores de tesis.

MÉTODOS UTILIZADOS

La investigación se basó en el uso de los siguientes métodos:

MÉTODO CIENTÍFICO

Utilizado en el desarrollo del proyecto de tesis, el que permitió la aplicación de procedimientos lógicos y sistematizados a través de criterios de investigadores

para la elaboración de la revisión de la literatura en temas referentes a proyectos de inversión.

MÉTODO MATEMÁTICO

Permitió realizar los diferentes cálculos correspondientes a estudio de mercado, técnico, financiero y evaluación económica, logrando obtener resultados exactos y precisos para la elaboración correcta del proyecto de inversión.

MÉTODO ESTADÍSTICO

Permitió recopilar y ordenar datos numéricos en lo referente a la aplicación de la encuesta dentro del estudio de mercado, permitiendo estos resultados el desarrollo de los demás estudios del proyecto.

MÉTODO DEDUCTIVO

Permitió deducir cada uno de los estudios del proyecto de inversión de la Cafetería Villonaco S.A. partiendo desde el estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero basándose en datos estadísticos para posteriormente sacar las correspondientes conclusiones y recomendaciones para determinar la viabilidad del proyecto.

MÉTODO INDUCTIVO

Permitió ampliar de manera concreta la información de la aplicación de encuesta y entrevista que se aplicaron a los posibles clientes y administrador de cafeterías respectivamente en la ciudad de Loja.

MÉTODO ANALÍTICO

Permitió sacar conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos tanto del estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

Para la realización de la tesis se utilizó las siguientes técnicas como:

OBSERVACIÓN

Permitió en el estudio técnico establecer el lugar adecuado para la ubicación de la cafetería, además ayudó a determinar las instalaciones y también reflejar los servicios que los visitantes deseen que se les oferte.

ENCUESTA

Se basó en preguntas formuladas a los diferentes visitantes del parque eólico Villonaco.

ENTREVISTA

Aplicada a administradores de cafeterías, proveedores de materia prima, almacenes de menaje y vajilla que permitieron adquirir los recursos necesarios para la operación de la empresa.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población en el presente proyecto está integrada por todas las personas que visitan el parque eólico Villonaco tanto de la provincia de Loja, nacional y extranjeros registrados en los años 2013 y 2014 por la empresa CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador) desde que entró en operación y están distribuidas conforme al siguiente cuadro.

CUADRO N° 1

Población total Visitantes año 2013	19.443,00
Población total Visitantes año 2014	26.738,00
Tasa de crecimiento anual	0.046%
Tasa margen de error	5%
Años de vida útil	5 años
Año base	2015

Fuente: CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador) Anexo N° 22
Elaboración: el autor

Flujo de Visitantes Mensual al Parque Eólico Villonaco.

CUADRO N° 2

MESES	AÑO 2013	AÑO 2014
Enero	-	1.452,00
Febrero	1.258,00	1.030,00
Marzo	658,00	1.066,00
Abril	1.896,00	1.266,00
Mayo	1.489,00	2.119,00
Junio	958,00	1.654,00
Julio	2.147,00	2.626,00
Agosto	2.945,00	4.005,00
Septiembre	2.140,00	1.635,00
Octubre	1.689,00	3.494,00
Noviembre	2.144,00	3.829,00
Diciembre	2.119,00	2.562,00
TOTAL	19.443,00	26.738,00

Fuente: CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador) Anexo N° 22
Elaboración: el autor

El comportamiento del número de visitantes a la central eólica Villonaco tiene una tendencia irregular por lo cual se determinará la tasa de crecimiento para los datos y se empleará la mayor cantidad registrada en el mes de Agosto y la subsiguiente en tendencia descendente que es la registrada en el mes de Noviembre para obtener la población proyectada como se muestra a continuación:

Fórmula para la Tasa de Crecimiento Proyectada (Suntasi, 2007, pág. 57)

$$\text{TCP} = \frac{\text{número de visitantes de Agosto 2014} - \text{número de visitantes de Noviembre 2014}}{\text{número de visitantes de noviembre 2014}} * 100$$

$$\text{Tasa de Crecimiento Mensual} = \frac{4.005 - 3.829}{3.829} = 0,046 * 100 = 4,60\%$$

Población de Visitantes Proyectada Mensualmente

CUADRO N° 3

MESES	AÑO 2013	AÑO 2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Enero		1.452	1.519	1.589	1.662	1.738	1.818	1.902
Febrero	1.258	1.030	1.077	1.127	1.179	1.233	1.290	1.349
Marzo	658	1.066	1.115	1.166	1.220	1.276	1.335	1.396
Abril	1.896	1.266	1.324	1.385	1.449	1.516	1.585	1.658
Mayo	1.489	2.119	2.216	2.318	2.425	2.537	2.653	2.775
Junio	958	1.654	1.730	1.810	1.893	1.980	2.071	2.166
Julio	2.147	2.626	2.747	2.873	3.005	3.144	3.288	3.439
Agosto	2.945	4.005	4.189	4.382	4.584	4.794	5.015	5.246
Septiembre	2.140	1.635	1.710	1.789	1.871	1.957	2.047	2.141
Octubre	1.689	3.494	3.655	3.823	3.999	4.183	4.375	4.576
Noviembre	2.144	3.829	4.005	4.189	4.382	4.584	4.795	5.015
Diciembre	2.119	2.562	2.680	2.803	2.932	3.067	3.208	3.356
TOTAL	19.443	26.738	27.968	29.254	30.600	32.008	33.480	35.020

Fuente: CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador)

Elaboración: el autor

Población de Visitantes Proyectada Anualmente

CUADRO N° 4

AÑOS	POBLACION TOTAL
2013	19.443
2014	26.738
2015	27.968
2016	29.254
2017	30.600
2018	32.008
2019	33.480
2020	35.020

Fuente: CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador)

Elaboración: el autor

Fórmula de Incremento - Proyección (Torrado, 2008, pág. 12)

$$Pf = Po (1+i)^n$$

Dónde:

Pf= Año proyectado.

Po= Población inicial.

1= Constante.

i= Tasa de crecimiento de población anual.

n= Número de años.

Aplicación de la Fórmula

$$2014 = 26.738$$

$$2015 = 26.738 (1+0.046)^1 = 27.968$$

$$2016 = 26.738 (1+0.046)^2 = 29.254$$

$$2017 = 26.738 (1+0.046)^3 = 30.600$$

$$2018 = 26.738 (1+0.046)^4 = 32.008$$

$$2019 = 26.738 (1+0.046)^5 = 33.480$$

$$2020 = 26.738 (1+0.046)^6 = 35.020$$

Fórmula de la Muestra (Yamane, 2013, pág. 12)

La muestra (denotada como “m”) es el conjunto de casos extraídos de una población, seleccionados por algún método de muestreo. La muestra siempre es una parte de la población.

$$M = \frac{N}{1 + N * e^2}$$

Dónde:

M= Muestra

N= Población

1= Constante.

e²= Tasa de margen de error.

$$M = \frac{27.968}{1 + 27.968 * 0.05^2}$$

$$M = \frac{27.968}{71} = 394$$

f. RESULTADOS

Tabulación de la Encuesta Aplicada a los Visitantes del Parque Eólico Villonaco de la Ciudad de Loja

La respectiva encuesta fue formulada a los turistas locales, provinciales nacionales y extranjeros que visitan al parque Eólico Villonaco, tuvo un total de doce preguntas que fueron resueltas por 394 visitantes con la finalidad de obtener información del mercado al cual se orienta los servicios de cafetería que se pretende ofrecer para mejorar el turismo en la localidad y buscar satisfacer las expectativas de todos los visitantes.

1) ¿Le gustaría a usted que exista una cafetería cercana al parque eólico Villonaco?

CUADRO N° 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	355	90
NO	39	10
TOTAL	394	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos en la primera interrogante se tiene que un 90% le gustaría que exista una cafetería cercana al parque eólico Villonaco, dato que determina la demanda real, estas personas en su mayoría han manifestado su afirmación, debido a la necesidad de consumir un tipo de

alimento y bebida que ayude a mejorar el ánimo y energía ya que el sector es evidente que la temperatura es muy baja, sin embargo se tiene que un 10% no le gustaría que se implemente la cafetería, esta información nos demuestra que los visitantes no desean este tipo de servicio ya sea porque son visitantes cercanos al parque, los mismos llevan alimentos, bebidas para satisfacer sus apetitos y de cierta manera algunos prefieren hacer casa campal en familia, amigos con sus propios implementos turísticos de campo.

2) ¿En caso de implementarse una cafetería aledaña al parque eólico Villonaco que contará con buena vista, comodidad y atención de primera, estaría dispuesto a hacer uso de los servicios?

CUADRO N° 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	352	99
NO	3	1
TOTAL	355	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

De las 394 personas encuestadas en la primera pregunta para responder a esta interrogante han quedado 355 que representan el 100% y de este 100% 352 personas que representan un 99% manifestaron que en caso de implementarse la cafetería aledaña a este parque que cuente con buena vista comodidad, preste atención de primera, sí estarían dispuestos hacer uso de los

servicios, dato que representa la demanda efectiva para las siguientes interrogantes; mientras que de las 355 personas que quedaron de la primera segmentación tres de estas que representan un 1% consideran que en caso de implementarse la cafetería no harían uso del servicio, sumado esto a la calidad del servicio, ya que tienen la disyuntiva que en locales se oferta comida guardada y que pueden verse afectados en su salud.

3) ¿Si tuviese la oportunidad de visitar la Cafetería con qué frecuencia lo haría?

CUADRO N° 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Una vez al mes	213	61
Una vez cada 3 meses	37	11
Una vez cada 4 meses	30	9
Una vez cada 6 meses	47	13
Una vez al año	25	7
TOTAL	352	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

Una vez determinada la demanda efectiva en la pregunta dos, el objetivo de esta interrogante es conocer el consumo per cápita que pretende tener la cafetería, para esto se interrogó la cantidad de veces que esta persona visitaría y haría uso del servicio a ofertarse a todos los visitantes, manifestándose las 352 personas que quedaron como demanda efectiva de la siguiente manera:

un total de 61% prefieren hacer la visita una vez al mes, por razones que el lugar es atractivo con mucha adrenalina y también porque el lugar se encuentra cercano a la ciudad de Loja; y, con un 13% las personas que son de otras provincias a veces muy largos viajes; así también un 11% considera que si tuviese la oportunidad, lo prudente sería cada tres meses ya que algunas personas son de la provincia y no tienen el tiempo necesario para recurrir a la visita; mientras que un 9% prefiere hacer la visita cada 4 meses por motivos de que son personas lejanas a la ciudad de Loja y por último con un 7% los turistas que vienen de otras provincias y además los visitantes extranjeros por motivos de viaje y estadía.

4) ¿si usted tuviese la ocasión de visitar la cafetería, en compañía de cuantas personas lo haría?:

CUADRO N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Solo	20	6
Dos	74	21
De Tres a Cinco	175	50
De Seis a Diez	74	21
De Once a Más	9	3
TOTAL	352	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

Esta interrogante se la efectuó, con la finalidad de conocer que cada persona encuestada en compañía de cuantos visitaría la cafetería y de esta manera obtener la cantidad de los posibles clientes que lograría ganar la cafetería manifestándose de la siguiente manera: de las 352 personas que representan

la demanda efectiva y por ende representan el 100% que a su vez está distribuido con un 50% totalmente mayoritario que lo hacen en compañía de tres a cinco personas, por razones de que cuando visitan lugares turísticos y atractivos lo hacen en grupos de amigos y familia con la finalidad de compartir momentos amenos en compañía de personas cercanas; mientras que un 21% visitaría la cafetería en compañía de otra persona ya que pueden hablar y disfrutar de la diversidad de la naturaleza; mientras que un 21% la visita la haría en grupos de personas más grandes de seis a diez en casos de familias numerosas que prefieren en los fines de semana compartir todos y pasar momentos agradables y sobre todo por la cercanía para las familias lojanas; un 6% debido a que el lugar se encuentra cercano a la ciudad de Loja y por ende prefieren hacerlo solos; mientras que un 3% lo haría en grupos de personas numerosos de once a más, estos grupos los representan paralelos de estudiantes de colegios y universidades de las diferentes partes del país.

5) ¿Al momento de adquirir el servicio de la cafetería, que es lo primero que usted tomaría en cuenta?

CUADRO N° 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Decoración	59	14
Cantidad del servicio	72	17
Calidad del servicio	197	46
El precio	96	23
TOTAL	424	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

En esta pregunta se abordó lo que el cliente tomaría en cuenta al momento de adquirir los servicios de la cafetería, teniendo opción múltiple el encuestado al momento de escoger las opciones presentadas prefiriendo un 46 % los visitantes tomarían muy en cuenta la calidad del servicio, es decir desde el momento de la recepción que sea ágil y oportuno para complementar la satisfacción que esperan al momento de hacer uso del servicio; un 23% de los encuestados se refieren a que antes de hacer uso del servicio a ofertarse, si tomarían muy en cuenta el precio a cobrarse, ya que caso contrario prefieren aguantar la necesidad hasta llegar a otro lugar cercano para hacer uso del servicio; un 17% las personas que prefieren que la cafetería cuente con cantidad del alimento o bebida, ya que manifiestan que en ciertos locales de expendio de alimentos y bebidas las porciones son muy limitadas con relación al precio establecido; un 14% la decoración de la cafetería, es decir que las personas no tomarían muy en cuenta las readecuaciones de lujo, sino más bien otras cualidades.

6.1) ¿Qué tipos de productos le gustaría que se expendan:

CUADRO N° 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Tamal	181	21
Humita	159	19
Quimbolitos	137	16
Empanadas de verde	162	19
Bolón de verde	129	15

Sánduches	76	9
Tigrillo	7	0,8
Pizza	3	0,4
Papas	2	0,2
TOTAL	856	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

Esta interrogante se formuló con el fin de establecer los alimentos que mayor acogida puede alcanzar la cafetería de acuerdo a los gustos y preferencias de los visitantes, cabe señalar que en esta pregunta los encuestados tenían opción múltiple de acuerdo a los alimentos de consumo tradicional de la ciudad de Loja, además tenían la opción de señalar cualquier otro alimento que no se encontraba y que optaban que se expendiera destacándose con un 21% de los encuestados que les gustaría consumir el tamal por ser un alimento tradicional en Loja; además un 19% también les gustaría que se expendieran humitas, un alimento también muy tradicional que además en Loja existe muy buena fuente de materia prima, ya que algunos cantones son grandes productores de maíz; un 19% le gustaría que se expendieran las empanadas de verde por ser un producto similar al bolón de verde que los visitantes prefieren que se expendiera; con un 16% de los encuestados prefieren que se expendieran los quimbolitos, por razones de ser un producto de consumo típico en el Ecuador y que cuenta con mucha materia prima de maíz para su elaboración; con un 15% el bolón de verde por ser un alimento tradicional que son muy requeridos en los centros de

expendio de comida de la ciudad de Loja; un 9% de los turistas optaron por que se oferte los conocidos y tradicionales sánduches; además como los encuestados tenían la opción múltiple, señalando un 0,8 para que se expendan el reconocido tigrillo además también la pizza con 0,4% y las papas con 0,2% por ser alimentos muy apetecibles a nivel nacional.

6.2) ¿Qué tipos de Bebidas le gustaría que se expendan:

CUADRO N° 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Café	210	26
Chocolate	173	21
Aguas Aromáticas	202	25
Batidos	88	11
Jugos	73	9
Gaseosas	65	8
Aguas	2	0,2
Cerveza	3	0,4
Canelazos	1	0,1
Morocho	1	0,1
Capuchino	2	0,2
Milkshake	2	0,2
TOTAL	822	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

Esta pregunta fue formulada adjunta a la pregunta seis a los encuestados con la finalidad de conocer las bebidas que les gustaría que se oferten en la cafetería por ser productos complementarios a los alimentos señalados anteriormente en esta misma pregunta y de igual forma se estableció un listado

de bebidas, debiendo los encuestados señalar las bebidas presentadas que creen que se deba ofertar, teniendo opción múltiple y además teniendo la iniciativa de sugerir otra bebida para su mejor satisfacción, señalando con un 26% el café por ser un energizante y ser un complemento para las bajas temperaturas que mantiene el Parque eólico Villonaco; el tradicional chocolate el 21% por ser un producto que se consume caliente y que de cierta manera ayuda a reducir el frío; un 25% prefiere que en la cafetería se expendan aguas aromáticas por ser hechas con yerbas medicinales que de alguna manera ayudan a cuidar el organismo; un 11% les gustaría que se elabore los batidos por ser un complemento a los alimentos anteriormente mencionados; un 9% los jugos por ser una bebida muy nutritiva y complementaria a cualquier tipo de alimento; un 8% les gustaría que se ofrezcan gaseosas por ser bebidas de consumo masivo y que son apetecibles por grupos familiares y de amigos por la facilidad de compartir este tipo de bebidas; y como se tenía opción múltiple, los encuestados sugirieron que también se oferte con un 0,4% tener acceso a cervezas en marcas reconocidas; aguas con 0,2%; el Milkshake con un 0,2% por ser una bebida que ayuda a relajarse del cansancio de caminatas; canelazos con 0,1% por ser una bebida caliente porque contrae el frío ; el reconocido morocho con 0,1%; el capuchino con un 0,1%.

7) ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría que se haga la publicidad de esta cafetería?

CUADRO N° 12

MEDIO	FRECUENCIA	%
Radio	173	27
Televisión	203	31
Internet	139	21
Periódico	57	9
Vallas publicitarias	28	4
Volantes	48	7
TOTAL	648	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

En lo referente a la publicidad de la cafetería, los encuestados tenían la opción múltiple de acuerdo a los medios formulados y han creído conveniente que se la haga de la siguiente manera: un 31% prefieren que se haga por la televisión; un 27% le gustaría que se la haga por la radio; y un 21% creen que se debe hacer por páginas y redes sociales; un 9% considera que se deba hacer por prensa escrita o periódicos de circulación local y nacional; un 7% manifiesta que se haga mediante el uso de volantes y por último un 4% cree que se deba hacer la publicidad mediante vallas publicitarias. Concluyendo que los medios más propicios para manejar la publicidad de la cafetería la Televisión con un 31% de sintonía y la radio con un 27%.

8) ¿Si su respuesta fue radio en que emisora le gustaría escuchar?

CUADRO N° 13

RADIOS	FRECUENCIA	%
Luz y vida	59	28
La hechicera	30	14
Semillas de amor	32	15
Radio municipal	19	9
Súper laser	49	24
La Bruja	5	2
Boquerón	11	5
Poder	3	1
TOTAL	208	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

En esta pregunta los encuestados tenían la posibilidad de escoger varias opciones de respuesta según su criterio y a la vez sugerir la radio que considere escuchar, la misma que es complemento a la anterior para aquellas personas que consideraron que la publicidad se la haga mediante medio radial, manifestándose de la siguiente manera: siendo el 28% la radio Luz y Vida que les gustaría escuchar los anuncios de la cafetería; un 24% les gustaría en el medio Súper Laser; y, un 15% en Semillas de Amor; mientras que un 14% prefiere que se haga en la radio la Hechicera; un 9% requiere que se haga en la Municipal; mientras que un 5% cree que se lo debe hacer en la Boquerón; un 2% en la radio La Bruja; y por último un 1% manifestó que se haga en la radio Poder. Llegando a la conclusión que las dos radios con mayor sintonía son la

Luz y Vida con un 28% y la Súper Laser con el 24%, siendo estos los medios más óptimos para hacer conocer la cafetería.

9) ¿A qué hora le gustaría que se transmita el anuncio?

CUADRO N° 14

HORARIO	FRECUENCIA	%
Mañana	95	41
Tarde	51	22
Noche	85	37
TOTAL	231	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

Los encuestados tenían la posibilidad de responder una o más opciones del horario de transmisión del medio radial, obteniendo las siguientes respuestas : un 41% le gustaría que se haga en la mañana, por razones en la que antes de ir a los trabajos y en los mismos hay mejor sintonía de las radios; en tanto que un 37% cree que se debe pasar los anuncios en la noche ya que la gran parte de radio escuchas se encuentran en los hogares; mientras que un 22% considera que se debe transmitir en la tarde. Llegando a la conclusión que la mayor cantidad de radio escuchas está en la mañana para difundir y hacer conocer la cafetería.

10) ¿Si su respuesta fue televisión en que canal le gustaría ver?

CUADRO N° 15

RADIO	FRECUENCIA	%
Ecuavisa	31	11
Teleamazonas	76	27
TC	33	12
Gama tv	32	11
Ecotel	80	28
UV Televisión	31	11
Ecuador Tv	3	1
TOTAL	286	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

De igual manera esta pregunta es un complemento a la pregunta 7 para las personas que desean que la publicidad se la haga por televisión, teniendo los encuestados la posibilidad de escoger de un listado de canales y a la vez sugerir canales de preferencia para hacer conocer la cafetería, manifestándose de la siguiente manera: un 28% considera que se haga por Ecotel Tv; un 27% cree que debe hacer por Teleamazonas; mientras que un 12% por Tc Televisión; un 11% por Ecuavisa; un 11% por Gama Tv; un 11% por UV Televisión; y, un 1% a través de Ecuador Tv. Llegando a la conclusión que los canales propicios para hacer conocer la cafetería son Ecotel Tv con un 28% como medio de publicidad local y otro canal con gran sintonía a nivel nacional es Teleamazonas con un 27%.

11) ¿A qué hora le gustaría que se transmita el anuncio?

CUADRO N° 16

HORARIO	FRECUENCIA	%
Mañana	62	28
Tarde	33	15
Noche	125	57
TOTAL	220	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

En esta pregunta los encuestados tenían opción múltiple de escoger el horario para la transmisión de la publicidad por canal de televisión, obteniendo los siguientes resultados: un 57% consideran que el anuncio televisivo de la cafetería se lo haga en la noche, razón por la cual las personas se encuentran en sus respectivos hogares; un 28% le gustaría que el anuncio se transmita en la mañana; mientras que un 15% cree que se debe hacer el anuncio en la tarde. Concluyendo que el horario oportuno para acaparar la mayor sintonía en la televisión es la noche con un 57%.

12) ¿Si su respuesta fue periódico en cual le gustaría leerlo?

CUADRO N° 17

PRENSA	FRECUENCIA	%
La Hora	60	77
La Crónica	7	9
Centinela	11	14
TOTAL	78	100

Fuente: Elaboración de la encuesta.

Elaboración: El autor.

Interpretación

En esta pregunta los encuestados tenían opción múltiple, respondiendo de la siguiente manera: se tiene una gran preferencia por el Diario La Hora con un 77%; con un 14% en el Diario Centinela; la Crónica de la Tarde con un 9%. Concluyendo que la mejor opción en cuanto a prensa escrita, para difundir y hacer conocer la cafetería es Diario La Hora.

ESTUDIO DE MERCADO

Al iniciar un proyecto el estudio de mercado es un elemento fundamental debido a que proporciona la información relevante para establecer la oferta y la demanda y de esta manera conocer el comportamiento de los clientes.

Objetivos del Estudio de Mercado

- ✓ Plasmar una segmentación correcta y adecuada del mercado.
- ✓ Establecer gustos y preferencia de los visitantes en cuanto a productos alimenticios y bebidas.
- ✓ Segmentar los diferentes tipos de demandas: potencial, real y efectiva.
- ✓ Construir la frecuencia de las visitas per-cápita.
- ✓ Establecer la oferta en el lugar, cave recalcar que no existe competencia de mercado.
- ✓ Crear la demanda insatisfecha de los alimentos y bebidas a ofertarse.
- ✓ Fomentar las estrategias de mercado con las 4P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción).

Descripción del Servicio

El presente proyecto se basa en la creación de una cafetería en el barrio Rumicorral (parque Eólico Villonaco) en la ciudad de Loja, con el propósito de brindar alimentos y bebidas, para dar mayor comodidad y satisfacción a todos los visitantes de este atractivo parque y los servicios que ofrecerá la empresa

estarán dirigidos a la ciudadanía lojana, de provincia, nacional y extranjeros para satisfacer sus necesidades en cuanto a mejorar su visita con servicios de calidad y eficiencia que pretende ofertar esta cafetería.

Descripción del Consumidor

La encuesta se aplicó tanto a ciudadanos lojanos de provincia nacionales y extranjeros que visitan el parque Eólico Villonaco como principal atractivo turístico que posee la ciudad de Loja, por lo que se ha considerado que todos los visitantes requieren hacer uso del servicio sin distinción de género etnia raza y color de piel debido a que el lugar existen bajas temperaturas y gran fuerza de viento por lo que se hace necesario para todo turista el consumo de cierta bebida o alimento para mejorar su energía en su visita.

Estudio de la Demanda

El estudio de la demanda es primordial en el estudio de mercado, ya que permite determinar en forma cuantitativa la demanda potencial Real y Efectiva, cuyos datos posteriormente servirán para tomar la decisión con respecto a la creación de la cafetería, también es necesario segmentar el mercado ya que para este proyecto la demanda potencial ya está dada que es la cantidad de visitantes que registra la Corporación Eléctrica del Ecuador (CELEC EP) en el año 2014, por su parte los resultados que arrojaron las encuestas en la pregunta N° 1 y 2 se obtuvo la segmentación de personas demandantes

Reales y efectivas. Tomando como base la población registrada por la Corporación antes mencionada la muestra fue de 394 visitantes.

Demanda Potencial

Se llama demanda potencial a todos los visitantes tanto de la ciudad de Loja, provincia, nacional y extranjera que han tenido la oportunidad de visitar el parque Eólico Villonaco así como también, datos obtenido de la empresa CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador), obteniendo así automáticamente la primera segmentación de solo visitantes de donde se obtuvo la muestra de 394 visitantes que representan el 100% de mis posibles clientes.

Tabla de Obtención de la Demanda Potencial

CUADRO N° 18

AÑOS	POBLACIÓN DE VISITANTES AL PARQUE EÓLICO VILLONACO	DEMANDA POTENCIAL 100% DE LOS VISITANTES
2015	27.968	27.968
2016	29.254	29.254
2017	30.600	30.600
2018	32.008	32.008
2019	33.480	33.480
2020	35.020	35.020

Fuente: CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador)

Elaboración: el autor

Para la obtención de la demanda potencial primeramente se tomó la población de visitantes proyectada anualmente tomando como base el año 2014 con una cantidad de visitantes de 26.738 determinando una tasa de crecimiento de 4,60% para el resto de los cinco años de vida útil del proyecto.

Demanda Real

Una vez determinada la demanda potencial que representa el total de la población de visitantes, ahora bien la demanda real está dada en la encuesta aplicada a los visitantes tanto de hombres y mujeres en la pregunta N° 1 que dice, ¿Le gustaría a usted que exista una cafetería cercana al parque eólico Villonaco? Obteniendo un 90% que les gustaría tener la cafetería y un 10% manifestó que no es necesario que exista la cafetería cercana al parque Eólico Villonaco, segmentando de esta manera la segunda demanda de todas las personas que dijeron que SI; con un total de 355 personas que representan el 100% para la siguiente segmentación de demanda efectiva.

Tabla de Obtención de la Demanda Real

CUADRO N° 19

AÑOS	POBLACIÓN DE VISITANTES	DEMANDA POTENCIAL 100% DE LOS VISITANTES	DEMANDA REAL 90% DE LOS VISITANTES CONSIDERAN QUE SE DEBE CREAR UNA CAFETERÍA
2014	26.738	26.738	24.064
2015	27.968	27.968	25.171
2016	29.254	29.254	26.329
2017	30.600	30.600	27.540
2018	32.008	32.008	28.807
2019	33.480	33.480	30.132
2020	35.020	35.020	31.518

Fuente: Tabla N° 6 de la Tabulación de Datos

Elaboración: el autor

Una vez obtenida la demanda real es necesario determinar los resultados de las encuestas en lo que se refiere a que si las personas segmentadas desean realmente hacer uso del servicio de cafetería con todas las comodidades y atenciones de primera que se espera ofertar a todos los visitantes, para lo cual se les formuló a los encuestados la siguiente interrogante ¿En caso de implementarse una cafetería aledaña al parque eólico Villonaco que contará con buena vista, comodidad y atención de primera, estaría dispuesto a hacer uso de los servicios?. Manifestando un 99% que si estaría de acuerdo en hacer uso del servicio, pero siempre y cuando oferte una buena vista, comodidad y sobre todo buena atención al cliente; mientras que tan solo el 1% reveló que no haría uso del servicio aunque se le de todas las comodidades posibles. Segmentándose nuevamente la población por tercera vez con un total de 352 visitantes que dijeron que SI harían uso del servicio a ofertarse en la cafetería, siendo esta la segmentación definitiva con la que se respondieron las preguntas posteriores formuladas para el estudio de mercado.

Tabla de la Obtención de la Demanda Efectiva

CUADRO N° 20

AÑOS	POBLACION DE VISITANTES	DEMANDA POTENCIAL 100% DE LOS VISITANTES	DEMANDA REAL 90% DE LOS VISITANTES QUE CONSIDERAN QUE SE DEBE CREAR UNA CAFETERÍA	DEMANDA EFECTIVA 99% DE VISITANTES ESTARIAN DISPUESTOS HACER USO DE LA CAFETERIA
AÑO BASE = 2015	27.968	27.968	25.171	24.919
2016	29.254	29.254	26.329	26.065
2017	30.600	30.600	27.540	27.265
2018	32.008	32.008	28.807	28.519
2019	33.480	33.480	30.132	29.831
2020	35.020	35.020	31.518	31.203

Fuente: Tabla N° 5 y 6 de la Tabulación de Datos

Elaboración: el autor

Consumo per-cápita Anual

Para sacar el consumo per-cápita anual se tomó en cuenta la entrevista al Ing. Rosvelt Israel Bustos Asistente de Comunicación de la empresa “CELEC EP” (Corporación Eléctrica del Ecuador) formulando la siguiente pregunta ¿según registros, cuál es el promedio que una misma persona visita al año el parque Eólico Villonaco de la ciudad de Loja” logrando obtener que una misma persona visita al año 8 veces, obteniendo de esta manera el consumo per-cápita anual en número de veces.

C. P. A = 8 VECES ANUALES DE CLIENTES

Con el resultado obtenido de 8 veces anuales se procede a multiplicar por la demanda efectiva de visitantes para llegar a obtener a ésta en veces anuales

Demanda Efectiva Proyectada en Veces Anuales (5 años de vida útil).

CUADRO N° 21

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA (Visitantes)	USO PER-CÁPITA ANUAL DEL SERVICIO	DEMANDA EFECTIVA (En número de veces)
2016	26.065	8	208.520
2017	27.265	8	218.120
2018	28.519	8	228.152
2019	29.831	8	238.648
2020	31.203	8	249.624

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

Esta demanda nos permite determinar la población real que específicamente van a consumir los alimentos y bebidas durante los cinco años de vida útil proyectados, tomando en cuenta el uso per cápita anual de visitantes.

Análisis de la Oferta

Se refiere a toda la cantidad de bienes o servicios que la competencia está dispuesta a ofrecer en un determinado periodo o espacio.

Se puede decir que la oferta se refiere a los servicios que ofrecen el mismo servicio en el mercado en el mismo parque eólico de la ciudad de Loja, por lo que es un mercado totalmente nuevo, ya que en el sector no existe otra cafetería que preste el mismo servicio a todos los visitantes de este atractivo parque, es por ello que la oferta determinada es cero.

En este estudio se ha considerado la oferta cero, en vista de que no existe una cafetería en el lugar que cubra las necesidades que tienen los diferentes visitantes al parque eólico Villonaco, es por esta razón y además las cafeterías de la ciudad de Loja no son consideradas competencia ya que el servicio es exclusivamente para los visitantes del sector y por lo tanto no se enmarca en una competencia directa con la cafetería a implantarse.

Demanda Insatisfecha

Es aquella que está establecida entre la demanda efectiva y la oferta total, a través de un análisis comparativo de la proyección anual y diaria de la participación que tendrá la empresa en el mercado durante los 5 años de vida útil del proyecto.

En el presente estudio se consideró como demanda insatisfecha la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta total, por tanto al haber obtenido la demanda efectiva para los 5 años de vida útil se procede a restar los resultados de la oferta que en este caso es cero hasta el año 2020 y la diferencia será el mercado no satisfecho en servicios de cafetería; así como se muestra a continuación:

CUADRO N° 22

Demanda Insatisfecha (5 años de vida útil)

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN VECES	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA (Visitantes)
2016	208.520	0	208.520
2017	218.120	0	218.120
2018	228.152	0	228.152
2019	238.648	0	238.648
2020	249.624	0	249.624

Fuente: Tabla N° 6 de la Tabulación de Datos

Elaboración: el autor

Análisis y Estrategias de Mercado

Análisis del Servicio

El servicio es el medio por el cual una empresa va a conseguir la satisfacción del cliente, con el que se conseguirá un intercambio económico, dinero por servicio, el análisis del servicio es muy necesario por lo que resulta importante hacer una relación del servicio y cliente, para de esta manera establecer la calidad del servicio con relación al precio que pagará el turista.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha, y según los resultados de las encuestas con respecto a precio, plaza, publicidad y promoción, será necesario también cómo se atenderá a los clientes desde el momento de la recepción hasta la salida del local, básicamente contendrá lo siguiente:

- ✓ La prestación del servicio se la realizará directamente con el usuario.
- ✓ Los alimentos y bebidas serán por lo general productos típicos de la ciudad de Loja.
- ✓ El servicio se ofrecerá a todas las personas que requieran hacer uso del servicio sin distinción de raza, etnia y color de piel o cualquier otra índole personal.

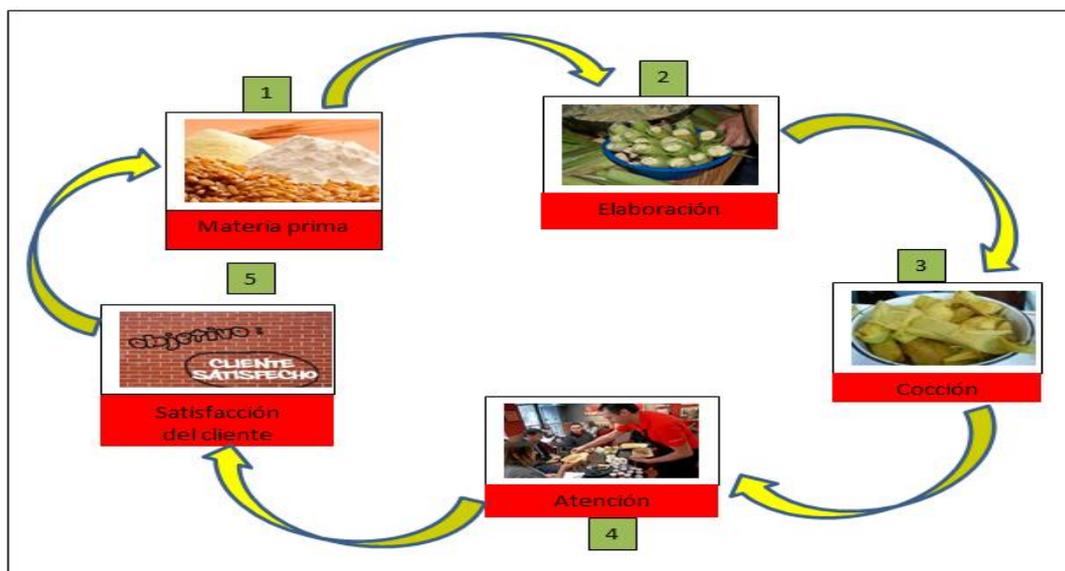
Características del Servicio

- ✓ Atención de primera desde la recepción hasta el abandono del local.
- ✓ Comodidad para el visitante y todas las personas acompañantes.
- ✓ Se ofrecerán cartas con los productos disponibles y a la vez los clientes puedan escoger de acuerdo a los gustos y preferencias.
- ✓ Los alimentos y bebidas serán frescos y del día.
- ✓ Se readecuarán las mesas de acuerdo al grupo de personas que deseen compartir.
- ✓ Se proyectará en pantalla o equipo, el programa más actualizado de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- ✓ Alimentos y bebidas a precios accesibles.
- ✓ Atención al cliente de miércoles a domingo.

Canal de Comercialización

Según los resultados obtenidos en base a las encuestas y la entrevista aplicada a cafeterías de la ciudad de Loja y uso de la observación directa se ha decidido utilizar el siguiente canal de comercialización.

GRÁFICO N° 1



Fuente: Entrevista a cafeterías.

Elaboración: el autor

La distribución para brindar una mejor atención al cliente se basará primeramente en la adquisición de la materia prima tanto de alimentos y bebidas que se ofrecerán, seguidamente se preparará cada uno de los productos haciendo uso de conocimientos y secretos de preparación y seguidamente se pasará a la cocción de toque final en la que los alimentos estarán listos para ser servidos en la vajilla correspondiente, según los pedidos de los clientes, donde se brindará la mejor atención al usuario para al final lograr la satisfacción del cliente.

Análisis de Precio

El precio del servicio es fundamental para la empresa, ya que serán los ingresos que le permitirá que se mantenga en el mercado y a la vez se puedan cubrir los gastos correspondientes que conlleva la administración de una empresa.

Para establecer el precio se tomará en cuenta los costos que demanda el servicio y además se ha decidido compararlo con productos que ofrecen cafeterías reconocidas en la ciudad de Loja, apoyándose de la entrevista que se realizó en la pregunta N° 5 referente a ¿cuál es el precio promedio que usted vende los productos? Manifestando un precio promedio que servirá para la fijación del precio correspondiente. Además se marginará un porcentaje adecuado tanto como utilidad para la empresa y a la vez también sea accesible al cliente, el mismo que será determinado posteriormente en el estudio financiero.

Análisis de la Promoción y Publicidad

Se ha elaborado este presupuesto tomando en cuenta las interrogantes de la encuesta, sobre los medios de comunicación con mayor aceptación por la ciudadanía, teniendo en cuenta los horarios de mayor sintonía, para conocer sobre los servicios de la cafetería, es por ello que la publicidad se la hará conocer por la radio Súper Laser una vez al día en horario de 8h00 de la mañana durante el mes de Agosto que es donde la ciudad de Loja recibe gran

cantidad de personas, además también se hará publicidad por un medio televisivo como Ecotel TV que posee gran sintonía en la localidad y se hará en los meses de agosto y noviembre correspondiente a dos meses por año en los días lunes, miércoles y viernes en horario de 21h00.

CUADRO N° 23

PUBLICIDAD	NOMBRE DE LOS MEDIOS	FACTOR	MESES DE PUBLICIDAD	VECES DE TRANSMISIÓN DIARIA	HORARIO	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
RADIO	SUPER LASER	50 seg.	Agosto	3 cuñas diarias de lunes a viernes	8,00H	40	160	160
TELEVISIÓN	ECOTEL TV	30 seg.	Agosto Noviembre	12 spots de lunes, miércoles y viernes	21,00H	150	600	1.200
TOTAL								1.360

Fuente: Elaboración de la Encuesta

Elaboración: el autor

ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio es realizado con ayuda de profesionales en el área de servicios de cafetería. Todo el análisis se lo realiza tomando en cuenta las mejores localizaciones, procesos de atención y equipo que sirve para la oferta de servicios.

La importancia radica en llevar a cabo una valoración económica de las variables técnicas del proyecto que permitan tener una apreciación de los recursos necesarios para el mismo proporcionando información útil para el desarrollo organizacional y financiero.

Objetivos del estudio Técnico

- ✓ Determinar la localización más adecuada en base a factores que determinan su mejor ubicación.
- ✓ Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- ✓ Rediseñar la ingeniería del servicio.
- ✓ Diseñar la distribución y procesos de la cafetería.
- ✓ Definir los recursos materiales y humanos necesarios para la operación de la empresa.

Localización

La localización de la empresa es fundamental para el buen desempeño de la misma, siendo el objetivo principal analizar los lugares donde existe la posibilidad de mejor ubicación estratégica del proyecto, para de esta manera establecer el lugar específico y adecuado para ofrecer el servicio eficiente a todos los visitantes del parque Eólico Villonaco de la ciudad de Loja.

Macro-localización: Consiste en determinar la ubicación de la empresa en el país y provincia tanto en el espacio rural como urbano de alguna región del Ecuador.

La macro-localización del proyecto de la cafetería estará ubicada en:

País: Ecuador.

Región: Sierra.

Provincia: Loja.

Ciudad: Loja.

Sector: Parque Eólico Villonaco.

GRÁFICO N° 2



Fuente: Google Maps
Elaboración: el autor

Micro-localización: Considera el lugar específico donde se brindará el servicio de cafetería a los clientes.

Cantón: Loja

Sector: Barrió Rumicorral (Central Eólica Villonaco).

Dirección: Vía antigua Catamayo Loja y viceversa.

Para la determinación de la micro-localización, no fue necesario la elaboración de la matriz de puntaje, ya que la mejor ubicación para la planta de cafetería no

pudo obtener opciones de mejor localización, por razones de pendientes geográficas y además que no se podía hacer la adquisición del terreno ya que cierta parte de la zona del parque eólico Villonaco pertenece al Estado, por lo que se determinó donde existe terreno de propiedad privada, así como se muestra a continuación:

GRÁFICO N° 3



Fuente: CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador)
Elaboración: el autor

Fuerzas Localizacionales.- Para la realización del proyecto se considerara las siguientes fuerzas localizaciones para lograr una mejor satisfacción al cliente:

- ✓ **Transporte.-** El acceso vial hasta llegar al parque Eólico Villonaco y a la vez a la cafetería se encuentra en buenas condiciones tanto para los visitantes como para los proveedores de insumos y materias primas.

- ✓ **Energía.-** Se utilizará de la planta Eólica Villonaco, la misma que se utilizará para el funcionamiento de los artefactos de cocina tanto para el refrigerador de los alimentos y bebidas a expendirse, a su vez también permitirá el normal funcionamiento del de computación, maquina facturadora, equipo de sonido y para el LCD y demás alumbrado necesario para el normal funcionamiento de la cafetería.

- ✓ **Teléfono.-** La línea telefónica servirá para la empresa mantener una comunicación activa entre la cafetería y los proveedores de insumos y también los clientes para las reservaciones del servicio a los distintos grupos de personas.

- ✓ **Internet.-** Este servicio será utilizado únicamente en el local con servicio wifi a los clientes con el fin de que puedan realizar consultas, comunicaciones con familiares y amigos que a la vez permitirá promocionar a la empresa.

Tamaño del Proyecto

Capacidad Instalada

La capacidad de la cafetería estará al cien por ciento de las posibilidades de la empresa, partiendo desde el espacio físico disponible en el sector y el mismo que está definido por la cantidad de mesas y sillas disponibles para los clientes.

El local funcionará con una construcción propia en la vía antigua a Catamayo específicamente en el área señalada en la micro localización del proyecto, la misma que contará con el acondicionamiento necesario para una mayor satisfacción y comodidad del cliente.

Condiciones:

- ✓ 261 días laborables en el año, descontando los días lunes y martes que no serán laborables.
- ✓ Turno de 8 horas diarias, iniciando a las 10,00h hasta las 18,00h.
- ✓ La empresa contará con una persona mesero (a), dos personas en cocina, una en caja y un administrador general.
- ✓ El tiempo máximo en servir al cliente será de cinco minutos hasta llegar el producto al usuario.

Cálculo de la Capacidad Instalada con Razonamiento Lógico.

Se contará con un espacio físico suficiente y adecuado que mantendrá 8 mesas con 4 sillas que al multiplicar las 8 mesas por las 4 sillas nos da una capacidad para 32 clientes que podrían ingresar en un solo grupo, cabe

recalcar que los clientes que se les dará el servicio no será al mismo tiempo todos a la misma vez, sino que serán de acuerdo a como sea la afluencia obteniendo un tiempo estimado de 38 minutos por cliente de acuerdo al flujograma del servicio desde su llegada hasta el abandono de las instalaciones, teniendo como tiempo disponible hasta que lleguen otros usuarios de 22 minutos; es decir se atenderán 32 clientes por hora.

La capacidad instalada estará al 100% para los 5 años de vida útil del proyecto, tomando en cuenta la capacidad instalada para el primer año de 208.520 se divide para los 261 días descontados los días lunes y martes que no serán laborables se tiene una demanda de mercado en óptimas condiciones por atender de 799 servicios diarios; pero como la empresa no está en la predisposición de atender toda la demanda insatisfecha se ha planificado satisfacer cierto nicho de mercado, estableciéndolo de la siguiente manera:

FORMULA:

32 sillas disponibles * 8 horas diarias= 256 servicios diarios *261 días =66. 816 servicios anuales que representa el 32,0430% de la demanda insatisfecha

Capacidad Instalada

CUADRO N° 24

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA (en clientes)	CAPACIDAD INSTALADA EN NÚMERO DE SERVICIOS	% DE COBERTURA DE LA DEMANDA INSATISFECHA
2016	208.520	66.816	32,0430%
2017	218.120	66.816	32,0430%
2018	228.152	66.816	32,0430%
2019	238.648	66.816	32,0430%
2020	249.624	66.816	32,0430%

Fuente: Cuadro Explicativo de la segmentación de mercado Cuadro N° 23

Elaboración: el autor

Con lo expuesto en el Cuadro N° 21 se tiene que la capacidad máxima de atención trabajando en condiciones normales al 100% es de 66.816 clientes atendidos en cada año de vida útil de la empresa.

Capacidad Utilizada

En esta capacidad se ha planificado atender una cierta cantidad de clientes que va atender, menores al 100% de la capacidad instalada por motivos en que los dos primeros años, el cocinero y el ayudante y personal de atención al cliente deben conocer y dominar bien los procesos empezando el primer año con un 90%, el segundo año con un 95% y para luego alcanzar un 100% desde el tercero al quinto año, esto se podrá conseguir una vez que todo el personal ya conoce los procedimientos necesarios partiendo desde el momento de adquirir la materia prima el procesamiento hasta brindar el

servicio de calidad, que es lo que mayoritariamente el cliente toma en cuenta al momento de hacer uso del servicio afirmación que se la obtuvo en la encuesta de estudio de mercado y también de la entrevista aplicada a una cafetería muy reconocida en la ciudad de Loja.

A continuación se muestra los porcentajes que la cafetería va a atender a los usuarios partiendo desde el primer año hasta el quinto año de vida útil del proyecto:

Capacidad Utilizada

CUADRO N° 25

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZADO %	CAPACIDAD UTILIZADA
2016	66.816	90%	60.134
2017	66.816	95%	63.475
2018	66.816	100%	66.816
2019	66.816	100%	66.816
2020	66.816	100%	66.816

Fuente: Cuadro N° 25 de Capacidad Instalada

Elaboración: el autor

Ingeniería de Proceso del Servicio:

Descripción de Procesos

En la descripción del proceso se ha tomado en cuenta el criterio y conocimiento del administrador de la conocida cafetería “ el Tamal Lojano” en la ciudad de Loja, datos obtenidos en la aplicación de la entrevista, ya que son servicios semejantes a los que ofrecerá la Cafetería Villonaco a implantarse, por lo que

todos los datos obtenidos servirán para el manejo de los diferentes procesos que se realizarán para la prestación del servicio, partiendo desde la adquisición de las materias primas tanto de alimentos y bebidas y el procesamiento que se les debe dar a cada uno y los recursos necesarios para que el servicio sea eficiente y de calidad.

El proceso para llevar a cabo este tipo de servicio es como se detalla a continuación:

- 1. Adquisición de Materias Primas.-** el administrador general mediante el uso de instrumentos técnicas tanto telefónicos y de internet adquirirá los alimentos y bebidas necesarias para brindar un eficiente servicio y para conseguir esto se tomará muy en cuenta la calidad y cantidad de la materia prima y la responsabilidad del proveedor al momento de la entrega de la misma.
- 2. Readecuación y Tratamiento de los Insumos.-** Una vez concebida las materias primas necesarios para la preparación de los alimentos y bebidas, se procederá a la revisión de la calidad, es decir que esté en muy buenas condiciones, una vez revisado la calidad y cantidad del pedido se ordenará de acuerdo al cuidado y tratamiento de los productos tanto los que van a refrigeración como los que se mantienen en un ambiente seco.

3. Preparación de los Alimentos y Bebidas.- Consistirá en la cocción del pedido de los tamales, humitas, etc. por lo que estos alimentos serán los que se ofertarán con mayor cantidad para el normal abastecimiento de los usuarios; los demás alimentos serán elaborados en menores proporciones y de acuerdo al pedido del cliente ya que no es necesario de mayor cantidad de mano de obra anticipada.

De igual manera se preparan las bebidas más destacadas pedidas por los visitantes en la pregunta N° 6 como el café, las aguas aromáticas y el chocolate que tienen que estar en las respectivas cafeteras a una temperatura no menor de 50 °C para el mejor deleite de los visitantes ya que en el sector se necesita en lo posible productos calientes por la gran altura y baja temperatura; las demás bebidas se preparan en el momento de que el usuario así lo solicite, ya que son mínimas las demandas solicitadas por los usuarios.

Flujo-grama del Proceso de Producción

CUADRO N° 26

Nº	Descripción del servicio	Simbología	Tiempo	Responsable
1	Adquisición de materia prima, mediante llamada Telefónica.		8 min	Aministrador
2	Readecuación y tratamiento de los insumos		15 min	Cocinero (a) y auxiliar
3	Preparación de los alimentos y bebidas		60 min	Cocinero (a) y auxiliar

Fuente: Observación directa de los procesos de otras cafeterías

Elaboración: el autor

Proceso del Servicio

- 1. Atención del Servicio.-** Esta es la fase muy importante que tanto el administrador como el personal que labore en las instalaciones de la cafetería debe poner mucho énfasis ya que se trata de brindar un servicio de calidad desde el momento de la llegada del cliente hasta el abandono del establecimiento, el mismo que constará de los siguientes pasos:

Paso 1: Bienvenida y Sentar al Cliente

Se dará una buena y cálida bienvenida al cliente en cuanto entre en nuestro local y si en caso que no se le pueda atender en el momento mismo, saludarle e informarle de que en cuanto nos sea posible le tendremos su mesa lista.

Paso 2: Sugerir al Cliente

Presentar el menú establecido en la respectiva carta que se le presentará al momento de que el cliente este sentado y cómodo haciéndole hincapié en la disposición de alimentos y bebidas.

Paso 3: Apuntar el Pedido del Cliente

Es decir preguntar al cliente si desea algún aperitivo más a parte de lo que tiene apuntado, para que a su vez el cliente pueda escoger satisfactoriamente lo indispensable y necesario.

Paso 4: Pasar la Orden

Aquí se pasará la orden directamente a la cocina, para que en el menor tiempo posible el cocinero (a) proceda a servir en el menor tiempo posible no mayor a 5 minutos, durante el transcurso de este tiempo de servir al cliente se preparará la mesa con los extras necesarios tales como salsas, mayonesa, etc.

Paso 5: Inicio del Servicio

Se revisará el pedido antes de llevarlo a la mesa y en caso de haber niños llevar estos menús los primeros y a la vez recordar el nombre de los platos según se les estén sirviendo a cada cliente.

Paso 6: Revisar la Mesa Constantemente

Nunca interrumpir al cliente siempre buscar el momento adecuado para preguntar si está todo bien o si necesitan algo más y si es el caso que el cliente necesita algo más (servilletas, bebidas, mantequilla, pan, etc.) llevarlo inmediatamente y apuntar en el listado de pedido para que en caja se contabilice el valor exacto a cobrarse.

Paso 7: Estar Siempre Atentos Durante el Servicio

Anticiparse en todo momento a las necesidades y peticiones del cliente, retirar vajilla y cubertería innecesaria que haya en la mesa, botellas vacías, ofrecer bebidas nuevamente y estar pendiente en todo momento de las señales del cliente.

Paso 8: La Cuenta, Terminando la Mesa

Una vez que el cliente pida la cuenta, esta no debe demorarse más de 3-4 minutos repasar la cuenta antes de entregarla, verificar que esta todo correcto y preguntarle al cliente si desea algo más y retirar toda la vajilla sobrante.

Paso 9: Despedida del Cliente

Despedirnos al cliente, agradeciéndole su visita e invitarle a pasar por nuestra cafetería.

Flujo-grama de Proceso del Servicio al Cliente

CUADRO N° 27

Nº	Descripción del servicio	Simbología	Tiempo	Responsable
1	Bienvenida del cliente		30 seg	Mesero (a)
2	Sugerir al cliente		1 minuto	Mesero (a)
3	Apuntar el pedido del cliente		30 seg	Mesero (a)
4	Pasar la orden a cocina		1 minuto	Mesero (a)
5	Servir el pedido		5 minutos	Cocinero (a) y ayudante

6	Consumo del servicio		25 minutos	Cliente
8	La cuenta, terminando la Mesa		3 minutos	Cajero (a)
9	Despedida del cliente		2 minutos	Cajero (a)
TOTALES			38 minutos	

Fuente: Observación directa de los procesos de otras cafeterías

Elaboración: el autor

DISEÑO DEL LOGOTIPO

GRÁFICO N° 4



Fuente: Observación directa.

Elaboración: el autor

Ingeniería de la Planta de la Empresa

La planta de la empresa estará asentada en un área de 200 m² distribuidos de la siguiente manera:

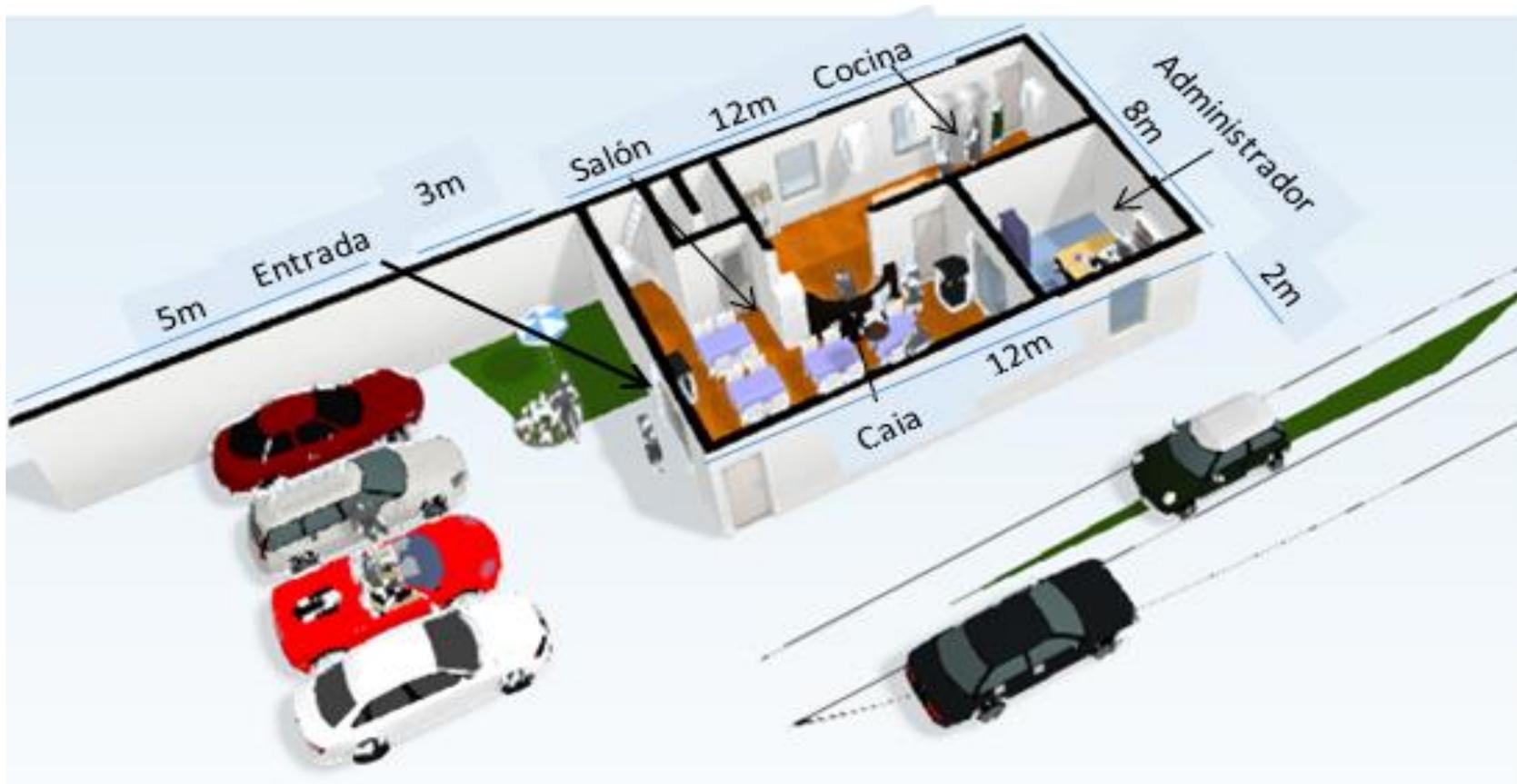
CUADRO N° 28

DESCRIPCION	ÁREA POR M2	FUNCIONAMIENTO
Área de construcción de las instalaciones con losa	96m ²	Oficina del administrador, espacio de caja, cocina, baño e instalaciones del servicio.
Vereda desde la calzada de la vía hasta la cafetería	40m ²	Espacio permitido para la construcción de la planta.
Patio de la cafetería	24m ²	Tendrá jardines y espacio de comodidad.
Área de parqueo de vehículos	40m ²	Uso exclusivo para clientes
TOTAL	200m ²	Instalación de toda la planta de la empresa.

Fuente: Observación directa del Espacio Físico.

Elaboración: el autor

GRÁFICO N° 5



Fuente: Observación directa del espacio Físico.

Elaboración: el autor

Distribución de las Áreas

Recursos Humanos

CUADRO N° 29

NOMINACIÓN	CANTIDAD
ADMINISTRADOR (A)	1
CAJERA-CONTADORA	1
COCINERO (A)	1
AUXILIAR DE COCINA	1
MESERO (A)	1
TOTAL	5

Fuente: Capacidad Instalada y Utilizada

Elaboración: el autor

MAQUINARIA Y EQUIPO DE LA CAFETERÍA

EQUIPO DE COCINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	DISEÑO
1	Microondas ELECTROLUX	

1	Máquina para café expreso y Capuchino	
1	Cocina de Inducción (Industrial)	
1	Vitrina congeladora	
1	Licuada Hamilton Beach 5 velocidades	
1	Waflera	

1	Extractor de jugo	
1	Extractor de Olores	

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	DISEÑO
2	Equipo de computación Intel CORE i3 de 3,7GHZ	
1	Impresora Epson L210 de inyección de tinta (compartida entre administrador y contadora)	

EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	DISEÑO
1	Caja Registradora Bematech/ Dinapos	
1	Teléfono Panasonic con internet CNT	
1	TV LED 32" serie 6 LG MODELO Wifi- USB HD	
1	Equipo de sonido SONY de dos parlantes medianos	 <p style="text-align: right; font-size: small;">@espar...</p>

MOBILIARIO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	DISEÑO
8	Mesas comedor con 4 sillas	
1	Escritorio (administrador)	
1	Silla reclinable (administrador)	
3	butaca (cajera-contadora) y clientes	
1	Vitrina (cristalería)	
1	Archivador	

UTENSILIOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	DISEÑO
2	Sartenes	
2	ollas grandes (Tamaleras)	
3	Ollas medinas	
3 docenas	Platos y tazas de cerámica	
3	fuentes de plástico	
1	Cisterna de agua Rotaplast	

3 docenas	Cucharas pequeñas metálicas	
3 docenas	Cucharas grandes	
6	Vasos térmicos grandes	
3 docenas	Vasos normales de vidrio	
4	Jarras grandes de vidrio	
2 docenas	Copas de vidrio	
1 paquete	Cucharas pequeñas plásticas	

16	Azucareros-saleros	
8	Servilletero Silverplate Florencia	
2	Coladores	
3 docenas	Juegos de cubiertos	
3 docenas	Juegos de cuchillos	
3	Paquete de servilletas de 200 unidades	
4	cuchillos cocineros	
1	Tabla de plástico picadora	

ÚTILES DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	DISEÑO
4	Resmas de papel A4	
4	Esferográficos	
2	Caja de clik	
2	Caja de grapas	
1	Portarrollo para cinta Adhesiva	
2	Perforadora	

2	Grapadora	
1	Tijera	

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La organización es fundamental para el buen funcionamiento de toda la empresa, es así que su objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros de un grupo social para alcanzar las metas del servicio de la cafetería.

OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

- ✓ Definir la base filosófica que regirá la empresa.
- ✓ Diseñar los valores que tendrá la empresa desde su creación.
- ✓ Estructurar la base legal correspondiente para la creación de la empresa.
- ✓ Determinar la estructura orgánica estructural y funcional de la empresa.
- ✓ Establecer las obligaciones requeridas para creación de la empresa.

NOMBRE DE LA EMPRESA.

El nombre de la empresa es “CAFETERÍA VILLONACO”, la misma que se constituirá como Sociedad Anónima, según el Art. 143 de la Ley de Compañías. La organización están garantizadas por un capital determinado, además requiere de un mínimo de dos personas naturales para constituirse como empresa de servicios, el capital social está dividido en acciones y los socios tienen obligaciones por el porcentaje de acciones que poseen y se requiere de un monto de 18.600 para su constitución, por lo que en adelante el nombre o la razón social de la empresa será “CAFETERÍA VILLONACO S.A”.

BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Misión:

Producir y brindar el servicio de calidad y promover la cultura cafetera en la ciudad de Loja, y cubrir la necesidad de los turistas en el parque eólico Villonaco, siendo el objetivo principal la satisfacción de todos los clientes y el bienestar de nuestros colaboradores.

Visión:

Ser una empresa reconocida en la ciudad de Loja, nacional y extranjera por ofrecer alimentos y bebidas de calidad y sobre todo tener reconocimiento por una buena atención al cliente, ágil y oportuno.

Principios y Valores

Los principios de la cafetería Villonaco son los siguientes:

- ✓ Tener liderazgo en la empresa y mantener una permanente interacción con los clientes.
- ✓ Manejar a la empresa con responsabilidad, enmarcada dentro de los ámbitos legales.
- ✓ Ofrecer a los clientes productos de calidad y sobre todo tener énfasis en mejorar con el pasar del tiempo para ofrecer un óptimo servicio a los clientes.

- ✓ Tener buena predisposición al sugerir los servicios al cliente.
- ✓ Ser una empresa comprometida, creativa e innovadora.

Los valores de la cafetería Villonaco son los siguientes:

- ✓ Responsabilidad: puntualidad, disciplina, trabajo y equidad.
- ✓ Compromiso: con todos los clientes que visitan la cafetería.
- ✓ Excelencia: calidad eficiencia y productividad.
- ✓ Respeto: calidad humana dentro y fuera de la empresa.
- ✓ Cordialidad: atención, amabilidad y agilidad.

Marco legal

Primeramente la empresa se enmarcará en la Constitución Política de la República del Ecuador, aprobada en el 2008, Código de trabajo, código Tributario, Ley de compañías, Ley de Turismo y demás normas municipales del Cantón Loja y se registrará para su conformación lo que señala el Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

- 1.- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- 2.- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- 3.- El objeto social, debidamente concretado;
- 4.- Su denominación y duración;

- 5.- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- 6.- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- 7.- El domicilio de la compañía;
- 8.- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- 9.- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- 10.- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- 11.- Las normas de reparto de utilidades;
- 12.- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- 13.- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la

aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA “CAFETERÍA VILLONACO S.A.”.

En la ciudad de Loja, capital de la provincia del mismo nombre, República del Ecuador, hoy quince de Julio del dos mil quince, ante mí Doctora Lupe Patricia Quiñónez Rojas, Notaria Pública Octava Cantonal de Loja, comparecen los señores, de estado civil Soltero; **JAMIL GARCÍA BERRÚ y, JULIO FERNANDO DELGADO GUERRERO**, de estado civil soltero; ecuatorianos, mayores de edad, portadoras de sus respectivas cédulas, capaces para contratar y obligarse, domiciliados en la ciudad de Loja, e identificados plenamente por mí, y me solicitan que eleve a escritura pública la siguiente minuta que me presentan, la misma que copiada literalmente es como sigue:”

Señor Notario: Sírvase incorporar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo una de constitución de compañía anónima, al tenor de las siguientes cláusulas: Comparecientes. Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores **JAMIL GARCÍA BERRÚ**, de estado civil soltero, portador de la cédula de ciudadanía número UNO UNO CERO CUATRO SIETE DOS DOS SEIS OCHO (1104972268), domiciliado en la ciudad de Loja; y, **JULIO FERNANDO DELGADO GUERRERO**, de estado civil soltero, portador de la cédula de ciudadanía número UNO UNO CERO CUATRO CINCO DOS TRES OCHO TRES CERO (1104523830), domiciliado

en la ciudad de Loja. Todos ecuatorianos, mayores de edad y hábiles para contratar y obligarse.-

ARTÍCULO PRIMERO.- Constitúyase en esta ciudad la compañía que se denominará CAFETERIA VILLONACO S.A., la misma que regirá por las leyes del Ecuador, los presentes Estatutos y Reglamentos que expidieren.-

ARTÍCULO SEGUNDO: DOMICILIO.- El domicilio principal de la Compañía es la ciudad de Loja; pero podrá establecer sucursales o agencias dentro o fuera

del país.- **ARTÍCULO TERCERO: DURACIÓN.-** La duración de la Compañía es de cincuenta años contados a partir de la fecha de inscripción de este contrato en el registro Mercantil pudiendo disolverse anticipadamente en cualquier momento si así lo resuelve la Junta General de Accionistas en la reforma prevista en las leyes y en este contrato.- **ARTÍCULO CUARTO:**

OBJETO SOCIAL.- La compañía tendrá por objeto de prestar servicios de: elaboración de alimentos y bebidas, atención al cliente, de tal forma fortalecer la necesidad de los turistas al parque eólico Villonaco, siempre y cuando se cumpla con el presente estatuto, la Ley de Compañías, su Reglamento y demás leyes relacionados en esta materia, el ámbito de trabajo será en todo el Ecuador y de ésta manera proyectarse al futuro, en abrir nuevas agencias o sucursales dentro y fuera del país. Para lo cual, la compañía podrá realizar todo acto o celebrar cualquier contrato; especialmente podrá firmar contratos con instituciones del sector público y privado, canalizar alianzas y otros negocios empresariales, así mismo podrá solicitar préstamos internos o externos en cualquier entidad financiera, para el mejor cumplimiento de su

finalidad a fin de fortalecer y cumplir el objetivo propuesto siempre que estén permitidos por las leyes del país. Podrá igualmente la Compañía intervenir y formar parte de otra u otras compañías que se encuentren legalmente constituidas o por constituirse dentro y fuera del país, tendrá como marco legal la Constitución de la República del Ecuador, la Ley de Compañías, el Código de Comercio, el Código Civil el presente Estatuto y demás normas supletorias y otras emanadas por la Superintendencia de Compañías la que ejercerá sobre esta compañía un control parcial.-**ARTÍCULO QUINTO: CAPITAL.-** El capital de la compañía es de SETENTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS QUINCE DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD\$ 74.815), que representan la misma cantidad de acciones ordinarias y nominativas de un Dólar cada una. Se podrán emitir títulos separados por cada acción o títulos representativos de varias acciones. Las acciones darán derecho al titular para percibir dividendos en proporción a la parte pagada del Capital a la fecha del correspondiente reparto.- **ARTÍCULO SEXTO: SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL.-** El capital social de la Compañía CAFETERÍA VILLONACO S.A., se los suscribe y se lo paga de la siguiente forma:

CUADRO N° 30

Nombres y Apellidos de accionistas	Capital Pagado	Saldo	Número de Acciones	Dólares
Jamil García Berrú	\$22.433	0	22.433	\$22.433
Fernando Delgado	\$22.433	0	22.433	\$22.433
Total Aportes	\$44.866	0	44.866	\$44.866

Lo relativo a la transmisión de dominio de las acciones, sus requisitos y efectos dentro de la compañía y de terceros, la entrega de las acciones en sustitución de las pérdidas o deterioradas, requisitos para la emisión, contenido de los títulos, derechos que confiere a su titular, votación y mayoría en las resoluciones de la Junta General de Accionistas, aumento de capital, disolución anticipada de la compañía, fusión, escisión, emisión de obligaciones, reforma de estatutos, etcétera. Se regirá por las disposiciones de la ley de compañías.-

CAPÍTULO SEGUNDO: ARTÍCULO SÉPTIMO: DE LOS ORGANOS DE LA

SOCIEDAD.- La compañía está gobernada por la Junta General de Accionistas, el Presidente, y el Gerente General.- **ARTÍCULO OCTAVO:**

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.- La Junta General de Accionistas constituye el organismo máximo de la Compañía. - **ARTÍCULO NOVENO:**

JUNTAS GENERALES ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS.- Las Juntas Generales serán ordinarias y Extraordinarias y se regirán de acuerdo a lo que la ley de Compañías establece. Habrá junta General Ordinaria dentro de los tres primeros meses de cada año y Junta General Extraordinaria cada vez que la convoque el Gerente General, el Comisario o la soliciten los accionistas que representen por lo menos el veinte y cinco por ciento (25%) del capital pagado,

debiendo indicarse el objeto para el cual se solicita la reunión. La convocatoria se realizara por la prensa con al menos ocho días de anticipación a la fecha de celebración de la junta. Tanto en las juntas Generales Ordinarias como Extraordinarias solo se podrá tratar los asuntos para los que hubieren sido convocadas y todo asunto tratado sobre un punto no expresado en la convocatoria será nulo.- **ARTÍCULO DÉCIMO: DIRECCIÓN DE LAS JUNTAS GENERALES.-** Las Juntas Generales serán dirigidas por el Presidente o quien los subrogue y a falta de ambos por la persona que designe la junta como Presidente ocasional. Actuará como secretario el Gerente General o quien lo reemplace, pudiendo en casos especiales si la junta lo creyere necesario designar un secretario AD-HOC.- **ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO: ATRIBUCIONES Y DERECHOS.-** Son atribuciones y derechos de la Junta General: 1.- Ejercer las facultades que la pertinente ley señala como de su competencia privativa.- 2.- Acordar cambios sustanciales en el giro de los negocios sociales.- 3.- Reformar este contrato social.- 4.- Resolver de acuerdo con la ley sobre aumentos o disminuciones de capital, la fusión, escisión y cualquier otra reforma al estatuto.- 5.- Nombrar al Presidente, Gerente General, los comisarios y auditores externos.- 6.- Interpretar en forma obligatoria el presente estatuto.- 7.- Disponer y resolver sobre el reparto de utilidades.- 8.- En definitiva, corresponde a la Junta General ejercer y cumplir con los derechos y atribuciones que la ley determina, así como realizar todas las funciones que no tuvieren atribuidas a ninguna otra autoridad dentro de la compañía, funciones orientadas a solucionar problemas de carácter social, financiero y

administrativo.- **ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: RESOLUCIONES.-** Las resoluciones de la Junta General tomadas conforme a la ley y a este contrato obligaran a todos los accionistas, presentes o ausentes, estuvieren de acuerdo o no con las mismas, salvo el derecho de oposición en términos que determina la ley. - **ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO: PROCEDIMIENTO.-** En todo lo que respecta al modo de efectuar convocatorias y resoluciones adoptadas, concurrencia de los accionistas y comisarios a la Junta General, depósitos y registro de acciones se estará al dispuesto en la Ley de Compañías.- **ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: JUNTAS SIN NECESIDAD DE CONVOCATORIA.-** De acuerdo a lo previsto en la Ley de Compañías, cuando se encuentre presente la totalidad del capital pagado de la Compañía, sea por presencia de los accionistas o de sus representantes y siempre que ellos acepten por unanimidad y estén también unánimes sobre los asuntos a tratarse, se entenderá que la Junta General está legalmente convocada e instalada y podrán por lo tanto tomar acuerdos validos en todos los asuntos que únicamente hubieren sido aceptados tratar.- **ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO: LIBRO DE ACTAS.-** Las resoluciones de las Juntas Generales así como una sintética relación de las sesiones se hará constar por medio de las actas que se extenderán de acuerdo la Ley, las mismas que serán foliadas con numeración continua y sucesiva y rubricadas una por una por el secretario de cada junta y por el Presidente, sea este el titular o el designado para el efecto.- **CAPÍTULO TERCERO: ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO: ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE.-** Son atribuciones y deberes del Presidente: 1.-

Convocar, presidir y dirigir las sesiones de la Junta General.- 2.- Suscribir conjuntamente con el Gerente General los títulos de acciones o los certificados provisionales.- 3.- Suscribir el nombramiento de Gerente General.- 4.- Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o falta de este, aun cuando fuere temporal con todas las atribuciones del subrogado.- **ARTÍCULO DÉCIMO SEPTIMO: REQUISITOS Y PERIODO.-** El Presidente será elegido por la Junta General para el periodo de dos años pudiendo ser reelegido indefinidamente. En caso de ausencia temporal o definitiva del Presidente de la Compañía será reemplazado por el Gerente General, con las mismas facultades.- **CAPÍTULO CUARTO: ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO: DEL GERENTE GENERAL Y REPRESENTANTE LEGAL.-** El Gerente General será elegido por la Junta General para un periodo de dos años. Tendrá la representación legal. Judicial y extrajudicial y podrá ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General no se requiere ser accionista de la Compañía.- **ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO: ATRIBUCIONES GENERALES.-** En cuanto a los derechos, atribuciones, obligaciones y responsabilidades del Gerente General se estará a la pertinentes disposiciones de la Ley de Compañías en todo lo que de ella fuere aplicable, así como a lo previsto en este contrato social.- **ARTÍCULO VIGÉSIMO: ATRIBUCIONES ESPECIALES.-** Son atribuciones y deberes del Gerente General: 1.- Administrar la empresa, instalaciones y negocios ejecutando a su nombre toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades comerciales, financieras, personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, suscribiendo toda clase de

obligaciones.- 2.- Previa la autorización de la junta nombrar mandatarios Generales de la Compañía.- 3.- Llevar a cabo todos los actos jurídicos que a él conciernan.- 4.- Dirigir las labores del personal.- 5.- Cumplir con las resoluciones de la Junta General.- 6.- Presentar a la Junta General ordinaria un informe anual de las actividades realizadas conjuntamente con el balance general y además documentos que la ley exige.- 7.- Cumplir y hacer cumplir con las normas legales pertinentes al manejo contable, archivos y correspondencia de la compañía.- 8.- Presentar a consideración de la junta General el proyecto de presupuesto anual para gastos generales y pago de sueldos.- **CAPÍTULO QUINTO: ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO: DE LOS**

COMISARIOS: REQUISITOS PERIODO Y OLBIGACIONES.- La junta General Nombrara un Comisario Principal y uno Suplente. Al Comisario le corresponde el examen de contabilidad y sus justificaciones, así como el estudio del estado económico y financiero de la compañía, para lo cual ejercerá las atribuciones señaladas en la Ley y presentara a la Junta General Ordinaria un informe sobre el cual la junta deberá pronunciarse. Para ser Comisario no se requiere ser accionista de la Compañía y durar en su cargo un año pudiendo ser reelegido indefinidamente, los Comisarios tendrán todos los derechos y obligaciones establecidas en la Ley.- **ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO: BALANCES.**- Los balances se practicarán al fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada año y los presentara el Gerente General a consideración de la junta General Ordinaria de accionistas. El balance contendrá no solo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la empresa, sino también

las explicaciones necesarias y que deberán tener como antecedentes la contabilidad de la compañía que ha de ser llevada de conformidad al dispuesto en las pertinentes leyes y normas, por el contador o auditor calificado.-

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO: REPARTO DE UTILIDADES.- La Junta General de accionistas resolverá sobre la distribución de utilidades, constitución de fondos especiales, castigos y gratificaciones, pero anualmente se segregaran de los beneficios líquidos por lo menos el diez por ciento (10%) para formar el fondo de reserva legal, hasta que ese fondo alcance un valor igual al cincuenta por ciento (50%) del capital social. La junta General para resolver sobre el reparto de utilidades deberá ceñirse a lo que al respecto dispone la pertinente ley.- **CAPÍTULO SEXTO: ARTÍCULO VIGÉSIMO**

CUARTO: DISPOSICIONES GENERALES.- En caso de disolución anticipada de la compañía, su liquidación se efectuará por medio de un liquidador principal y uno suplente, nombrados por la Junta General de accionistas rigiéndose a lo dispuesto en la ley de Compañías. Tanto la liquidación de la Compañía hecha al vencimiento del plazo previsto, como la que pueda hacerse en fecha anticipada a la terminación del plazo en caso de realizarse se hará en la forma, términos y cumpliendo con los requisitos determinados en la ley de la materia y este estatuto.- **CAPÍTULO SÉPTIMO: ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO: DEL**

AUDITOR EXTERNO.- La compañía tendrá un auditor Externo elegido por la junta General de Accionistas en base a la terna que se presentara el gerente general, para el periodo de un año. Las obligaciones y funciones del auditor Externo serán las establecidas en la ley de compañías. - **ARTÍCULO**

VIGÉSIMO SEXTO: DECLARACIONES.- uno: Las acciones de la compañía CAFETERÍA VILLONACO S.A., han sido suscritas y pagadas en su totalidad, como lo indica el cuadro de integración de capital. Los socios Fundadores declaran bajo juramento que depositaran el capital pagado de la compañía en una institución bancaria. **Dos:** Los socios fundadores en base a lo previsto en el artículo ciento treinta y nueve de la Ley de Compañías, designan a Julio Fernando Delgado Guerrero, como Gerente General; y a Jamil García Berrú, como Presidente de la Compañía, por el periodo estatutario de dos años. **Tres:** los socios por unanimidad autorizan al Abogado Jamil García Berrú Matricula 11-2015-297 para que realice los trámites pertinentes.- Hasta aquí la minuta. Usted, Señor Notario, se servirá agregar las demás cláusulas de estilo y ley para la valides de este instrumento.- Atentamente.-

.....

(f) ABOGADO

Hasta aquí la minuta que junto con los documentos anexos y habilitantes que se incorpora queda elevada a escritura público con todo el valor legal, y que las comparecientes aceptan en todas y cada una de sus partes, minuta que está firmada por el Ab. Jamil García Berrú, afiliado al Foro de Abogados de Loja, con matrícula número 11-2015-297, para la celebración de la presente escritura se observaron los preceptos y requisitos previstos en la Ley Notarial; y, leída que le fue a las comparecientes por mí el Notario se ratifican y firman conmigo

en unidad de acto, quedando incorporada en el protocolo de esta Notaría, de todo cuanto doy fe.- Firman:

JAMIL GARCIA BERRÚ JULIO FERNANDO DELGADO

.....

LA NOTARIA: DRA. PATRICIA QUIÑONEZ ROJAS.-

Se otorgó ante mí, en fe de ello confiero esta PRIMERA COPIA, que la sello, signo y firmo en la ciudad de Loja, el mismo día de su celebración.-

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

NIVEL EJECUTIVO

Es aquel que está representado por el administrador general y será quien haga la representación legal de la empresa y velará que se cumplan con las funciones con responsabilidad orientándose a lograr metas y objetivos propuestos por la institución.

NIVEL ASESOR

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente asesorará, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable,

industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa, estará integrado por un Abogado de la ciudad de Loja.

NIVEL FINANCIERO

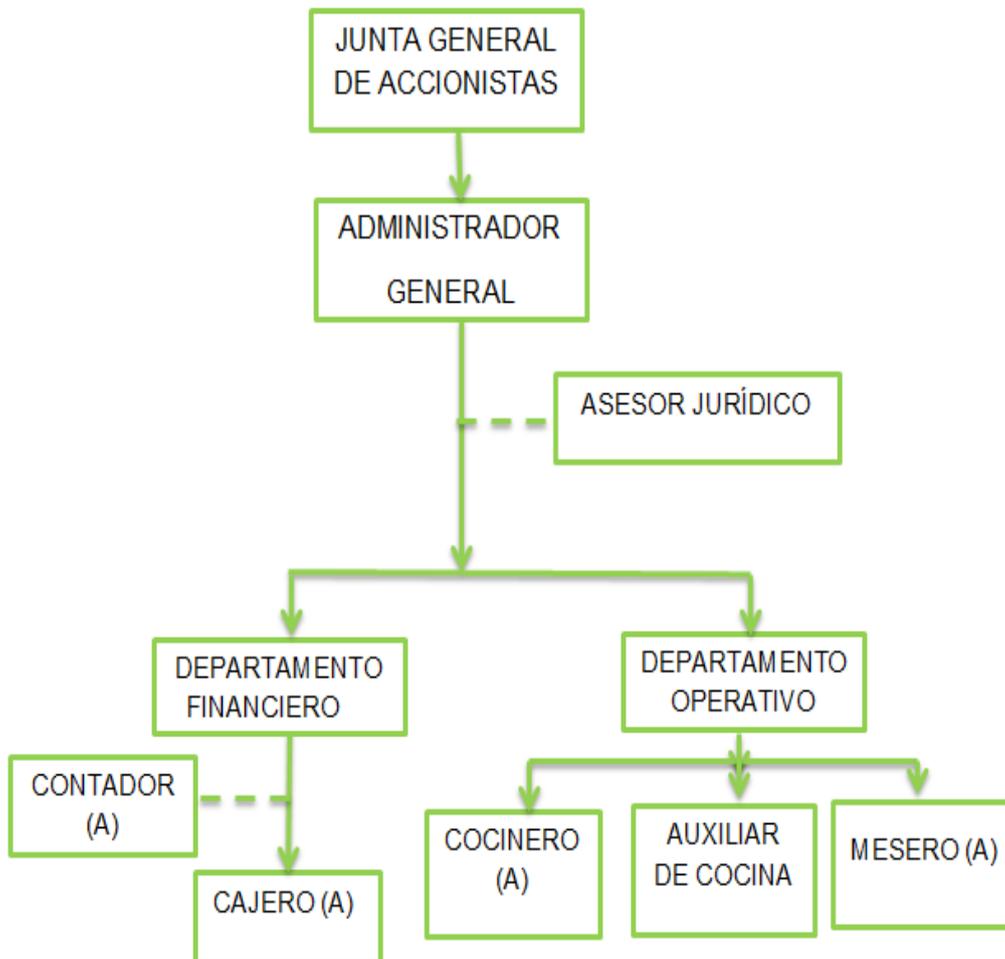
El nivel financiero es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa; el mismo estará integrado por un contador (a) quien será la persona encargada de llevar la contabilidad de la empresa quien ejercerá sus funciones fuera de la empresa, por su parte el cajero (a) será quien cobre el servicio de atención al cliente.

NIVEL OPERATIVO

En este nivel es donde la empresa elabora los alimentos y bebidas que los clientes soliciten para el deleite de sus gustos culinarios; estará integrado por un cocinero (a) ayudado por un auxiliar de cocina y una persona mesero (a) encargada de recepción del cliente y apuntar los pedidos para luego pasarlos a cocina.

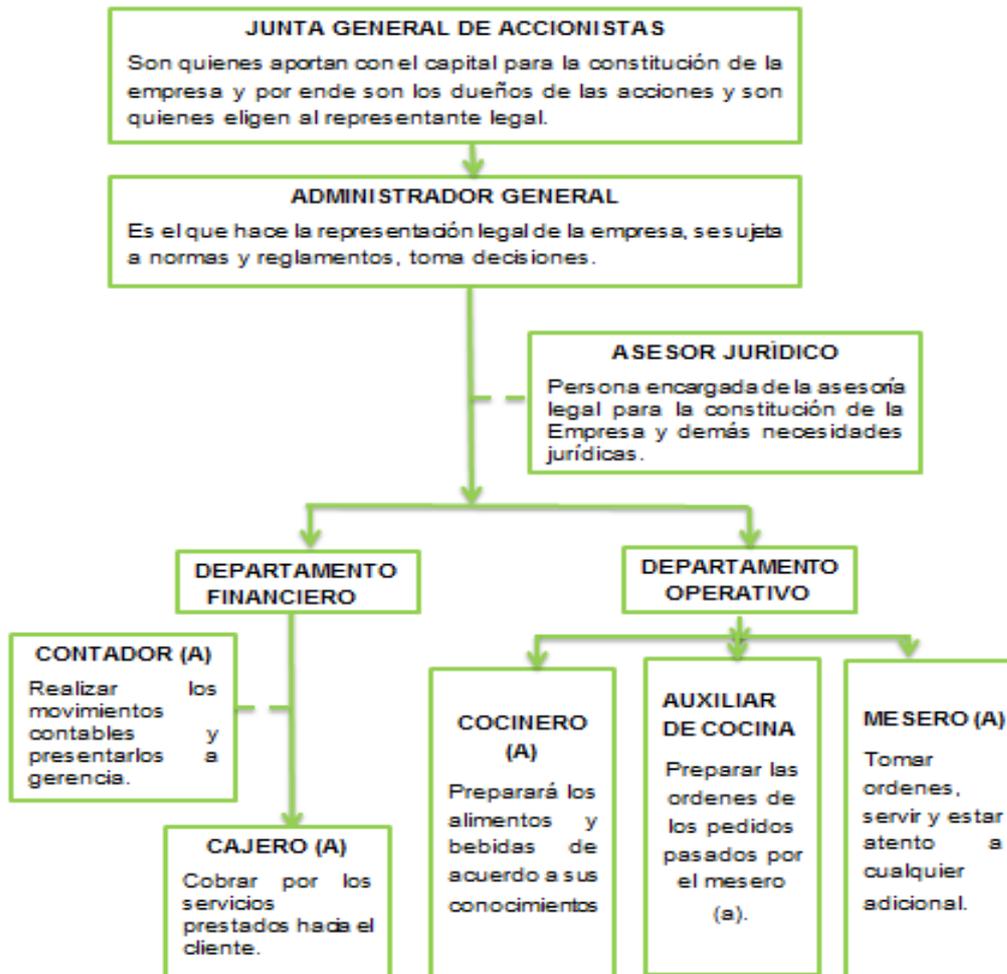
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRAFICO N° 6



ORGANIGRAMA FUNCIONAL

GRÁFICO N° 7



MANUAL DE FUNCIONES

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo.

Para la empresa CAFETERÍA VILLONACO S.A. los manuales de funciones serán dirigidos a: Junta General de Accionistas, Administrador General, Asesor Legal, Contador (a), Cajero (a), cocinero (a), auxiliar de cocina y mesero (a).

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo, con la finalidad que cada empleado tenga sus lineamientos claros al momento de desempeñar sus funciones para lo cual se ha establecido lo siguiente:

001

EMPRESA: CAFETERIA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

A) NOMBRE DEL PUESTO: Junta General de Accionistas

NÚMERO DE PLAZAS:2

CÓDIGO:001

UBICACIÓN: Sala de recepción del cliente.

TIPO DE CONTRTACIÓN: indefinido (son los dueños del capital)

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

B) RELACIONES

JEFE INMEDIATO: Ninguno

SUBORDINADOS:

- ✓ Administrador General
- ✓ Asesor Legal
- ✓ Contador (a)
- ✓ Cajero (a)
- ✓ Cocinero (a)
- ✓ Auxiliar de cocina
- ✓ Mesero (a)

NATURALEZA DEL PUESTO:

Vigila todas y cada una de las actividades en la empresa y esta presta

a reunirse para tomar decisiones generales.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- ✓ La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a reuniones extraordinarias.
- ✓ Adoptar las medidas que exigiere el interés de la sociedad.
- ✓ Elegir y remover libremente a los miembros de la Junta Directiva, principales y suplentes.
- ✓ Ordenar que se ejerzan las acciones que correspondan contra los administradores, funcionarios.
- ✓ Reformar estos estatutos con el voto favorable de la mayoría de los votos presentes.
- ✓ Avaluar los bienes en especie que hayan de recibirse en pago de su suscripción de acciones.

RSPONSABILIDAD:

- ✓ Mantener al personal incentivado para trabajar.
- ✓ Optimizar los recursos financieros de la mejor manera.
- ✓ Realizar aportaciones cuando se hayan tomado decisiones de aporte.
- ✓ Tener la predisposición de colaborar en lo que fuere necesario para la cafetería.

C) ANÁLISIS DEL CARGO

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Tener mucha responsabilidad en las reuniones convocadas.

- ✓ Mantener el interés de la empresa.
- ✓ Aportar con ideas al mejoramiento de la empresa.

APTITUDES:

- ✓ Mantener una excelente comunicación con los trabajadores y accionistas de la empresa.
- ✓ Ser optimista en conseguir objetivos.
- ✓ Ser colaborador con la empresa.
- ✓ Sugerir socializaciones con el personal de trabajo.

RIESGOS:

- ✓ Ansiedad por el manejo de sus fondos
- ✓ Desconfianza de una mal decisión del administrador General.

Elaborado por: el autor

002

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

A) NOMBRE DEL PUESTO: Administrador General

NÚMERO DE PLAZAS:1

CÓDIGO:002

UBICACIÓN: Oficina de Administración

TIPO DE CONTRTACIÓN: Contrato de un año

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

B) RELACIONES

JEFE INMEDIATO:

- ✓ **Junta General de Accionistas**

SUBORDINADOS:

- ✓ Asesor Legal
- ✓ Contador (a)
- ✓ Cajero (a)
- ✓ Cocinero (a)
- ✓ Auxiliar de cocina
- ✓ Mesero (a)

NATURALEZA DEL PUESTO:

Planifica, organiza, ejecuta, dirige y controla las actividades en la empresa.

ACTIVIDADES DEL PUESTO:

- ✓ Organiza las labores del servicio de alimentación y bebidas.
- ✓ Coordina las tareas del personal de cada área de servicio alimenticio como: (recibo de mercancías, preparación, cocción, manipulación, despacho y cobro).
- ✓ Distribuye los materiales necesarios para efectuar labores.
- ✓ Comunica las medidas para cumplir con el servicio.
- ✓ Realiza los pedidos de equipos, materiales, y de mercancía según

la necesidad de la Cafetería

- ✓ Solicita información de las necesidades de equipos, materiales y mercancías a la sección de almacén y compra.
- ✓ Autoriza a través de notas, formularios de pedidos y requisiciones el uso de la mercancía o insumos para la elaboración de comidas y bebidas.
- ✓ Remite la autorización de los pedidos a las secciones de contabilidad, almacén y compras para su trámite a la dirección.
- ✓ Recibe y analiza el informe de estado de resultados de la cafetería.
- ✓ Solicita al cajero la información de ventas.
- ✓ Hace el balance de ingresos - egresos diarios de las cafeterías.
- ✓ Determina la existencia de los productos e insumos de cafetería.
- ✓ Programa los alimentos que se brindarán a los clientes con la colaboración del cocinero y auxiliar.

RSPONSABILIDAD:

- ✓ Mantener al personal activo.
- ✓ Mantener los insumos y materiales necesarios.
- ✓ Mantener los flujos de efectivo necesarios.
- ✓ Lograr metas y objetivos planteados.

C) ANÁLISIS DEL CARGO

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Tener conocimientos en administración de empresas e ingeniería en Banca y Finanzas.
- ✓ Mantener buenas relaciones humanas.
- ✓ Tener liderazgo.
- ✓ Cultivar valores personales.

EXPERIENCIA: tener al menos un año de experiencia en el manejo de empresas de servicios a fines.

APTITUDES:

- ✓ Mantener una excelente comunicación con los trabajadores de la empresa.
- ✓ Tener la capacidad de tomar decisiones en la empresa.
- ✓ Ser optimista al momento de alcanzar metas propuestas.
- ✓ Tener buen poder de negociación con los proveedores de materia prima.
- ✓ Ejercer ejemplo sobre los demás trabajadores.

RIESGOS:

- ✓ Cansancio físico.
- ✓ Temor de tomar una mala decisión.

Elaborado por: el autor

003

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

A) NOMBRE DEL PUESTO: Asesor Legal

NÚMERO DE PLAZAS:1

CÓDIGO:003

UBICACIÓN: Extra de las instalaciones de la empresa.

TIPO DE CONTRTACIÓN: Contrato esporádico.

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

B) RELACIONES

JEFE INMEDIATO:

- ✓ Junta General de Accionistas.
- ✓ Administrador General.

SUBORDINADOS:

- ✓ Ninguno

NATURALEZA DEL PUESTO:

Asesorar al gerente en todos los aspectos legales partiendo desde la constitución y en el desempeño de las funciones diarias.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- ✓ Asesora en la constitución, gestión y disolución de políticas de la empresa.
- ✓ Defiende los intereses de la empresa en toda su índole.
- ✓ Estudia y resuelve los problemas legales que se presentaren.
- ✓ Interviene en las negociaciones laborales.
- ✓ Asesora en materia de derecho empresarial.

RSPONSABILIDAD:

- ✓ Mantener intacta la imagen de la empresa.
- ✓ Planifica y controla con asesoramiento.

C) ANÁLISIS DEL CARGO**REQUISITOS DEL PUESTO:**

- ✓ Tener credencial como abogado en libre ejercicio profesional.
- ✓ Ser profesional reconocido en la sociedad.
- ✓ Personalidad intachable.

EXPERIENCIA: tener al menos un año de experiencia en documentos empresariales.

APTITUDES:

- ✓ Velar por el cumplimiento de la Ley que está enmarcada la empresa.

- ✓ Tener la capacidad de asesorar al Administrador General.
- ✓ Mantener excelente comunicación con el Administrador General.

RIESGOS:

- ✓ Ninguno.

Elaborado por: el autor

004

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

A) NOMBRE DEL PUESTO: Contadora

NÚMERO DE PLAZAS:1

CÓDIGO:004

UBICACIÓN: Extra de las instalaciones de la empresa.

TIPO DE CONTRTACIÓN: llevar la contabilidad de la empresa.

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

B) RELACIONES

JEFE INMEDIATO:

- ✓ Administrador General.

SUBORDINADOS:

- ✓ Ninguno

NATURALEZA DEL PUESTO:

Llevar la contabilidad de todas las transacciones de la empresa.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- ✓ Planificar todas las actividades relacionadas con el área contable y de impuestos.
- ✓ Elaborar estados financieros mensuales con información oportuna y verídica.
- ✓ Elaborar las declaraciones de impuestos distritales y nacionales.
- ✓ Revisar y comparar gastos mensuales.
- ✓ Elaboración de facturas para alquileres y comisión de cafetería.
- ✓ Elaborar y presentar información tributaria.
- ✓ Revisar los certificados de ingresos y retenciones a empleados.
- ✓ Colaborar con el área administrativa (caja).

RSPONSABILIDAD:

- ✓ Llevar mensualmente la contabilidad de la empresa.
- ✓ Planificar y organizar los tributos de la empresa.

C) ANÁLISIS DEL CARGO:**REQUISITOS DEL PUESTO:**

- ✓ Poseer título de contadora.

EXPERIENCIA: Tener al menos un año de experiencia en manejos contables empresariales.

APTITUDES:

- ✓ Velar por el cumplimiento de normas contables.
- ✓ Tener la capacidad de comunicar al Administrador General.

RIESGOS:

- ✓ Ninguno.

Elaborado por: el autor

005

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

A) NOMBRE DEL PUESTO: cajero (a)

NÚMERO DE PLAZAS:1

CÓDIGO:005

UBICACIÓN: Frente de la sala de atención al cliente.

TIPO DE CONTRTACIÓN: Contrato de un año

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

B) RELACIONES

JEFE INMEDIATO: Administrador General

SUBORDINADOS:

- ✓ Ninguno

NATURALEZA DEL PUESTO:

Efectuar el cobro de los servicios prestados al cliente que visitó el local.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- ✓ Crear estrategias para mejorar la atención al cliente.
- ✓ Atender en el menor tiempo a los clientes, ser eficiente.
- ✓ Reportar diariamente los ingresos percibidos por servicio prestado.
- ✓ Presentar informes correspondientes cuando el administrador considere.

Elaborado por: el autor

006

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

A) NOMBRE DEL PUESTO: Cocinero (a)

NÚMERO DE PLAZAS:1

CÓDIGO:006

UBICACIÓN: Área de Cocina

TIPO DE CONTRTACIÓN: Contrato de un año

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

A) RELACIONES

JEFE INMEDIATO:

- ✓ Junta General de Accionistas y Administrador General.

SUBORDINADOS:

- ✓ Auxiliar de cocina

NATURALEZA DEL PUESTO:

Planifica, organiza los alimentos y bebidas a prepararse diariamente.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- ✓ Preparar con optimismo y buena sazón cada uno de los alimentos.
- ✓ Mantener ordenada la cocina con todos los materiales disponibles.
- ✓ Mantener una muy buena higiene al momento de preparar los alimentos y bebidas.
- ✓ Hacer los pedidos de materia prima.
- ✓ Ser responsable por la utilidad de la cocina.
- ✓ Capacitar al auxiliar de cocina.
- ✓ Asesorar al administrador en la compra de los equipos.
- ✓ Ser cuidadoso en el manejo de la maquinaria de cocina.
- ✓ Ser responsable de los equipos de cocina.

RSPONSABILIDAD:

- ✓ Preparar los alimentos de calidad.
- ✓ Mantener limpia la cocina.
- ✓ No hacer desperdicios de comida, planificar bien.

D) ANALISIS DEL CARGO

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Documento que abalice ser chef profesional en comida tradicional.

EXPERIENCIA: Tener al menos dos años de experiencia en cocina.

APTITUDES:

- ✓ Mantener una excelente comunicación con el auxiliar a su disposición.
- ✓ Planificar bien los alimentos y bebidas a prepararse.
- ✓ Ser eficiente al momento de utilizar las materias primas.
- ✓ Sobre todo tener la predisposición para trabajar en la empresa.

RIESGOS:

- ✓ Sufrir quemaduras.
- ✓ No elaborar los suficientes pedidos.
- ✓ Temor a que los alimentos no tengan el toque necesario de sazón.

Elaborado por: el autor

007

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES**DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

A) NOMBRE DEL PUESTO: Auxiliar de cocina

NÚMERO DE PLAZAS:1

CODIGO:007

UBICACIÓN: Área de Cocina

TIPO DE CONTRATACIÓN: Contrato de un año

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

B) RELACIONES

JEFE INMEDIATO: Cocinero (a)

SUBORDINADOS:

- ✓ Ninguno

NATURALEZA DEL PUESTO:

Sirve los pedidos pasados por la persona mesera.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- ✓ Estar predispuesto a elaborar actividades diversas y variadas.
- ✓ Ayudar a limpiar, ordenar los elementos de la cocina.
- ✓ Cumplir con las normas de higiene y seguridad necesarias para evitar accidentes.
- ✓ Mantener en perfecta limpieza y en orden la cocina equipo e instalaciones.
- ✓ Controlar la vajilla, cubiertos, etc.
- ✓ Tener la predisposición de ayudar al cocinero (a).

RSPONSABILIDAD:

- ✓ Servir acorde a los pedidos de los clientes.
- ✓ Mantener el orden.

C) ANALISIS DEL CARGO

REQUISITOS DEL PUESTO:

Ser bachiller y tener conocimientos en nutrición y manejo de indumentaria de cocina.

EXPERIENCIA: tener al menos de seis meses a un año de experiencia en cocina.

APTITUDES:

- ✓ Capacidad para el trabajo en equipo.
- ✓ Tener mucha disciplina.
- ✓ Responsabilidad en su trabajo.
- ✓ Inquietud por perfeccionarse.
- ✓ Interés por cuidar y mantener una buena imagen

RIESGOS:

- ✓ Sufrir quemaduras.
- ✓ De que se quiebre algún artefacto de cocina.
- ✓ No cumplir con las expectativas del cliente.

Elaborado por: el autor

008

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES**DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

A) NOMBRE DEL PUESTO: mesero (a)

NÚMERO DE PLAZAS:1

CÓDIGO:008

UBICACIÓN: Área de atención al cliente.

TIPO DE CONTRTACIÓN: Contrato de un año

ÁMBITO DE OPERACIÓN: Local

B) RELACIONES

JEFE INMEDIATO:

- ✓ Administrador General.
- ✓ Cliente

SUBORDINADOS:

- ✓ Auxiliar de cocina

NATURALEZA DEL PUESTO:

- ✓ Ser una persona bondadosa.
- ✓ Tener la predisposición de atender al cliente.

ACTIVIDADES DEL PUESTO

- ✓ Dar la bienvenida al cliente.
- ✓ Conocimiento del menú.
- ✓ Tomar las órdenes de los clientes.
- ✓ Cuando se presenten quejas, estar predispuesto a solucionar con el cliente.
- ✓ Estar atento con los clientes por si soliciten un adicional en el servicio.

- ✓ Mantener la limpieza de las mesas.

RSPONSABILIDAD:

- ✓ Que se sienta el cliente satisfecho por la atención.
- ✓ Mantener limpia la sala de atención al cliente.

C) ANALISIS DEL CARGO

REQUISITOS DEL PUESTO:

- ✓ Ser bachiller.
- ✓ Buena presencia.
- ✓ Tener buenos modales.

EXPERIENCIA: Tener al menos de seis meses a un año de experiencia en atención al cliente.

APTITUDES:

- ✓ Mantener una excelente comunicación con cliente.
- ✓ Gozar de excelentes relaciones humanas.
- ✓ Capacidad de hacer múltiples tareas.
- ✓ Capacidad de trabajar en equipo.

RIESGOS:

- ✓ Sentir que algún cliente se sintió insatisfecho.
- ✓ Elaborar mal un pedido del cliente.

Elaborado por: el autor

MANUAL DE SEGURIDAD DE LA CAFETERÍA VILLONACO S.A.

EMPRESA: CAFETERÍA VILLONACO S.A

MANUAL DE FUNCIONES DE SEGURIDAD

TODOS DEBEN RESPETAR LAS RECOMENDACIONES QUE SE DESCRIBEN EN EL MANUAL

LA APLICACIÓN Y EL FIEL CUMPLIMIENTO DE ESTA POLÍTICA SERÁ UNA OBLIGACIÓN DE TODOS LOS NIVELES DE LA EMPRESA CUALQUIERA SEA LA FUNCIÓN O CARGO, CON EL OBJETIVO FUNDAMENTAL DE ALCANZAR EL BIENESTAR INDIVIDUAL Y GRUPAL DE LOS QUE LA INTEGRAN

USTED Y SU TRABAJO DEBE:

- ✓ Trabaje siempre respetando las normas de seguridad.
- ✓ Respete los derechos de los demás trabajadores.
- ✓ Promueva y vele la seguridad de todos sus compañeros.
- ✓ Cuide los equipos e instalaciones como prevención.
- ✓ Siéntase orgullosos de su trabajo.

USTED NO DEBE:

- ✓ Ingresar al trabajo con armas, bebida alcohólicas, drogas, estupefacientes o medicamentos sin la debida receta médica.
- ✓ Ir a trabajar en estado de ebriedad.
- ✓ Fumar o hacer fuego en áreas prohibidas.

- ✓ Usar cadenas al cuello, anillos, reloj, llaveros colgantes o cabello largo sin recoger, cuando se deban operar máquinas rotativas.
- ✓ Dormir o jugar en el lugar de trabajo.

REQUERIMIENTOS DE SEGURIDAD LABORAL

- ✓ Su seguridad personal y la de sus compañeros sólo podrán lograrse a través de una constante dedicación a la prevención de accidentes.
- ✓ Antes de realizar una tarea, tome las precauciones necesarias para evitarlos.
- ✓ Aun así, siempre se corre algún riesgo potencial; por eso es importante que aplique su sentido común para realizar el trabajo en la forma más segura posible.

PREVENCIÓN DE ACCIDENTES:

- ✓ Use siempre la vestimenta de uniforme de la cafetería.
- ✓ En caso de vientos más fuertes, no estar junto a los ventanales.
- ✓ Al momento de lavado de menaje y vajilla utilizar los guantes y demás elementos de seguridad.
- ✓ Evita los descuidos en la cocina, porque podría acarrear incendios.
- ✓ Al momento de utilizar los artefactos de cocina, estar pendiente del uso adecuado.

Elaborado por: el autor

ESTUDIO FINANCIERO

En esta fase se abordará la última parte de la evaluación del proyecto, orientada a la factibilidad y la rentabilidad de la cafetería.

OBJETIVOS

- ✓ Establecer la clasificación de los diferentes activos de la inversión inicial de la cafetería.
- ✓ Constituir las proyecciones de las inversiones circulantes para cada uno de los años de vida útil del proyecto, tomando en cuenta la tasa de inflación.
- ✓ Determinar el financiamiento para la inversión del proyecto.
- ✓ Establecer la relación de ingresos y egresos para cada uno de los años del proyecto de inversión.
- ✓ Establecer la sensibilidad del proyecto tomando en cuenta el soporte de incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Inversiones

Son aquellas inversiones iniciales que son la base inicial para que la cafetería empiece a organizarse para prestar el servicio, destacándose los activos fijos, activos diferidos y activos circulantes, los tres tipos de activos son complementarios ya que si la empresa no tuviere una de las clasificaciones no podría posesionarse en el mercado a operar con el servicio.

Activos Fijos

Comprende las inversiones físicas y tangibles como el terreno, la construcción de la planta, vehículo, maquinaria y equipo que son indispensables para prestar el servicio óptimo y de calidad para todos los clientes. A continuación en las tablas se muestra los activos fijos que contará la cafetería para su normal operación:

Terreno.- Es el espacio físico donde la cafetería se instalará, es donde se edificará la construcción del local para readecuar las instalaciones para ofrecer el servicio de calidad a todos los visitantes al parque Eólico Villonaco de la ciudad de Loja; el terreno para la cafetería que se utilizará es de 200 m² a un valor de \$29 por m² que da un valor de \$5.800 por la adquisición del terreno que se lo adquirirá de la propiedad privada así como se lo señaló en la micro-localización del proyecto. (Anexo N° 3).

Edificio.- Es la construcción de la infraestructura de la cafetería, la misma que tendrá todas las instalaciones propias para ofertar el servicio, la construcción de la cafetería con todos sus terminados e instalaciones de suministro de agua mediante el uso de cisterna y energía eléctrica estará a cargo de la constructora por un valor de mano de obra directa de m² de \$386,72 más un valor del 20% de mano de obra indirecta para construcción de dos plantas, pero como la cafetería requiere de una sola planta se le divide para dos; el área

de construcción es de 96 m² y con readecuaciones de patio y parqueadero para los clientes en total da toda la infraestructura un total de \$22.275,07 (Anexo N° 4).

Vehículo.- Es el medio de transporte más utilizado en la ciudad de Loja, para la cafetería Villonaco S.A. también es indispensable la adquisición de un vehículo Mazda doble cabina 4x2 año 2015 la misma que será utilizada para el transporte de ida y regreso de los funcionarios desde la ciudad de Loja hasta las instalaciones de la cafetería ubicada en el parque Eólico Villonaco, así también se la utilizará para cualquier otra eventualidad de uso exclusivo de la empresa. Este vehículo tendrá un costo de \$25.800 según la proforma de la distribuidora Mazda de la ciudad de Loja. (Anexo N° 5).

Maquinaria y Equipo.- Es la maquinaria indispensable y necesaria para operar y prestar el servicio a todos los clientes según la capacidad instalada que se pretende atender a los turistas que llegarán a la cafetería S.A; se ha tomado en cuenta la maquinaria más utilizada, con una cotización en diferentes locales comerciales de la ciudad de Loja, llegando a un valor de \$3.921,92. Adicionalmente se ha incluido lo referente a menaje y vajilla por un valor de \$1.235,80 (Anexo N° 6).

Muebles y Enseres.- Se ha tomado en cuenta los muebles de oficina tanto para el administrador (a) y cajero-contador (a), también se ha incluido los muebles de cocina indispensables para la elaboración de alimentos y bebidas solicitadas por los clientes que según la cotización asciende a un valor de \$2.825,00 (Anexo N° 7).

Equipo de Oficina.- Está integrado por todos los bienes de uso tanto del administrador como el teléfono, la caja registradora para uso del cajero (a) y el TV pantalla LED que es de uso exclusivo para los clientes para su mejor satisfacción y comodidad; el valor que asciende según cotización es de \$860 (Anexo N° 8).

Equipo de Cómputo.- Incluye los bienes utilizados para el manejo de computadoras e impresoras que serán utilizadas para por el administrador general y la cajero- Contador (a) para la elaboración de los diferentes documentos digitales para beneficio de la empresa por un valor de \$1.670,00 (Anexo N° 9).

CUADRO N° 31

VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS	
Terreno	5.800,00
Edificio	22.275,07
Vehículo	25.800,00
Maquinaria y equipo	5.157,72
Muebles y enseres	2.825,00
Equipos de oficina	860,00
Equipos de computación	1.670,00
TOTAL	64.387,79

Fuente: Anexo N° 3, 4, 5, 6, 7,8 y 9

Elaboración: el autor

Activos Diferidos

Gasto de la Adquisición del Terreno.- La adquisición del terreno al sector privado y para la normal inscripción a nombre de la Compañía de Cafetería Villonaco S.A. es necesario primero elaborar la escritura de compra y venta que estará a cargo del Ab. Jamil García Berrú matrícula 11-2015-297, el mismo que será el encargado de elaborar la minuta correspondiente para la posterior inscripción en la Notaria Octava del Cantón Loja, una vez legalizada en esta Institución se procederá a Inscribir en el Registro de la Propiedad del cantón Loja bajo la denominación de CAFETERÍA VILLONACO S.A.

Gastos de Constitución.- Se ha tomado en cuenta todos los gastos incurridos en la legalización de la escritura de la organización de la compañía Cafetería Villonaco S.A, incluyendo lo que es elaboración de la minuta, legalización en la Notaria Octava del Cantón Loja y el correspondiente Registro en la Superintendencia de Compañías, se ha tomado en cuenta los tres rubros descritos en cada una de las fases de la constitución de la compañía que asciende a un valor de \$645,00 dólares.

Marcas y Patentes.

Es un requisito que la Cafetería Villonaco S.A. necesita tener como persona Jurídica, que se va a dedicar a una actividad productiva en la ciudad de Loja, la

misma que se obtendrá del Servicio de Rentas del Municipio de Loja y asciende a un valor de \$234,00 dólares.

Estudios del Proyecto.- Comprende todo lo referente al estudio de pre factibilidad, es decir abarcaría los gastos de la elaboración del proyecto de inversión determinado por una cantidad de \$2.134,00 dólares.

Línea Telefónica Satelital.- Actualmente la comunicación es un medio indispensable para que toda empresa u organización planifique y ejecute sus funciones con responsabilidad por lo que es necesario que la Cafetería Villonaco S.A. cuente con una Línea telefónica Satelital que facilitará al administrador ejercer con certeza sus funciones y a la vez a cada uno de los funcionarios en caso de ser necesario para cualquier otra actividad; esta línea tiene un costo en CNT de \$67,20 dólares.

CUADRO N° 32

VALOR DE ACTIVOS DIFERIDOS		
ESPECIFICACIÓN	VALOR. PARCIAL	VALOR TOTAL
Gasto Adquisición del Terreno		330,00
Gastos de Constitución		645,00
Elaboración de minuta	360	
registro mercantil	285	
Marcas y Patentes		234,00
Registro en el IEPI	234	
Estudio del Proyecto		2.134,00
línea Telefónica CNT		67,20
TOTAL		3.410,20

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: el autor

Activos Circulantes.- Es aquel activo líquido donde la empresa hace uso diario para operar y poder brindar el servicio de calidad y excelencia a todos los clientes y se compone de materia prima directa, mano de obra directa, carga fabril, gastos de administración y el gasto de ventas.

Costo del Servicio (Costo Primo).- Comprende lo que es materia prima directa y mano de obra directa así como se detalla a continuación:

Materia Prima Directa.- Por ser una empresa de servicios, la materia prima se compone en dos grandes grupos como la materia prima utilizada en los alimentos y la materia prima utilizada en la elaboración de las bebidas cabe recalcar que se tiene el valor anual por términos de contabilidad, en realidad la programación de adquisición de la materia prima se la hará mensualmente (Anexo N° 10).

Mano de Obra Directa.- Es aquella que se compone de los trabajadores que están ligados directamente al servicio al cliente, es decir el cocinero (a), el auxiliar de cocina y el mesero (a). En las tablas de los roles de pago correspondientes se puede evidenciar el valor del pago al mesero (a) y al auxiliar de cocina, con los detalles y parámetros que les corresponden según el Código de Trabajo actual vigente. El cálculo se lo realiza con base a un salario mínimo vital, el décimo tercero, el décimo cuarto, vacaciones, aportes al IESS,

al IECE, al SETEC, entre otros beneficios más que les corresponde por Ley (Anexo N° 11).

Carga Fabril.- Son los gastos que se hace a diario por ser tan indispensables para operar mucho más importantes en una cafetería como es el agua, energía eléctrica y gasolina para el vehículo (Anexo N° 12).

Gastos de Administración.- Son los gastos generados por la administración en el que se incurrirá dentro de la etapa administrativa, es decir contiene las actividades de tramitación de documentos, manejo de información, control de inventarios entre otras actividades administrativas.

Además comprende los sueldos y salarios para el personal del administrador general, cajero (a) contador (a), tomando en cuenta también otros gastos administrativos como teléfono, suministros etc. Esta información la encontramos en los (Anexos N° 13 al 15).

Gastos de Ventas.- En esta sección intervienen los gastos estipulados en la publicidad, que en el caso de la cafetería se hará por dos medios de comunicación por una sola vez al año como incentivo a los turistas que visiten la cafetería en el parque Eólico Villonaco, el primero será por radio la radio Súper Laser y por el medio de Tv de Ecotel de igual manera de por un mes al año (Anexos N° 19)

CUADRO N° 33

VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES		
ESPECIFICACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Mano de Obra Directa	1.457,28	17.487,40
Materia Prima Directa	3.317,84	39.814,07
Carga Fabril	211,50	2.538,00
Gastos Administración.	1.879,35	22.552,25
Gastos de Ventas	113,33	1.360,00
TOTAL	6.979,31	83.751,72

Fuente: Anexos 10 al 19

Elaboración: el autor

CUADRO N° 34

VALOR DE LAS INVERSIONES TOTALES	
Especificación	VALOR TOTAL
Activo fijo	64.387,79
Activo diferido	3.410,20
Activo circulante	6.979,31
TOTAL	74.777,30

Fuente: Tabla N° 3 al 19

Elaboración: el autor

Financiamiento de la Inversión

El financiamiento permite determinar qué entidad financiará en parte el presente proyecto, para el crédito requerido, en este caso se utilizará como fuente al Banco de Loja, por ser una institución que brinda créditos a largo plazo en este caso se pactará para un plazo de 5 años a una tasa de interés utilizado para créditos de PYMES de 11.23%, la empresa para su normal funcionamiento requiere de \$29.911 dólares correspondiente al 40% del total de las inversiones de la empresa. Se menciona que entre los requisitos para el préstamo la empresa debe estar legalmente constituida y presentar un proyecto rentable el mismo que será analizado por los jefes de crédito, la empresa deberá además estar con todos los pagos municipales cancelados para que presente la documentación de escritura pública de la empresa como crédito hipotecario solicitada por el Banco.

Fuentes de Financiamiento.

Realizado el estudio sobre la inversión requerida para el proyecto se debió recurrir a las fuentes de financiamiento externo e interno. El capital propio a invertir es de \$44.866,38 dólares que representa el 60% de la inversión total, el mismo que será cubierto por los socios de la empresa y \$29.911 que representa el 40% restante será financiado por Banco de Loja a través de la línea de crédito PYMES que posee una tasa de interés del 11,23% a un plazo de 5 años. Es necesario aclarar que estas especificaciones y condiciones del crédito a recibir fueron realizadas en el mes de junio del año 2015, la amortización del crédito y del activo diferido la apreciamos en los (Anexos N° 20).

Fuentes de Financiamiento

CUADRO N° 35

FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA		
Especificación	%	VALOR
Fuente interna	60%	44.866,38
Fuente externa	40%	29.911
TOTAL	100%	74.777,30

Fuente: Anexos N° 20

Elaboración: el autor

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS

Es la diferencia entre lo que cuesta el servicio y el ingreso es toda la recaudación de prestar el servicio al cliente y es necesario determinar cuánto va a costar brindar el servicio y qué ingreso se tendrá en el transcurso del tiempo.

Presupuesto de Costos

Son todos los costos que la empresa debe enfrentar durante el proceso productivo de alimentos y bebidas que solicitan los clientes así para una más específica y amplia explicación se presenta en la siguiente Tabla para los 5 años de vida útil del proyecto y respetando los parámetros financieros de cálculo para proyectos de inversión.

CUADRO N° 36

PRESUPUESTO DE COSTOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE SERVICIO	73.223,02	77.721,34	80.902,57	83.372,38	85.925,02
COSTO PRIMO	57.301,47	61.526,81	64.426,54	66.606,02	68.859,24
MATERIA PRIMA DIRECTA	39.814,07	43.446,59	45.733,40	47.279,19	48.877,22
MANO DE OBRA DIRECTA	17.487,40	18.080,22	18.693,14	19.326,84	19.982,02
CARGA FABRIL	15.921,56	16.194,53	16.476,04	16.766,36	17.065,78
DEPRE DE EDIFICIO	1.058,07	1.058,07	1.058,07	1.058,07	1.058,07
DEPRE. VEHICULO	4.128,00	4.128,00	4.128,00	4.128,00	4.128,00
DEPRE. MAQUINARIA Y EQUIPO	464,19	464,19	464,19	464,19	464,19
DEPRE. MUEBLES Y ENSERES	254,25	254,25	254,25	254,25	254,25
DEPRE. EQUIPOS DE OFICINA	77,40	77,40	77,40	77,40	77,40
DEPRE. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	371,11	371,11	371,11	371,11	371,11
REPARACION Y MANTENIMIENTO	7.030,53	7.268,17	7.513,83	7.767,80	8.030,35
AGUA	1.560,00	1.583,40	1.607,15	1.631,26	1.655,73
ENERGIA ELÉCTRICA	.432,00	438,48	445,06	451,73	458,51
GASOLINA	546,00	551,46	556,97	562,54	568,17
COSTOS DE OPERACIÓN	27.953,29	29.647,31	29.925,11	30.165,33	30.361,44
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	23.234,29	25.419,24	26.246,70	27.102,05	27.986,21
SUELDOS Y SALARIOS	21.599,33	23.760,64	24.563,75	25.394,00	26.252,32
SUMINISTROS DE OFICINA	49,22	50,88	52,60	54,38	56,22
GASTOS GENERALES	543,70	562,08	581,08	600,72	621,02
TELÉFONO	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO	682,04	682,04	682,04	682,04	682,04
GASTOS DE VENTA	1.360,00	1.405,97	1.453,49	1.502,62	1.553,41
PUBLICIDAD	1.360,00	1.405,97	1.453,49	1.502,62	1.553,41
GASTOS FINANCIEROS	3.359,00	2.822,10	2.224,92	1.560,66	821,82
INTERÉS DEL PRESTAMO	3.359,00	2.822,10	2.224,92	1.560,66	821,82
TOTAL	101.176,31	107.368,65	110.827,68	113.537,71	116.286,46

Fuente: Anexos

Elaboración: el autor

CUADRO N° 37

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO			
RUBROS	AÑO1		
	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
COSTO DE SERVICIO			
COSTO PRIMO			57.301,47
MATERIA PRIMA DIRECTA		39.814,07	
MANO DE OBRA DIRECTA	17.487,40		
CARGA FABRIL			15.921,56
DEPRE DE EDIFICIO	1.058,07		
DEPRE. VEHÍCULO	4.128,00		
DEPRE. MAQUINARIA Y EQUIPO	464,19		
DEPRE. MUEBLES Y ENSERES	254,25		
DEPRE. EQUIPOS DE OFICINA	77,40		
DEPRE. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	371,11		
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO		7.030,53	
AGUA		1.560,00	
ENERGÍA ELÉCTRICA		432,00	
GASOLINA		546,00	
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			23.234,29
SUELDOS Y SALARIOS	21.599,33		
SUMINISTROS DE OFICINA		49,22	
GASTOS GENERALES		543,70	
TELÉFONO		360,00	
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO	682,04		
GASTOS DE VENTA			1.360,00
PUBLICIDAD	1.360,00		
GASTOS FINANCIEROS			3.359,00
INTERÉS DEL PRESTAMO	3.359,00		
TOTAL	50.840,79	50.335,52	101.176,31

Fuente: Anexos

Elaboración: el autor

ESTRUCTURA DE INGRESOS

Es aquella que está compuesta por todos los ingresos provenientes de prestar el servicio de cafetería, estableciendo el proceso técnico para la estimación de los ingresos en empresas de servicios de cafetería como el Tamal Lojano, es decir se ha tomado en cuenta los costos totales que abarca inclusive el costo de los productos de primera necesidad, mano de obra, gastos administrativos de ventas y financieros, por tanto a estos se les ha marginado de utilidad un 25% ya que el proveedor entrega el producto en caso de tamales humitas y quimbolitos entre otros desde su domicilio donde los prepara por lo que al momento de que el vehículo lleve a los funcionarios también irá llevando la materia prima a la cafetería.

Estructura de Ingresos para la Vida útil del Proyecto

CUADRO N° 38

ESTRUCTURA DE INGRESOS						
Años	Costos totales	Veces	Costo Unitario	25 % de Margen de Utilidad	PVP	Total de Ventas
1	101.176,31	60.134	1,68	0,42	2,10	126.470,39
2	107.368,65	63.475	1,69	0,42	2,11	134.210,81
3	110.827,68	66.816	1,66	0,41	2,07	138.534,60
4	113.537,71	66.816	1,70	0,42	2,12	141.922,14
5	116.286,46	66.816	1,74	0,44	2,18	145.358,07

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias para el periodo de vida útil de la empresa se lo calculó tomando en cuenta los ingresos por ventas de servicio, esto es todos los ingresos anuales recibidos por el servicio y restados el costo del servicio de operación y desembolsos legales que por Ley corresponden dar los respectivos aportes a los beneficiarios.

CUADRO N° 39

RUBROS	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		126.470,39	134.210,81	138.534,60	141.922,14	145.358,07
(-) COSTOS DE SERVICIOS VENDIDOS		73.223,02	77.721,34	80.902,57	83.372,38	85.925,02
(=) UTILIDAD BRUTA		53.247,37	56.489,47	57.632,03	58.549,76	59.433,05
(-) GASTOS OPERATIVOS		24.594,29	26.825,21	27.700,19	28.604,66	29.539,62
(=) UTILIDAD OPERATIVA		28.653,07	29.664,26	29.931,84	29.945,09	29.893,43
(-) GASTOS POR INTERESES		3.359,00	2.822,10	2.224,92	1.560,66	821,82
=UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS		25.294,08	26.842,16	27.706,92	28.384,43	29.071,61
(-) TRABAJADORES (15%)	15%	3.794,11	4.026,32	4.156,00	4.257,00	4.360,00
(=) UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		21.499,97	22.815,84	23.550,92	24.127,43	24.711,61
(-) IMPUESTO A LA RENTA (22%)	22%	4.729,00	5.019,00	5.181,00	5.308,00	5.436,00
=UTILIDAD NETA		16.770,97	17.796,84	18.369,92	18.819,43	19.275,61

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

Permite tener conocimiento cuando son iguales tanto los ingresos por ventas y el total de los costos (fijos y variables), es decir es el punto donde la empresa iguala tanto los ingresos como los costos de operación.

Para calcular el punto de equilibrio en forma matemática en función de la capacidad instalada y de las ventas; y gráfico, es necesario clasificar a los costos en fijos y variables. En la siguiente Tabla se expone los costos fijos y variables, para luego proceder a calcularlos matemáticamente, en función de los ingresos por ventas y en función de la capacidad instalada, para luego proceder a graficar y de esta manera obtener el punto de equilibrio.

Método Gráfico: Es la representación gráfica en el que se especifica el punto de equilibrio mediante el cruce de los líneas de ingresos y costos de la cafetería.

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

a) En función de la capacidad instalada :

$$PE = \text{Costo Fijo Total} / (\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Totales}) * 100$$

$$P.E = (50.840,79 / (126.470,39 - 50.335,52)) * 100$$

$$PE = 66,78 \% \text{ Capacidad Instalada}$$

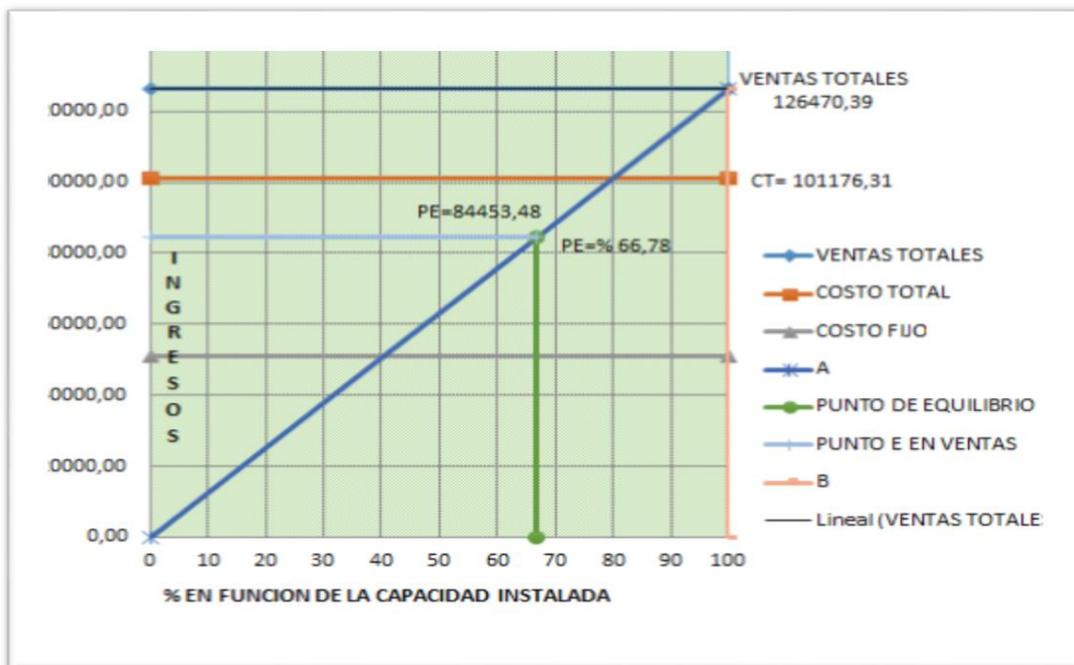
b) En función de las Ventas:

$$PE = (\text{Costos Fijos Totales} / 1 - (\text{Costos variables Totales} / \text{Ventas Totales}))$$

$$PE = (50.840,79 / 1 - (50.335,52 / 126.470,39))$$

$$PE = \$84.453,48$$

GRÁFICO N° 8



Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permite cuantificar y determinar los costos que se requerirán para poner en marcha la empresa y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en los periodos que la cafetería preste los servicios a la ciudadanía, para ello se elabora el flujo de caja como un primer indicador para determinar la situación financiera.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja, permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa durante la vida útil del proyecto, en donde se agrupan las fuentes de acuerdo al origen de los fondos. A este estado financiero se lo obtiene relacionando el total de ingresos con el total de los egresos de cada año de vida útil, para así conocer el flujo de efectivo que la empresa tendrá en el proceso de prestación de los servicios en estudio.

CUADRO N° 40

FLUJO DE CAJA						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA		16.770,97	17.796,84	18.369,92	18.819,43	19.275,61
DEPRECIACIONES		6.724,13	6.724,13	6.724,13	6.724,13	6.724,13
AMORTIZACIONES		682,04	682,04	682,04	682,04	682,04
= (FEO) FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL		24.177,14	25.203,01	25.776,09	26.225,60	26.681,79
(-) INVERSIÓN INICIAL	(74.777,30)					
(-) REINVERSIÓN					(1.670,00)	
(+) VALOR DE RESCATE						28492,68
=(FEI) FLUJO DE EFECTIVO ANTES DE INVERSIÓN	(74.777,30)				(1.670,00)	28.492,68
FLUJO DE EFECTIVO ANTES DE FINANCIAMIENTO	(74.777,30)	24.177,14	25.203,01	25.776,09	24.555,60	55.174,47
(-) FINANCIAMIENTO	29.910,92					
FLUJO NETO DESPUES DE FINANCIAMIENTO	(44.866,38)	24.177,14	25.203,01	25.776,09	24.555,60	55.174,47

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es un método de evaluación financiera que señala el saldo actual, que resulta luego de la vida útil del proyecto, es decir, el valor que tiene la inversión a través del tiempo, bajo este concepto es factible de realizarlo cuando el valor actual neto es positivo, siempre y cuando la tasa de actualización utilizada sea un porcentaje que corresponda al costo de oportunidad o la tasa de interés del préstamo del Banco de Loja.

CUADRO N° 41

VALOR ACTUAL FACTOR ACTUALIZACIÓN= 11,23%			
AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	VALOR ACTUALIZADO
1	24.177,14	0,899038029	21.736,17
2	25.203,01	0,808269378	20.370,83
3	25.776,09	0,726664909	18.730,58
4	24.555,60	0,653299388	16.042,16
5	55.174,47	0,587340994	32.406,23
TOTAL			109.285,96

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

Aplicando la formula se obtiene:

VAN= Sumatoria de Flujo Neto Actualizado – Inversión

VAN = 109.285,96 – 74.777,30

VAN = \$ 34.508,66

El V.A.N; indica que si el resultado es igual o superior a cero se acepte el proyecto y si es menor o negativo, no se lo acepte. Por tanto el proyecto es aceptable por lo que cualquier inversionista puede ejecutar la inversión.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Es una metodología utilizada para la evaluación de proyectos de inversión que para el caso de la cafetería va a permitir conocer el rendimiento por cada dólar invertido, esta relación dicho de otra manera nos indica la capacidad de pago de la empresa, es decir que por cada dólar invertido por la cafetería cuanto es lo que está obteniendo de rentabilidad, para obtener esta relación se realiza la comparación de los valores actuales de los costos con el valor actual de los ingresos. Cuando se obtiene un índice mayor a 1 en la relación beneficio costo indica que la inversión es rentable ya que el dólar invertido está produciendo un 25% de rentabilidad.

CUADRO N° 42

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 11,23%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 11,23%	INGRESO ACTUALIZADO
1	101176,31	0,899038029	90961,35	126470,39	0,899038029	113701,69
2	107368,65	0,80826938	86782,79	134210,81	0,80826938	108478,49
3	110827,68	0,72666491	80534,59	138534,60	0,72666491	100668,23
4	113537,71	0,65329939	74174,12	141922,14	0,65329939	92717,64
5	116286,46	0,587340994	68299,80	145358,07	0,587340994	85374,75
TOTAL			400752,65			500940,81

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

$$B/C = \text{Ingreso Actualizado} / \text{Costo Actualizado}$$

$$B/C = 500940,81 / 400752,65$$

$$B/C = \$1,25$$

Con los datos obtenidos se puede deducir que por cada dólar que la empresa debe a terceros en este caso al Banco de Loja, la empresa cuenta de 1,25 dólares para cancelar sus obligaciones y por lo general tiene una relación con el margen de utilidad establecida en la estructura de ingresos del 25%.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es un indicador que permite establecer la capacidad de ganancia de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo, cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital, es decir al valor que recibiría si esa misma cantidad de la inversión del proyecto la pondría en una póliza de inversión en una institución financiera.

A continuación se aprecia el cuadro y luego la fórmula respectiva de la TIR.

CUADRO N° 43

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	VAN 1	FACTOR	VAN 2
		25,50%		26,50%	
1	24.177,14	0,7968127	19.264,65	0,7905138	19.112,36
2	25.203,01	0,6349106	16.001,66	0,6249121	15.749,67
3	25.776,09	0,5059048	13.040,25	0,4940017	12.733,43
4	24.555,60	0,4031114	9.898,64	0,3905152	95.89,33
5	55.174,47	0,3212043	17.722,28	0,3087076	17.032,78
TOTAL			75.927,48		74.217,58
			1.150,18		(559,72)

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

FÓRMULA DE LA TIR

$$TIR = T_m + D_t * \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 25,50\% + 1\% * \left(\frac{1.150,18}{1.150,18 - (-559,72)} \right)$$

$$TIR = 26,17\%$$

Una vez deducido el resultado de la TIR de 26,17% se puede establecer en comparación a las tasas de interés que paga el banco el proyecto es más rentable ya que está por encima del 11,23% que establecen las instituciones financieras, por lo que es favorable que el inversionista invierta en este proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Muestra el periodo de recuperación de la inversión en el transcurso del tiempo en que la empresa tardará en solventar el total de la inversión, mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto. Este método de evaluación de proyectos ayuda a establecer si es aceptable o no la inversión y se debe tomar en cuenta si el periodo de recuperación es inferior al periodo de vida útil del proyecto, y si el tiempo es mayor no es aconsejable la inversión.

A continuación se expone el Cuadro y luego la fórmula para este indicador.

CUADRO N° 44

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL		
AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO
1	74.777,30	24.177,14
2		25.203,01
3		25.776,09
4		24.555,60
5		55.174,47
TOTAL	74.777,30	154.886,32

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Invr.}} \right)$$

$$\text{PRC} = 3 + \left(\frac{74.777,30 - 49.380,16}{25.776,09} \right)$$

$$\text{PRC} = 3 + (0,98529839)$$

$$\text{PRC} = 3,98529839$$

$$\text{PRC} = 3 \text{ Años}$$

$$\text{PRC} = 0,98 * 12 = 11 \text{ Meses}$$

$$\text{PRC} = 0,76 * 30 = 23 \text{ Días}$$

Con el resultado obtenido, se puede observar que la inversión inicial será recuperada en 3 años, 11 meses y 23 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Muestra los resultados de cambio a las circunstancias de alguna variable, es decir trata de manifestar las variaciones de rentabilidad del proyecto debido a la modificación de uno de los componentes del modelo analizado, como es el caso de incrementar sus costos y disminuir sus ingresos.

INTERPRETACIÓN.- Luego de realizar los análisis de sensibilidad se ha obtenido que el proyecto puede soportar un 3,64% de incremento en los costos, es decir el límite que soportaría el proyecto cuando exista un fenómeno extra normal en los costos, ya sea ocasionados por una inflación; y soporta un 2,91% en la disminución en los ingresos, es decir, que es el límite que soportaría si por alguna circunstancia bajan la ventas en la cafetería o por la llegada de un nuevo competidor, con la información expuesta se tiene que el proyecto es viable ya que soporta variaciones en los diferentes factores externos al proyecto. Seguidamente se exponen los dos cuadros del Análisis de Sensibilidad, el mismo que no debe sobrepasar ni ser inferior al rango de 0.99 como sensibilidad.

CUADRO N° 45

SENSIBILIDAD CON EL 3,64 % DE INCREMENTO EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTO	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIONES				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUAL 1	VALOR ACTUAL	FACTOR 2	VALOR ACTUAL
		3,64530%			16,50%		17,50%	
1	101176,31	104864,49	126470,39	21605,90	0,86	18545,84	0,85	18388,00
2	107368,65	111282,56	134210,81	22928,25	0,74	16893,48	0,72	16607,15
3	110827,68	114867,68	138534,60	23666,92	0,63	14968,01	0,62	14589,09
4	113537,71	117676,50	141922,14	24245,64	0,54	13162,24	0,52	12719,85
5	116286,46	120525,45	145358,07	24832,62	0,47	11571,59	0,45	11087,49
TOTAL				117279,33		75141,15		73391,59
						363,85		(1.385,71)

Fuente: Elaboración

Elaboración: el autor

NTIR= 20,80 %

TIR DEL PROYECTO= 26,17 %

1) DIFERENCIA DE TIR

D.TIR= TIR PROYEC – NUEVA TIR

D.TIR= 5,37%

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VAR= (DIF. TIR / TIR PROYEC)*100

% VAR= 20,52%

3) SENSIBILIDAD

SENSIB= % VAR / N.TIR

SENSIB= 0,99

CUADRO N° 46

SENSIBILIDAD CON EL 2,91% DE DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS								
AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL DISMIINUCIÓN	FLUJO NETO	ACTUALIZACIONES			
					FACTOR ACTUAL 1	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUAL 2	VALOR ACTUAL
			2,91620%		16,50%		17,50%	
1	101176,31	126470,39	122782,26	21605,95	0,858369099	18545,88	0,85106383	18388,04
2	107368,65	134210,81	130296,95	22928,31	0,73679751	16893,52	0,724309642	16607,19
3	110827,68	138534,60	134494,65	23666,97	0,632444214	14968,04	0,616433738	14589,12
4	113537,71	141922,14	137783,40	24245,69	0,54287057	13162,27	0,524624458	12719,88
5	116286,46	145358,07	141119,14	24832,68	0,465983322	11571,62	0,4464889	11087,52
TOTAL						75141,33		73391,76
						364,03		(1.385,54)

Fuente: Elaboración
Elaboración: el autor

NTIR= 20,81%

TIR DEL PROYECTO= 26,17 %

1) DIFERENCIA DE TIR

D.TIR= TIR PROYEC – NUEVA TIR

D.TIR= 5,36%

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VAR= (DIF. TIR / TIR PROYEC)*100

% VAR= 20,49%

3) SENSIBILIDAD

SENSIB= % VAR / N.TIR

SENSIB= 0,99

g. DISCUSIÓN

El presente trabajo denominado “proyecto de inversión para la creación de una empresa de servicios de cafetería en el barrio Rumicorral (parque Eólico Villonaco) de la ciudad de Loja” el mismo que busca encontrar una solución a todos los visitantes del parque Eólico Villonaco, ya que por razones de ubicación y de climatización existe la necesidad de un alojamiento que brinde comodidades a todos los turistas que llegan de diferentes partes del Ecuador y del Mundo.

El proyecto engloba en brindar servicios de cafetería, ya que en la localidad no existe este servicio y por ser un lugar turístico, existe gran cantidad de visitantes y por consiguiente se debe brindar comodidades que coadyuven a fomentar el turismo cercano en la ciudad de Loja.

Al realizar la evaluación económica financiera en cuanto a inversiones, ingresos y egresos, se consuma que los indicadores son los adecuados para realizar la inversión que requiere la implementación de la empresa de cafetería.

Para la demostración de los indicadores financieros se realizó un estudio de mercado, donde se aplicó una encuesta a todos los visitantes del Parque Eólico Villonaco, población obtenida de una muestra que arrojó 394 encuestas, la información permitió determinar la demanda potencial que abarca el 100% de los visitantes; demanda real es de 90%; demanda efectiva 99%, y la oferta es cero ya que en el sector no existe cafetería alguna que preste el servicio a los visitantes; y la demanda insatisfecha es de 208.520 clientes de la cafetería (para el primer año de vida útil) del proyecto.

En segunda instancia se realizó el estudio técnico enmarcado a establecer la ubicación de la empresa, tomando en cuenta factores que determinen la mejor ubicación y de esta manera definir los recursos,

materiales y humanos necesarios para el normal funcionamiento del proyecto para lo cual la macro-localización está dada en la ciudad de Loja y la micro-localización en el barrio Rumicorral (Parque Eólico Villonaco) en lo referente a la capacidad instalada la empresa trabajará de lunes a viernes, ocho horas diarias y se atenderá según la capacidad instalada de la planta diariamente 256 servicios, tomando en cuenta que los fines de semana es donde mayor afluencia de clientes posee la cafetería. Asimismo para una mejor comprensión de los servicios de la cafetería se realizó dos flujogramas uno de la elaboración de los alimentos y bebidas y otro de prestación del servicio.

En cuanto al estudio organizacional se efectuó la normativa legal vigente, la razón social Compañía S.A, número de socios 2 los mismos que aportaran cada uno con el 50% del capital propio aportado en acciones igualitarias, además se estableció un organigrama estructural, funcional y un manual de funciones y el respectivo reglamento para el normal funcionamiento de la empresa.

Por último se elaboró un estudio financiero y evaluación financiera con el propósito de determinar los diferentes activos, las respectivas proyecciones, el financiamiento de la inversión, relación ingresos y egresos para cada uno de los años de vida útil del proyecto.

La inversión que necesita la cafetería tanto con capital propio y financiado es de \$ 74.777,30 monto del cual los socios aportarán con el 60% dividido en 50% por cada socio \$29.911 que equivale \$1 dólar por acción.

h. CONCLUSIONES

Para el establecimiento de las conclusiones respectivas se ha tomado en cuenta cada uno de los objetivos planteados en el anteproyecto aprobado.

- ✓ El estudio de mercado de la cafetería Villonaco S.A. en cuanto a la demanda está determinada por todos los visitantes al parque Eólico Villonaco de la ciudad de Loja, en cuanto a la oferta se pudo establecer que no existe ninguna otra cafetería o similar servicio, por lo que la nueva empresa será la única que preste el servicio a los visitantes en el sector; por lo tanto según datos obtenidos se tiene que existe una demanda insatisfecha por los turistas, que representa una significativa cantidad de clientes por lo que se recomienda a cualquier persona natural o Jurídica y especialmente a impulsores del turismo en Loja y amantes de la rentabilidad de las inversiones a que se ejecute el proyecto en lo referente a clientes en el sector turístico.

- ✓ En cuanto a aspectos técnicos del proyecto se pudo determinar la localización más apropiada en el parque Eólico Villonaco, estableciendo el mínimo impacto ambiental y sobre todo cubrir la necesidad de los visitantes de alojarse en un lugar seguro y con acondicionamientos indispensables para un turista; también establecer los recursos y materiales necesarios para la operación de la cafetería, a la vez readecuar los espacios necesarios según los recursos humanos que van a trabajar y de acuerdo también a los clientes que se planea recibir diariamente, estableciendo el proceso que tendrá que hacer cada uno de los funcionarios de acuerdo al flujograma de procesos que conlleva el prestar un servicio de calidad solicitado por los mismos clientes.

- ✓ Una adecuada organización de la empresa, que cuente con una estructura legal vigente adaptada a normas y reglamentos Municipales y Nacionales de la manera que permita realizar todas las actividades tanto

operaciones y administrativas. La cafetería está acorde a los requerimientos turísticos, con avances tecnológicos y sobre todo que en la organización prime el cumplimiento de los Reglamentos internos y en general todas las normas Legales que tienen que ver con el entorno de la cafetería.

- ✓ La capacidad de pago del proyecto demuestra que es capaz de cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo, ya que el flujo de caja para el primer año es de \$24.177,14 y similar para el resto de los años de vida útil del proyecto lo que demuestra que cuenta con liquidez para poder cubrir los costos y gastos que demanda la cafetería para poder seguir prestando el servicio a sus clientes. Tomando en cuenta la metodología de Evaluación de proyectos se tiene que el VAN es superior a uno con un valor de \$34.508,66 por lo tanto se debe aceptar el proyecto. Además para el presente proyecto la TIR es de 26,17%, siendo este valor mayor a las tasas pasivas que ofrece el banco por una póliza de inversión, por lo que el proyecto es viable ya que está por encima de la tasa referencial de las instituciones del sistema financiero local. Siguiendo con la evaluación financiera en cuanto a la relación beneficio costo, se tiene un valor de \$1.25 que demuestra que la inversión es segura ya que por cada dólar invertido se está obteniendo una ganancia de 0,25 ctvs. En cuanto a la recuperación del capital de la cafetería se tiene que la inversión se recupera a los 3 años, 11 meses y 23 días, por lo que haciendo referencia es mejor efectuar la inversión en el proyecto ya que puesto en el banco no se va lograr el rendimiento esperado. Los resultados de sensibilidad, reflejan que la empresa soporta un 3,64% de incremento en los costos y un 2,91% de disminución en ingresos por lo cual el proyecto es aceptable ya que no podría variar con magnitud los costos ni ingresos ya que el recurso indispensable son los productos de primera necesidad por lo general se mantienen estables en el tiempo.

i. RECOMENDACIONES

- ✓ La nueva cafetería debe ofrecer a sus clientes un servicio ágil agradable y acogedor, con el fin de cumplir las expectativas de todos los visitantes, que a su vez estos clientes bien satisfechos se conviertan en clientes continuos y que también permitan atraer más clientes, con un personal de atención único cálido, bondadoso y muy cordial y capacitado permanentemente de acuerdo a las necesidades de la empresa, para que el turista se sienta como en su casa y que al momento de hacer turismo escojan la visita al parque Eólico Villonaco y visiten la cafetería.
- ✓ La estructura física de la cafetería es muy importante como carta de presentación a todos los visitantes de la misma, por lo que se recomienda que todas las áreas y departamentos deben estar impecables en cuanto a limpieza, el ordenamiento del área de cocina, sobre todo con altos estándares de salubridad el cuidado y mantenimiento de los alimentos y bebidas, no ofrecer comidas guardadas y en general prestar un servicio cómodo y acogedor para todos y cada uno de los visitantes.
- ✓ La cafetería sea el ente principal de cumplimiento de la Visión, Misión y valores y principios para que la empresa se convierta símbolo de admiración y ejemplo a la ciudadanía con personal de trabajo comprometido para que la empresa cumpla las metas y objetivos con altos estándares de calidad y eficiencia para que cada vez que se necesite un servicio de calidad fuera del área urbana sea en primera instancia la cafetería Villonaco S.A.
- ✓ Por último se recomienda que de acuerdo a los cuatro estudios analizados y descritos anteriormente y detalladamente se puede evidenciar que el proyecto es rentable con rendimientos superiores a las tasas referenciales que existen en los bancos, cooperativas y sobre todo

si se ejecuta la inversión es que ya no se depende de rendimientos de terceros, sino que va administrar sus propios recursos de acuerdo a conveniencias de los socios, sin descuidar las obligaciones y estructuras legales. Así también se recomienda que los socios que no cuenten con el total de la inversión se haga el financiamiento del 40% de la inversión total a una tasa del 11,23% anual que otorga el Banco de Loja en créditos a PYMES a un plazo de 5 años, obteniendo un rendimiento según el indicador de Beneficio Costo que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,25 haciendo referencia a que ese mismo dólar me cuesta 0,11 centavos en el banco por lo que si permite trabajar ese mismo dólar como dinero de terceros y ganar la diferencia esto en el caso que sea mediante préstamo.

j. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- ✓ Alarcon, C. A. (2011). "El Ciclo de los Proyectos"
- ✓ Amaya, G. (2011). "Segmentación de Mercado"
- ✓ Arias, N. (2013). "Del Capital Suscrito y Pagado de las Sociedades" .
- ✓ Astudillo y Cochancela. (2010). " Análisis de los Métodos para la Determinación de la Velocidad del Viento para Diseñar una Energía Eólica".
- ✓ Baca, U. G. (2010). "Evaluación de Proyectos".
- ✓ Besley, S. (2000). "Fundamentos de Administración Financiera".
- ✓ Bloom, K. H. (2011). "El Estudio de Mercado".
- ✓ Bravo, V. M. (2009). "Contabilidad General".
- ✓ Cabezut, B. (2009). "Estudio de Mercado".
- ✓ Campo, J. (2012). Análisis de Sensibilidad en la Evaluación de Inversiones. Expansión.
- ✓ Castillo, I. (2004). "Estudio de Mercado y Evaluación de Proyectos".
- ✓ Celedonio, M. (2006). Organización, Niveles Jerárquicos, Funciones y Obligaciones en la casa del apoyo al Menor Trabajador.
- ✓ Cervera, M. (2010). "Introducción a la Contabilidad".
- ✓ Chain, N. S. (2011). "Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación" .
- ✓ Chiavenato, I. (2014). "Iniciación a la Organización y Técnica Comercial".
- ✓ Córdova, P. M. (2008). "Formulación y Evaluación de Proyectos".
- ✓ Espinosa, R. (2014). "Blog de Marketing y Ventas".
- ✓ Fierro, Á. M. (2012). "Contabilidad de Pasivos.". En F. Á. María, "Contabilidad de Pasivos."
- ✓ García, Y. (2013). "Conceptualización de proyectos".
- ✓ Gitman, J. (2010). "Principios de Administración Financiera".

- ✓ González. (2011). "Contabilidad General".
- ✓ González, J. M. (2011). "Economía de la Empresa".
- ✓ Gonzalez, S. G. (2011). "Contabilidad General".
- ✓ Hernandez, L. (2014). "Emprendimiento III".
- ✓ Hernandez, V. (2009). "Estudio de Mercado y Estimación de Costos del Proyecto".
- ✓ Hoffman, D. (2002). "Fundamentos de Marketing de Servicios".
- ✓ Kerly y Khaterine y shellmy . (2013). "Proyecto de Inversión para la implementación de un bar cafetería rustico en el cantón Villamil Playas dela provincia del Guayas. En s. J. haterine Gabriela Baldeon Proaño, "Proyecto de Inversión para la implementación de un bar cafetería rustico en el cantón Villamil Playas dela provincia del Guayas.
- ✓ López, C. A. (2008). "Curso completo de Servicios. Hoteles, Restaurantes, Cafeterías y Bares". En A. LÓPEZ C, "Curso completo de Servicios. Hoteles, Restaurantes, Cafeterías y Bares"
- ✓ Lovelok, C. (2008). "Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia".
- ✓ Marrufo, I. (2011). "Contabilidad Financiera".
- ✓ Melo, R. C. (2007). "Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa prestadora de servicios de catering social temático".
- ✓ Miranda, J. J. (2011). Gestión de Proyectos. En J. J. Miranda, Gestión de Proyectos
- ✓ Montalvo, C. O. (2009). "Administración Financiera Básica - El Corto Plazo".
- ✓ Morales, C. M. (2010). "Formulación y Evaluación de Proyectos Estudio Organizacional y Legal".
- ✓ Nassir, S. C. (2009). "Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa".
- ✓ Pimentel, E. (2008). "Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión".
- ✓ Reyes, J. (2001). "Proyectos de Inversión".

- ✓ Salazar, G. R. (2006). "Perfil del Administrador".
- ✓ Sandoval, J. Y. (2012). "Evaluación de Proyectos".
- ✓ Suntasi, J. R. (2007). "Proyecto de Factibilidad para la Creación de un Centro Turístico con Tecnología Virtual en las Instalaciones del teleférico de la Ciudad de Quito.". Quito.
- ✓ Torrado, S. (2008). "Serie Materiales Didácticos". Buenos Aires.
- ✓ Yamane, T. (2013). "Analysis of Sample Size in Consumer Surveys" . Polonia.

PÁGINAS WEB

- ✓ Cámara Provincial de Turismo de Loja. (www.capturloja.com).
- ✓ Ministerio de Turismo (www.turismo.gob.ec)
- ✓ Municipio de Loja (www.loja.gob.ec)
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) (www.iess.gob.ec).
- ✓ Secretaria de Ambiente (www.ambiente.gob.ec).
- ✓ Servicio de Rentas Internas (S.R.I.). (www.sri.gob.ec).
- ✓ www.camarazaragoza.com. (2014).
- ✓ www.celec.gob.ec.
- ✓ www.wikipedia.org.

k. ANEXOS

ANEXO N° 1

ENCUESTA APLICADA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

La presente encuesta tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de Cafetería en el barrio Rumicorral (Parque Eólico Villonaco) de la ciudad de Loja, tomando en cuenta la necesidad que tienen los visitantes para la recreación, satisfacción y comodidad.

“POR FAVOR RESPONDER CON VERACIDAD”

1) ¿Le gustaría a usted que exista una cafetería cercana al parque eólico Villonaco?

SI () NO ()

Si responde Si continúe.....

2) ¿En caso de implementarse una cafetería aledaña al parque eólico Villonaco que contará con buena vista, comodidad y atención de primera, estaría dispuesto a hacer uso de los servicios?

SI () NO ()

Si responde Si continúe.....

3) ¿Si tuviese la oportunidad de visitar la Cafetería con qué frecuencia lo haría?

Una vez a la semana () Una vez cada 15 días () Una vez al mes () una vez cada 3 meses () Una vez cada 4 meses () Una vez cada 6 meses () Una vez al año ().

4) ¿si usted tuviese la ocasión de visitar la cafetería, en compañía de cuantas personas lo haría?:

Solo () Dos () De tres a Cinco () De Seis a Diez () De Once a Más ()

5) ¿Al momento de adquirir el servicio de la cafetería, que es lo primero que usted tomaría en cuenta?

Decoración () Cantidad del servicio () Calidad del servicio () El precio ()

6) ¿Qué tipos de productos le gustaría que se expendan:

ALIMENTOS

Tamal () Humita () Quimbolitos () Empanadas de verde () Bolón de verde () Sánduches () Otros () ¿Cuáles?.....

BEBIDAS

Café () Chocolate () Aguas Aromáticas () Batidos () Jugos () Gaseosas () Otras () ¿Cuáles?.....

7) ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría que se haga la publicidad de esta cafetería?

a) Radio ()

- b) Televisión ()
- c) Internet ()
- d) Periódico ()
- e) Vallas publicitarias ()
- f) Volantes ()
- g) Otros.....

8) ¿Si su respuesta fue radio en que emisora le gustaría escuchar?

- a) Luz y vida ()
- b) La hechicera ()
- c) Semillas de amor ()
- d) Radio municipal ()
- e) Súper laser ()
- f) Otras.....

9) ¿A qué hora le gustaría que se trasmita el anuncio?

- a) En la mañana ()
- b) En la tarde ()
- c) En la noche ()

10) ¿Si su respuesta fue televisión en que canal le gustaría ver?

- a) Ecuavisa ()

b) Teleamazonas ()

c) TC ()

d) Gama tv ()

e) Ecotel ()

f) UV Televisión ()

g) Otras.....

11) ¿A qué hora le gustaría que se trasmita el anuncio?

a) En la mañana ()

b) En la tarde ()

c) En la noche ()

12) ¿Si su respuesta fue periódico en cual le gustaría leerlo?

a) La hora () b) Crónica () c) Centinela ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2

ENTREVISTA APLICADA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

La presente entrevista tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de Cafetería en el barrio Rumicorral (Parque Eólico Villonaco) de la ciudad de Loja, tomando en cuenta la necesidad que tienen los visitantes para la recreación, satisfacción y comodidad.

1) ¿Cuáles son los días y el horario de funcionamiento de su local?

.....

2) ¿Cuáles son los días con mayor número de clientes y en que horario tiene mayor afluencia?

.....

3) ¿Al momento de prestar el servicio de la cafetería, cuales son los productos que tienen mayor acogida por los clientes?

ALIMENTOS

Tamal () Humita () Quimbolitos () Empanadas de verde () Bolón de verde () Sánduches () Otros () ¿Cuáles?.....

BEBIDAS

Café () Chocolate () Aguas aromáticas () Gaseosas () Batidos () Jugos
() Otras () ¿Cuáles?.....

4) ¿Cuál es la cantidad diaria promedio que usted vende de los siguientes productos?

ALIMENTOS

Tamales..... Humitas..... Quimbolitos..... Empanadas de verde.....
Bolón de verde..... Sánduches.....Otros
¿Cuáles?.....

BEBIDAS

Café..... Chocolate..... Aguas aromáticas.....Gaseosas.....
Batidos.....Jugos..... Otras.....

5) ¿Cuál es el precio promedio que usted vende de los siguientes productos?

ALIMENTOS

Tamales..... Humitas..... Quimbolitos..... Empanadas de verde.....
Bolón de verde..... Sánduches.....

BEBIDAS

Café..... Chocolate..... Aguas aromáticas.....Gaseosas.....
Batidos..... Jugos.....

6) ¿De la experiencia que usted mantiene administrando su negocio cuál cree que es lo primero que prefiere el cliente?

Decoración () Cantidad del servicio () Calidad del servicio ()

El precio ()

¿Cuántos trabajadores mantiene actualmente su negocio para brindar el mejor servicio a la ciudadanía?

De uno a Dos () De Tres a Cinco () De Seis a Diez () De Once y más ()

ANEXO N° 3

TERRENO				
ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
TERRENO	UNIDAD	1	5800,00	5800,00
TOTAL				5800,00

La adquisición del terreno se la realiza del sector privado y según precio de la adquisición de la empresa CELEC EP (Corporación Eléctrica del Ecuador) de \$29 por m² y esto multiplicado por los 200m² nos da un valor de \$5800.

VALOR DEL EDIFICIO

La construcción de la infraestructura de la cafetería estará a cargo de una constructora registrada en la Cámara de la Construcción de Loja, ya que la cotización se la realizó en la misma institución la misma que se encargará de entregar la obra con todos los acabados respectivos por un valor de 386,72 por m² por un área de 96 m² en caso de ser para construcción de dos pisos en este caso es una planta se le divide para 2.

ANEXO N° 4

EDIFICIO				
ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
EDIFICIO	UNIDAD	1	22275,07	22275,07
TOTAL				22275,07

ANEXO N° 5

VEHÍCULO				
ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
VEHICULO	UNIDAD	1	25800,00	25800,00
TOTAL				25800,00

El vehículo a ser adquirido es totalmente nuevo de paquete según proforma dada por la distribuidora de Mazda en la ciudad de Loja.

ANEXO N° 6

MAQUINARIA Y EQUIPO				
EQUIPOS DE PLANTA	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
MINICOMPONTE LG	UNIDAD	1	251,00	251,00
COCINA DE INDUCCION HACEB	UNIDAD	1	650,00	650,00
CAFETERA OSTER 3188	UNIDAD	1	215,00	215,00
BITRINA INDURAMA	UNIDAD	2	848,00	1696,00
WAFLERA	UNIDAD	1	78,74	78,74
EXTRACTOR OSTER	UNIDAD	1	71,92	71,92
MICROONDAS	UNIDAD	1	159,06	159,06
TANQUE SISTERNA ROTAPLAST	UNIDAD	2	315,00	630,00
CAMPANA EXTRACTORA INDURAMA	UNIDAD	1	122,20	122,20
LICUADORA BAD	UNIDAD	1	48,00	48,00
TOTAL PLANTA Y EQUIPO				3921,92

MENAJE DE COCINA				
MATERIA PRIMA INDIRECTA	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
HOLLA TAMALERA N° 38	UNIDAD	3	68,00	204,00
OLLA MEDIANA	UNIDAD	3	39,00	117,00
FUEGO DE SARTENES	UNIDAD	1	26,00	26,00
DOCENAS TAZAS CAFETERAS	UNIDAD	3	18,00	54,00
DOCENAS DE PLATILLOS	UNIDAD	3	18,00	54,00
DOCENA DE PLATOS NORMALES	UNIDAD	3	27,00	81,00
DOCENA DE VASOS NORMALES DE VIDRIO	UNIDAD	3	9,00	27,00
CUCHILLOS COCINEROS	UNIDAD	3	3,00	9,00
DOCENA DE TENEDORES	UNIDAD	3	9,00	27,00
DOCENA DE CUCHARAS	UNIDAD	3	9,00	27,00
DOCENA DE CUCHARILLAS	UNIDAD	3	3,60	10,80
CUCHARAS GRANDES	UNIDAD	2	3,00	6,00
SALEROS DE LOSA	UNIDAD	16	1,50	24,00
MORTEROS	UNIDAD	8	1,00	8,00
CHAROL PLASTICO	UNIDAD	8	2,50	20,00
FUENTES MEDIANAS DE PLASTICO	UNIDAD	4	2,00	8,00
SERVILLETOS PLASTICO	UNIDAD	8	1,00	8,00
PAQUETE DE SERVILLETAS (200 Unidades)	UNIDAD	350	1,50	525,00
TOTAL				1235,80

La información sobre maquinaria y equipo que se expone, se la obtuvo de facturas proforma elaboradas en los diferentes locales comerciales de la ciudad de Loja, las cual son encargadas de comercializar esta maquinaria y utensilios en nuestra ciudad.

ANEXO N° 7

MUEBLES Y ENSERES				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
JUEGO DE COMEDOR PARA CUATRO PERSONAS	UNIDAD	8	190,00	1520,00
ESCRITORIO RECTO DE 600mm X 1500mm	UNIDAD	1	220,00	220,00
SILLA GIRATORIA SEMIREINCLINABLE TIPO SECRETARIA	UNIDAD	1	175,00	175,00
VITRINA DE CRISTALERIA CON PERFIL DE ALUMINIO	UNIDAD	1	280,00	280,00

ARCHIVADOR DE 1000mm x 2000mm	UNIDAD	1	200,00	200,00
MESA DE COCINA DE ACERO INOXIDABLE	UNIDAD	1	160,00	160,00
BUTACA	UNIDAD	3	90,00	270,00
TOTAL				2825,00

Aquí se da a conocer las adquisiciones en muebles y enseres, necesarios para el funcionamiento normal de los servicios de la empresa, mismos que fueron cotizados en lugares comercializadores de mueblería para la ciudad de Loja.

ANEXO N° 8

EQUIPO DE OFICINA				
EQUIPOS DE OFICINA	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
TELEFONO PANASONIC	UNIDAD	2	50,00	100,00
CAJA REGISTRADORA METALICA BEMATECH/DINAPOS	UNIDAD	1	80,00	80,00
TV LED DE 32" LG MODELO		1	680,00	680,00
TOTAL				860,00

El equipo de oficina que se muestra, fue cotizado en almacenes de nuestra ciudad de Loja por lo que se recurrió a diferentes lugares ya que en solo local no se contaba con los artefactos necesarios.

ANEXO N° 9

EQUIPOS DE CÓMPUTACIÓN				
EQUIPOS DE COMPUTO	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
IMPRESORA EPSON L210 (IMPRESORA, SCANNER Y COPIADORA)	UNIDAD	1	310,00	310,00
COMPUTADORAS	UNIDAD	2	680,00	1360,00
TOTAL				1670,00

El equipo de computación que se muestra, fue cotizado en almacenes de nuestra ciudad (SetComPC) y se toma en cuenta la reinversión del computador

al cuarto año ya que hasta el tercer año ya han cumplido su vida útil dentro del proyecto. Se aclara que las computadoras están sumadas en el cuadro de activos fijos por su valor de 1.670 dólares, para mayor facilidad de realizar las depreciaciones, en adelante para proyectar materia primas etc., se trabaja con el 3,38% de inflación anual.

ANEXO N° 10

VALOR DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA ALIMENTOS A Ñ O 1				
MATERIA PRIMA DIRECTA	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
TAMAL	UNIDAD	12628	0,60	7576,80
HUMITA	UNIDAD	11425	0,60	6855
QUIMBOLITOS	UNIDAD	9621	0,40	3848,4
EMPANADAS DE VERDE	UNIDAD	11425	0,60	6855
BOLON DE VERDE	UNIDAD	9020	0,50	4510
SÁNDUCHES	UNIDAD			
Pan	UNIDAD	5412,00	0,15	811,8
Mostaza (500 cm 3)	UNIDAD	70,00	4,05	283,5
Mayonesa (500 cm 3)	UNIDAD	90,00	0,60	54
Queso	UNIDAD	208,00	2,00	416
Tomate	Lb.	433,00	0,40	173,2
Lechuga	UNIDAD	432,00	0,30	129,6
TIGRILLO	UNIDAD			
plátanos verdes	UNIDAD	962	0,16	153,92
Huevos	UNIDAD	962	0,14	134,68
Queso	UNIDAD	58	2,00	116
Mantequilla	UNIDAD	29	2,00	58
Sal	UNIDAD	8	0,80	6,4
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA				31982,30

VALOR DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA BEBIDAS AÑO 1				
MATERIA PRIMA DIRECTA	UNIDAD %	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
CAFÉ				
Azúcar	QUINTAL	4	40,00	160,00
Café Molido	Lb.	200	2,50	500,00
CHOCOLATE				
Nutri Leche 12 unidades	Docena	26	12,12	315,12
Cocoa funda de 250 gr.	UNIDADES	36	2,00	72,00
Chocolate en barra 500 gr.	UNIDADES	150	2,75	412,50
AGUAS AROMATICAS				
Caja de 20 sobres auto filtrantes	CAJA	360	1,00	360,00
BATIDOS ENERGIZANTES				
Leche de Avena	Lb.	40	1,40	56,00
Miel	Lt.	24	1,70	40,80
Canela sobre	UNIDADES	12	0,25	3,00
Plátanos maduros	UNIDADES	0,2	620,00	124,00
Yogur desnatado	Lt.	24	1,30	31,20
JUGOS				
Mango	UNIDADES	818	0,30	245,40
Fresa	Lb.	205	1,00	205,00
Mora	Lb	205	1,25	256,25
Frutilla	Lb.	205	1,25	256,25
Piña	UNIDADES	205	1,00	205,00
Guanábana	Lb.	818	1,50	1227,00
Tomate de Árbol	UNIDADES	1636	0,10	163,60
GASEOSAS				
Botella Personal de vidrio	UNIDADES	1443	0,40	577,20
Botella de 2 Lt.	UNIDADES	962	1,00	962,00
Botella de 3 Lt.	UNIDADES	481	1,25	601,25
Nestea	UNIDADES	962	0,50	481,00
Suny	UNIDADES	962	0,60	577,20
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA				7831,77

PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA			
AÑOS	CANTIDAD DE SERVICIOS	V. ANUAL	V. AN. REAL
1	60134,00	39814,07	39814,07
2	63475,00	42026,11	43446,59
3	66816,00	44238,15	45733,40
4	66816,00	44238,15	47279,19
5	66816,00	44238,15	48877,22

La mano de obra directa para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a un promedio técnico de incremento de sueldos y salarios del último año, así el incremento será de 3,39% en Ecuador.

ANEXO N° 11

VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 2015 (mesero y auxiliar de cocina)		
DENOMINACIÓN	%	VALORES
REMUNERACION UNIFICADA		354,00
DÉCIMO TERCERO (366/12)		29,50
DÉCIMO CUARTO (366/12)		29,50
VACACIONES		14,75
APORTE PATRONAL	11,15%	39,47
FONDOS DE RESERVA		0,00
APORTE IECE	0,50%	1,77
APORTE SETEC	0,50%	1,77
TOTAL		470,76
NÚMERO DE OPERARIOS		2,00
TOTAL MENSUAL		941,52
TOTAL ANUAL		11298,26

VALOR DE MANO DE OBRA PARA EL 2016 (mesero y auxiliar de cocina)		
REMUNERACION UNIFICADA		366,00
DÉCIMO TERCERO (366/12)		30,50
DÉCIMO CUARTO (366/12)		30,50
VACACIONES		15,25
APORTE PATRONAL	11,15%	39,47
FONDOS DE RESERVA	8,33%	30,49
APORTE IECE	0,50%	1,77
APORTE SETEC	0,50%	1,77
TOTAL		515,75
NÚMERO DE OPERARIOS		2,00
TOTAL MENSUAL		1031,50
TOTAL ANUAL		12377,97

VALOR DE LA MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 2015 (Cocinero)		
DENOMINACIÓN	%	VALORES
REMUNERACION UNIFICADA		394,00
DÉCIMO TERCERO		32,83
DÉCIMO CUARTO		29,50
VACACIONES		16,42
APORTE PATRONAL	11,15%	39,47
FONDOS DE RESERVA		0,00
APORTE IECE	0,50%	1,77
APORTE SETEC	0,50%	1,77
TOTAL		515,76
NÚMERO DE OPERARIOS		1,00
TOTAL MENSUAL		515,76
TOTAL ANUAL		6189,13

PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA AÑO 2016 (cocinero)		
DENOMINACIÓN	%	VALORES
REMUNERACION UNIFICADA		394,00
DÉCIMO TERCERO		32,83
DÉCIMO CUARTO		30,50
VACACIONES		16,42
APORTE PATRONAL	11,15%	39,47
FONDOS DE RESERVA	8,33%	32,82
APORTE IECE	0,50%	1,77
APORTE SETEC	0,50%	1,77
TOTAL		549,58
NÚMERO DE OPERARIOS		1,00
TOTAL MENSUAL		549,58
TOTAL ANUAL		6594,97

La mano de obra directa está calculada en base a los salario mínimos establecidos por el Ministerio de Trabajo para el año 2015 con su última regulación con el salario mínimo para el año 2015 en \$354 y para el año 2016 de \$366, además se estableció dos roles de pago uno que está establecido para el mesero (a) y auxiliar de cocina, mientras tanto el otro rol de pagos está establecido para el cocinero (a).

PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA		
AÑOS	TASA DE INCRMENTO EN SALARIO 2016	V. ANUAL
1		17487,40
2	3,39%	18080,22
3	3,39%	18693,14
4	3,39%	19326,84
5	3,39%	19982,02

ANEXO N° 12

VALOR DE LA CARGA FABRIL				
ESPECIFICACION	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
AGUA (CAMIÓN SISTERNA 5000 Lt.)	Lt.	26,00	60,00	1560,00
ENERGIA ELECTRICA	KW/H	300,00	0,12	432,00
GASOLINA	GALONES	312,00	1,75	546,00
TOTAL				2538,00

PROYECCIÓN DE LA CARGA FABRIL					
ESPECIFICACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA 1,5%	1560,00	1583,40	1607,15	1631,26	1655,73
ENERGIA ELECTRICA 1,5%	432,00	438,48	445,06	451,73	458,51
GASOLINA 1%	546,00	551,46	556,97	562,54	568,17
TOTAL	2538,00	2573,34	2609,18	2645,54	2682,41

La proyección del agua es 1,5% y la energía eléctrica de igual manera con 1,5% y la gasolina con 1% se ha tomado en cuenta de acuerdo a la inflación de estos rubros ya que por lo general se mantienen estables.

ANEXO N° 13

VALOR DE LAS DEPRECIACIONES						
ESPECIFICACION	VALOR HISTORICO	VIDA ÚTIL.	% DEPR.	VALOR RESIDUAL	DEPR. ANUAL	VALOR RESCATE
EDIFICIO	22275,07	20	5%	1113,75	1058,07	16984,74
VEHÍCULO	25800,00	5	20%	5160,00	4128,00	5160,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	5157,72	10	10%	515,77	464,19	2836,75
MUEBLES Y ENSERES	2825,00	10	10%	282,50	254,25	1553,75
EQUIPOS DE OFICINA	860,00	10	10%	86,00	77,40	473,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1670,00	3	33%	556,67	371,11	556,67
SUBTOTAL	58587,79			7714,69	6353,02	27564,90
REINVERSIÓN EQUIP. COMP.	1670,00	3	33,%	556,67	371,11	927,78
TOTAL	60257,79			8271,36	6724,13	28492,68

CÁLCULO:

Valor Residual = Valor Histórico/ Años de vida Útil
Depr. Anual = Valor Histórico-Valor Residual/años vida útil
Valor Rescate = Valor Histórico – Depr Anual por los 5 años de vida útil

ANEXO N° 14

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO				
ESPECIFICACIÓN	VALOR HISTÓRICO	ALICUOTA	VALOR MENSUAL.	VALOR ANUAL
EDIFICIO	22275,07	1%	222,75	2673,01
VEHÍCULO	25800,00	1%	258,00	3096,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	5157,72	1%	51,58	618,93
MUEBLES Y ENSERES	2825,00	1%	28,25	339,00
EQUIPOS DE OFICINA	860,00	1%	8,60	103,20
EQUIPOS DE COMPUTACION	1670,00	1%	16,70	200,40
TOTAL	7030,53			

PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESPECIFICACIÓN	V. HISTOR.	ALICUOTA	V. MENS.	V. ANUAL	AÑO 1
EDIFICIO	2673,01	2763,36	2856,76	2953,32	3053,14
VEHÍCULO	3096,00	3200,64	3308,83	3420,66	3536,28
MAQUINARIA Y EQUIPO	618,93	639,85	661,47	683,83	706,94
MUEBLES Y ENSERES	339,00	350,46	362,30	374,55	387,21
EQUIPOS DE OFICINA	103,20	106,69	110,29	114,02	117,88
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	200,40	207,17	214,18	221,42	228,90
TOTAL	7030,53	7268,17	7513,83	7767,80	8030,35

ANEXO N° 15

GASTOS ADMINISTRATIVOS SUELDOS AÑO 2015

DENOMINACIÓN	%	ADMINISTRADOR	CAJERA	CONTADORA
REMUNERACIÓN UNIFICADA		570,00	383	420
DÉCIMO TERCERO		47,50	31,92	35
DÉCIMO CUARTO		29,50	29,5	29,50
VACACIONES		23,75	15,96	17,50
APORTE PATRONAL	11,15%	63,56	42,70	46,83
FONDOS DE RESERVA				0
APORTE IECE	0,50%	2,85	1,92	2,10
APORTE SECAP	0,50%	2,85	1,92	2,10
TOTAL		740,01	506,91	553,03
NÚMERO DE OPERARIOS		1,00	1,00	1,00
TOTAL MENSUAL		740,01	506,91	553,03

TOTAL AUNAL		8.880,06	6082,91	6.636,36
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVO	21.599,33			

GASTOS ADMINISTRATIVOS SUELDOS AÑO 2016

DENOMINACIÓN	%	ADMINISTRADOR	CAJERA	CONTADORA
REMUNERACIÓN UNIFICADA		570,00	383,00	420,00
DÉCIMO TERCERO		47,50	31,92	35,00
DÉCIMO CUARTO		30,50	29,50	29,50
VACACIONES		23,75	15,96	17,50
APORTE PATRONAL	11,15%	63,56	42,70	46,83
FONDOS DE RESERVA	8,33%	47,48	31,90	34,99
APORTE IECE	0,50%	2,85	1,92	2,10
APORTE SECAP	0,50%	2,85	1,92	2,10
TOTAL		788,49	538,81	588,02
NÚMERO DE OPERARIOS		1,00	1,00	1,00
TOTAL MENSUAL		788,49	538,81	588,02
TOTAL AUNAL		9461,83	6465,76	7056,19
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVO	22983,78			

Los sueldos administrativos están señalados de acuerdo a la tabla salarial mínima del 2015 la que cuenta con la Regulación del Ministerio de trabajo y obviamente se pondrá de acuerdo entre el representante legal y el trabajador para proceder a firmar el contrato de trabajo

ANEXO N° 16

SUMINISTROS DE OFICINA

EQUIPOS DE OFICINA	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT-	V. TOTAL
RESMA DE PAPEL DISPALASER 75 GR	UNIDAD	4	3,01	12,04
ESFERO BOLIG BIC FINO	UNIDAD	8	0,25	2,00
CINTA DE PAPEL DE MAQUINA REGISTRADORA	UNIDAD	24	0,69	16,56
CINTA SCOSH NEWSTAR 18*20	UNIDAD	3	0,23	0,23
CAJA CLIP PEQUEÑO ALEX 9-32	UNIDAD	3	0,19	0,57

GRAPAS ALEX 26-6 5000 UNIDADES	UNIDAD	3	0,59	1,77
PERFORADORA KW-TRIO 978 GRANDE	UNIDAD	2	4,51	9,02
GRAPADORA ARTESCO NEGRA M-727	UNIDAD	2	3,41	6,82
TIJERA PR LANCER/PASOLA 5CM TJE 103	UNIDAD	1	0,21	0,21
TOTAL				49,22

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS	
AÑOS	ÚTILES DE OFICINA
1	49,22
2	50,88
3	52,60
4	54,38
5	56,22

Los suministros de oficina para los años de vida útil del proyecto ha sido calculada en base a un promedio inflacionario, así el incremento será del 3.38% que se ha venido estableciendo en proyectos de inversión.

ANEXO N° 17

GASTOS GENERALES POR EL SERVICIO

ESPECIFICACIÓN	UNID	V. UNIT	CANTIDAD	V. TOTAL
ESCOBA PARAÍSO SUAVE	UNIDAD	2,50	2	5,00
COCHE INDUSTRIAL COMPLETO	UNIDAD	99,00	1	99,00
RECOGEDOR MANGO PLASTICO	UNIDAD	1,50	2	3,00
LIMPIÓN FAMITEX	UNIDAD	1,25	12	15,00
PAPEL HIGIENICO	PACA	18,00	2	36,00
JABON LÍQUIDO ATOMIZADOR	ENVASE	3,30	6	19,80
DETERGENTE DEJA 1KL.	KILO	3,00	6	18,00
LAVA DE VALDE 5 KL.	KILO	12,50	5	62,50
GEL DESINFECTANTE	ENVASE	4,50	3	13,50
GUANTES DE CAUCHO	PAR	1,60	8	12,80

PAQUETE DE FUNDAS FLORAL X 20 UNID.	PAQUETE	1,15	15	17,25
FUNDAS NEGRAS DE BASURA X 20 UNID	PAQUETE	1,79	15	26,85
ESPONJA FIBRA VILEDA X 3	PAQUETE	2,60	12	31,20
ESPONJA SCOTCH BRITE	UNIDAD	0,65	12	7,80
EXTINTOR DE INCENDIOS 2KL.	KILO	25,00	1	25,00
SEÑAL ETICA	UNIDADES	5,00	5	25,00
BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS	UNIDAD	8,00	1	8,00
TACHOS DE BASURA	UNIDAD	2,00	15	30,00
TACHOS DE BASURA PARA BAÑO Y OFICINA	UNIDAD	5,00	2	10,00
CAMISETA POLO	UNIDAD	10,00	3	30,00
MANDILES	UNIDAD	11,00	3	33,00
GORRO	UNIDAD	5,00	3	15,00
TOTAL				543,70

Todo el personal será el encargado de mantener limpio todas las instalaciones de la cafetería con la finalidad de dar una imagen impecable de limpieza tanto para sí misma y para todos los visitantes.

ANEXO N° 18

GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
SUELDOS	21.599,33
SUMINISTROS DE OFICINA	49,22
GASTOS GENERALES	543,70
TELÉFONO	360,00
TOTAL	22.552,25

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS (3,38%)	21.599,33	23.760,64	24.563,75	25.394,00	26.252,32
SUMINISTROS DE OFICINA (3,38%)	49,22	50,88	52,60	54,38	56,22
GASTOS GENERALES (3,38%)	543,70	562,08	581,08	600,72	621,02
TELEFONO 1%	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
TOTAL	22.552,25	24.737,20	25.564,66	26.420,01	27.304,17

El incremento para sueldos es el 3,39% anual y para suministros de oficina 3,38% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario del país, Estos porcentajes se publican mensualmente en páginas de Internet o indicadores económicos o financieros del país.

ANEXO N° 19

GASTOS DE VENTAS

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	V. UNIT	CANTIDAD	V. TOTAL
RADIO	AVISOS	160,00	1	160,00
MEDIOS TELEVISIVOS	SEGUNDOS	1.200,00	1	1.200,00
TOTAL				1.360,00

TOTAL GASTO DE VENTAS

ESPECIFICACIÓN	VALOR ANUAL
PUBLICIDAD	1.360,00
TOTAL	1.360

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTA

ESPECIFICACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	1.360,00	1.405,97	1.453,49	1.502,62	1.553,41
TOTAL	1.360,00	1.405,97	1.453,49	1.502,62	1.553,41

El incremento anual para este rubro es del 3,38% como referencia o promedio del crecimiento inflacionario publicado en páginas de Internet.

ANEXO N° 20

AMORTIZACIÓN PRESTAMO

PERIODOS	SALDO INICIAL	INTERÉS ANUAL	CUOTA FIJA	CAPITAL	SALDO FINAL
1	29910,92	3359,00	8139,88	4780,89	25130,03
2	25130,03	2822,10	8139,88	5317,78	19812,25
3	19812,25	2224,92	8139,88	5914,97	13897,28
4	13897,28	1560,66	8139,88	6579,22	7318,06
5	7318,06	821,82	8139,88	7318,06	0,00

El monto del crédito obtenido es de 29910,92 dólares, el interés anual es del 11,23%, para un plazo de 5 años, la línea que otorga el crédito es el Banco de Loja en la línea de PYMES, el mismo que se pagará por cuotas de capital e interés hasta la cancelación del crédito total.

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO	
AÑO	AMORTIZACIÓN
0	3410,20
1	682,04
2	682,04
3	682,04
4	682,04
5	682,04

ANEXO N° 21

INFORME DE LA ENTREVISTA APLICADA A LA EMPRESA DE SERVICIO “TAMAL LOJANO DE LA CIUDAD DE LOJA”

1) ¿Cuáles son los días y el horario de funcionamiento de su local?

La atención es de lunes a viernes de 8h30 a 20h30 y los días sábados de 8h30 a 12 h00 y de 15h30 a 20h00

2) ¿Cuáles son los días con mayor número de clientes y en que horario tiene mayor afluencia?

Los días jueves y viernes en horario de 17h00 a 19h00

3) ¿Al momento de prestar el servicio de la cafetería, cuales son los productos que tienen mayor acogida por los clientes?

Los días jueves y viernes en horario de 17h00 a 19h00

ALIMENTOS

Tamal (✓) Humita (✓) Quimbolitos (✓) Empanadas de verde (✓) Bolón de verde (✓) Sánduches () Otros () ¿Cuáles?.....

BEBIDAS

Café (✓) Chocolate (✓) Aguas aromáticas (✓) Gaseosas (✓) Batidos (✓) Jugos (✓) Otras () ¿Cuáles?.....

4) ¿Cuál es la cantidad diaria promedio que usted vende de los siguientes productos?

ALIMENTOS

Tamales 360 Humitas 200 Quimbolitos 50 Empanadas de verde 180 Bolón de verde 80 Sánduches 0 Otros ¿Cuáles?.....

BEBIDAS

Café 200 Chocolate 150 Aguas aromáticas 50 Gaseosas 60 Batidos 10 Jugos 20

5) ¿Cuál es el precio promedio que usted vende de los siguientes productos?

ALIMENTOS

Tamales 1,20 Humitas 1,20 Quimbolitos 1,20 Empanadas de verde 1,35 Bolón de verde 1,25 Sánduches 0

BEBIDAS

Café 0,75 Chocolate 0,85 Aguas aromáticas 0,75 Gaseosas 0,75 Batidos 2,25 Jugos 1, 75.

6) ¿De la experiencia que usted mantiene administrando su negocio cuál cree que es lo primero que prefiere el cliente?

Decoración () Cantidad del servicio () Calidad del servicio ()

El precio ()

7) ¿Cuántos trabajadores mantiene actualmente su negocio para brindar el mejor servicio a la ciudadanía?

De uno a Dos () De Tres a Cinco () De Seis a Diez (√) De Once y más ()

ANEXO N° 22

PROFORMAS

PRESUPUESTOS

PRESUPUESTO REFERENCIAL DE UNA VIVIENDA DE COSTO MEDIO DE DOS PLANTAS

ESTUDIO PARA LA CIUDAD DE LOJA - NOVIEMBRE - 2012

RUBRO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO TOTAL DIRECTO	COSTO TOTAL DIRECTO + 30% INDIRECTOS
RUBROS AUXILIARES					
CCL-001	BODEGA Y OFICINAS PROVISIONALES (CON MADERA DE ENCOFRADO Y CUBIERTA DE ZINC)	m	1,000	33,75	33,75
CCL-002	REPLANTEO Y NIVELACIÓN	m	55,460	1,31	72,38
MOVIMIENTO DE TIERRAS					
CCL-004	DESBANQUE A MANO	m	107,640	5,91	636,58
CCL-005	RELLENO COMPACTADO, A MAQUINA INCLUYE MATERIAL DE MEJORAMIENTO	m	15,730	13,49	212,21
CCL-006	EXCAVACION MANUAL DE PLINTOS Y CIMENTOS	m	11,570	10,75	124,40
CCL-007	RELLENO COMPACTADO, A MAQUINA CON MATERIAL EXISTENTE	m	15,070	7,76	124,62
CCL-008	DESALJOJO DE MATERIAL CARGADO A MANO	m	17,820	6,68	118,96
ESTRUCTURAS					
CCL-010	HORMIGON CICLOPEO 60% H.S Y 40% PIEDRA	m	3,800	115,39	438,47
CCL-011	REPLANTILLO DE HORMIGON SIMPLE f'c=180 Kg/cm ²	m	0,900	101,26	91,13
CCL-012	HORMIGON EN PLINTOS f'c=210 Kg/cm ²	m	3,120	121,75	379,80
CCL-013	HORMIGON EN COLUMNAS 40X15 cm f'c=210 Kg/cm ² + ENCOFRADO	m	4,400	298,34	1.312,66
CCL-014	HORMIGON EN CADENAS 20X20 cm f'c=210 Kg/cm ² + ENCOFRADO	m	1,880	161,55	303,70
CCL-015	MUROS DE HORMIGON f'c = 210 Kg/cm ² e = 0,20cm + ENCOFRADO	m	6,270	172,34	1.081,84
CCL-016	HORMIGON EN ESCALERAS + ENCOFRADO	m	1,760	252,17	443,82
CCL-017	HORMIGON EN LOSA ALIVIANADA e= 20 cm. f'c=210 Kg/cm ² + ENCOFRADO	m	112,440	36,73	4.130,37
CCL-018	ACERO DE REFUERZO	kg	3.168.590	1,60	5.076,08
CCL-019	MALLA ELECTROSOLDADA 6 mm x 15 X15 cm	m	56.700	7,125	403,99
CCL-020	HORMIGON EN VIGAS 20X30 cm f'c=210 Kg/cm ² + ENCOFRADO	m	2,000	183,481	366,96
CCL-021	HORMIGON EN LOSA ALIVIANADA e= 15 cm. f'c=210 Kg/cm ² + ENCOFRADO	m	29,260	35,289	1.032,56
CCL-022	HORMIGON EN LOSA MACIZA e= 10 cm. f'c=210 Kg/cm ² + ENCOFRADO	m	27,500	25,961	713,93
CCL-023	HORMIGON EN LOSA MACIZA e= 5 cm. f'c=210 Kg/cm ² + ENCOFRADO	m	18,400	24,611	452,84
MAMPOSTERIAS					
CCL-025	MAMPOSTERIA DE BLOQUE e=10 cm.	m	110,250	12,677	1.397,64
CCL-026	MAMPOSTERIA DE BLOQUE e=15 cm.	m	107,570	16,190	1.737,26
	DINTEL 7 X 15 cm f'c=180 Kg/cm ² + ENCOFRADO		15,960	7,835	125,05
PISOS					
CCL-028	CONTRAPISO H.S. f'c=180 Kg/cm ² (Piedra e=15 cm)	m	50,020	14,996	749,60
CCL-029	ALISADO DE PISOS CON MORTERO 1:2	m	124,290	1,900	242,37
CCL-030	MASILLADO DE PISO; MORTERO 1:3 e prom = 4 cm	m	124,290	7,796	968,96
CCL-031	MASILLADO DE LOSA MORTERO 1:3 + IMPERMIABILIZANTE	m	64,030	10,006	640,68
ENLUCIDOS					
CCL-032	ENLUCIDO HORIZONTAL PALETEADO FINO CON (MORTERO 1:3)	m	108,360	8,856	959,64
CCL-033	ENLUCIDO VERTICAL PALETEADO FINO CON (MORTERO 1:3)	m	473,510	6,446	3.052,25
CCL-034	ENLUCIDO DE FAJAS (SECCIONES DE ANCHO < 50 cm)	m	36,120	2,271	82,03
CCL-035	EMPASTADO PAREDES INTERIORES	m	335,380	2,539	851,53
CCL-036	EMPASTADO PAREDES EXTERIORES	m	178,770	2,873	513,61
CCL-037	PINTURA DE CAUCHO INTERIOR; 2 MANOS (costo medio)	m	335,380	2,457	824,03
	PINTURA DE CAUCHO EXTERIOR; 2 MANOS (costo medio)		178,770	2,906	519,51
PUERTAS Y VENTANAS DE ALUMINIO					
CCL-039	VENTANA FIJA DE ALUMINIO NATURAL; vidrio claro 4mm	m	7,300	38,794	283,20
CCL-040	VENTANA CORREDIZA DE ALUMINIO NATURAL; vidrio claro 4mm	m	3,870	56,794	219,79
CCL-041	VENTANA FIJA TIPO PROYECTABLE ALUMINIO NATURAL Y VDRIIO 4mm	m ²	1,820	66,194	120,47
CCL-042	VENTANA CELSIAS ALUMINIO CEDAL NATURAL Y VIDRIO 4mm CLARO	m ²	0,350	60,096	33,05
	PUERTA CORREDIZA DE ALUMINIO NATURAL Y VIDRIO CLARO DE 4mm (2 x 1.80 m.)	m ²	6,040	81,873	494,51
CARPINTERIA Y CERRADURAS					
CCL-044	PUERTA DE ENTRADA PRINCIPAL MADERA DE CEDRO	u	1,000	259,248	259,25
CCL-045	PUERTAS 200X70 MDF BAÑOS	u	3,000	104,333	313,00
	PUERTAS 200X80 MDF COCINA	u	3,000	102,833	306,50
CCL-046	PUERTAS 200X90 MDF DORMITORIO	u	1,000	111,833	111,83
CCL-047	PUERTA SENCILLA MDF SIN ACABADOS PARA BODEGA	u	1,000	98,096	98,10
	CLOSET DE MADERA	m	7,480	141,388	1.059,08

CCL-048	MUEBLE DE COCINA alto / bajo	m	9,200	173,200	1,593,44
CCL-049	TAPA PUERTA ALTO / BAJO	u	4,000	9,348	37,39
CCL-050	MESÓN POSFORMADO FÓRMICA	m	4,600	96,873	445,62
CCL-051	TAPA MARCOS VENTANAS	m	16,560	4,709	77,98
CCL-052	CERRADURA DE BAÑO INSTALADA (costo medio)	u	3,000	14,897	44,09
CCL-053	CERRADURA LLAVE-LLAVE INSTALADA (costo medio)	u	4,000	48,397	193,59
CCL-054	CERRADURA LLAVE-SEGURO INSTALADA (costo medio)	u	1,000	48,727	48,73
CCL-055	BARREDERA DE MADERA a= 6.5 cm	m	71,300	3,262	232,58
CCL-056	REVESTIMIENTO DE PAREDES	0			
CCL-057	CERAMICA PARED 20X30 cm. (Costo medio)	m	49,220	16,538	814,00
CCL-058	CERAMICA PARA PISOS COSTO MEDIO 30 x 30 cm	m	11,730	19,333	226,78
CCL-059	PISO DE PORCELANATO COSTO MEDIO	m	21,610	31,369	677,88
CCL-060	PORCELANATO PARA GRADAS GRAIMAN 30x30cm.	m	14,240	32,525	463,16
CCL-061	PARQUET DE GUAYACÁN, ALMENDRO, GUALTACO (6x15 cm)	m	62,600	19,746	1,236,10
CCL-062	REVESTIMIENTO DE MADERAS EN VENTANAS	m	15,640	25,479	398,49
CCL-063	CORNISA DE MADERA 9 cm.	m	59,700	8,738	521,66
CCL-064	CORNISA DE MADERA 12.5 cm.	m	38,800	10,238	397,23
CCL-065	PASAMANO Y CUBIERTA DE VIDRIO	0			
CCL-066	PASAMANOS DE TUBO CUADRADO	m	6,000	25,731	154,39
CCL-067	PASAMANO DE TUBO SENCILLO PARA TERRAZA	m	6,450	24,318	156,85
CCL-068	CUBIERTA DE VIDRIO Y ESTRUCTURA DE ALUMINIO	m2	8,090	51,170	413,97
CCL-069	INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
CCL-070	ILUMINACION	pto.	21,000	18,951	397,97
CCL-071	TOMACORRIENTE NORMAL 110 V	pto.	26,000	24,098	626,55
	SALIDA PARA TELEFONO		7,000	11,578	81,05
CCL-072	TABLERO DE CONTROL 4-8 PUNTOS	u	1,000	48,269	48,27
CCL-073	PORTERO ELECTRICO	u	2,000	111,873	223,75
CCL-075	CAJA PARA MEDIDOR (incluye accesorios)	u	4,000	36,588	226,35
CCL-076	VARILLA COPERWELD	u	1,000	13,326	13,33
CCL-077	INSTALACIONES AGUA POTABLE				
CCL-078	PUNTO DE AGUA FRIA PVC 1/2"	pto.	18,000	13,364	240,55
CCL-079	PUNTO DE AGUA CALIENTE PVC 1/2"	pto.	18,000	13,894	250,09
	SALIDA PARA MEDIDORES PVC 1/2"	pto.	1,000	69,400	69,40
CCL-080	TUBERIA AGUA CALIENTE PVC 1/2 "	m	28,000	3,402	95,26
CCL-081	TUBERIA AGUA FRIA PVC 1/2 "	m	82,800	2,022	167,42
CCL-082	INSTALACIONES SANITARIAS				
CCL-083	PUNTO DE DESAGÜE PVC 50 mm CON TUBERÍA Y ACCESORIOS.	pto	5,000	16,971	84,86
CCL-084	PUNTO DE DESAGÜE PVC 75 mm CON TUBERÍA Y ACCESORIOS.	pto	5,000	26,125	130,63
CCL-085	PUNTO DE DESAGÜE PVC 110 mm CON TUBERÍA Y ACCESORIOS.	pto	5,000	29,938	149,69
CCL-086	BAIANTE DE AGUAS SERVIDAS PVC 110 mm CON TUBERIA	m	9,300	9,138	48,43
	REJILLA INTERIOR DE PISO 75 mm.	u	2,000	2,395	4,79
CCL-087	SUMIDERO DE PATIO 2"	u	2,000	2,042	4,08
CCL-088	CAJA DE REVISION (0.6 x 0.6 x 0.6) m incluye tapa de H"ª	u	2,000	80,393	160,79
CCL-089	ACCESORIOS SANITARIOS Y DE COCINA	0			
CCL-090	BORDILLO TINA DE BAÑO	m	1,000	22,139	22,14
CCL-091	TINA DE BAÑO + DUCHA MEZCLADORA	u	2,000	245,794	493,59
CCL-092	LAVAMANOS + GRIFERIA Y ACCESORIOS	u	6,000	75,980	453,88
CCL-093	INODORO TANQUE BAJO CACIQUE BLANCO	u	6,000	69,668	418,01
CCL-094	FREGADERO DE UN POZO 67 x 43 cm (sin grifería)	u	2,000	74,577	149,15
CCL-095	LAVANDERÍA DE (1.40 m x 0.80 m) incluye alzado de paredes	u	1,000	194,184	194,18

SON: CUARENTA Y SEIS MIL CUATROCIENTOS SEIS DOLARES CON SETENTA Y OCHO CENTAVOS.
Loja, Noviembre del 2012

46406,78

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA:

120 m2

COSTO DIRECTO POR m² DE CONSTRUCCIÓN:

\$ 386,72 /m2

NOTA

El presente listado de rubros, fue analizado con precios de materiales, mano de obra y equipo para la ciudad de Loja, así como también los rendimientos de la cuadrilla de Trabajadores.
La Cámara de la Construcción sugiere que a los costos directos se les suma un 20% de Costos Indirectos, para la ciudad de Loja y un 25% para la Provincia.

En los Costos Indirectos se incluye:

Dirección Técnica	5.00%
Administración	5.00%
Movilización y Transporte	0.50%
Gastos de Financiamiento	1.50%
Utilidad	8.00%
TOTAL	20.00%





Q
Regístrate | Ingresar

Inicio > "cafeteras express oster cafetera 3188"

Artículos: 1-14 de 14  

<p>Categorías</p> <ul style="list-style-type: none"> Electrodomésticos (7) Cocina (4) Industrias y Oficinas (2) Delicatessen (1) <p>Ubicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Guayas (7) Pichincha (Quito) (4) 	<p>Publicidad Transmisor Fm De Mp3 Usb - www.mirosplayer.com - Lcd, Control Para Escoger Carpeta A Solo \$ 6,99 Somos Distribuidores</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-top: 10px;">  <p>Cafetera Para Café Espresso Y Cappuccino Oster ♥ US\$ 215⁰⁰</p> </div>
---	---

MINEQUIMSA

Ruc: 1102369879001

Dirección: AV. MERCADILLO Y RAMON PINTO

Teléfono: 2575413 Fax: 2589653

PROFORMA

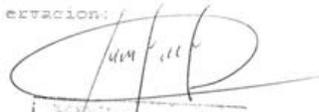
N. 0000001672

Cliente: JAMIL GARCIA
rección: EFOCA
téfono: 2-107893

C.I./RUC: 1104972269
Fecha: 29/08/2015

It.	Descripción	Precio	SubTotal
1	TANQUE ROTOPLAS 2500 LTS INCL. ACCESORIOS Y 5 AÑOS DE GARANTIA	281.25	281.25

Excepcion:



MINEQUIMSA
Ing. Daniel Pachá F.
RUC. 1102369879001

SubTotal:	281.25
Subtotal Iva 12	281.25
Subtotal Iva 0:	0.00
IVA:	99.75
TOTAL:	315.00

COTIZACIÓN

MIN LOJA SUCRE(21)

MARCIMEX S.A.

Cotización id: 1344 Fecha: 25-JUN-15
Días Vigencia: 5 Estado: Ingresada
Política: POLITICA GENERAL MINORCO Tema Venta: Contado
Agente: VORDONEZ Pasa: 0

Nombre Cliente: **Jamil Garcia Berrú**
Dirección:
Teléfono: 0590713611

RUC/CED:

Artículo	Cantidad	Total
CAMPANA EXTRACTORA INDIANA	1	122.2
TOT FAC		122.2
ENTRADA		122.2
NUM CUOTAS		0
CUOTA		0
TOTAL CREDITO + ENTRADA		122.2
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS		109.1

AUTORIZACIÓN DE CONSULTA DE BURO:

POR MEDIO DEL PRESENTE DOCUMENTO AUTORIZO, A MARCIMEX S.A. Y A LAS ENTIDADES FINANCIERAS CON LAS QUE MARCIMEX OPERA, A VERIFICAR, REPORTAR, OBTENER TODO TIPO DE INFORMACIÓN, DE CUALQUIER FUENTE SEA PÚBLICA O PRIVADA, BUROS DE INFORMACIÓN CREDITICIA, MIENTRAS SE ENCUENTRE VIGENTE EL CUPO OTORGADO PARA COMPRAS DENTRO DE LA CADENA COMERCIAL, ADEMÁS PODRÁ SOLICITAR TODO TIPO DE REFERENCIAS BANCARIAS, COMERCIALES, EN FIN, TODA INFORMACIÓN CONCERNIENTE A MI COMPORTAMIENTO CREDITICIO

Cliente _____

Vendedor

VANESSA OROPEZ
2579573.



Lujos y Accesorios
"L.J."

AUTOLUJOS CALLACANDO CAÍN JOSÉ PEDRO

Venta al por menor de accesorios, partes y piezas de vehículos automotores

Dir.: Lauro Guerrero s/n entre José Antonio
Eguiguren y Colón / Cel.: 0969210444
LOJA - ECUADOR

FECHA DE EMISIÓN	DÍA	MES	AÑO

NOTA DE VENTA

000000025

R.U.C. 1104919756001

Sr.			
Dirección:			
R.U.C./C.I.		Telf.:	
Cant.	DESCRIPCIÓN	P. Unit.	V. Total
1	Extintor de	25,00	25,00
	2 Kilo		
5	Señaléticos	5,00	25,00
	RESPALDO		

Firma Autorizada	Firma Cliente
------------------	---------------

VALOR TOTAL

59,00

FERROTEC

DE: CARLOS EDUARDO GUAMÁN

VENTA AL POR MENOR ESPECIALIZADA DE ARTUICULOS DE FERRETERIA, FABRICACIÓN DE MOBILIARIO, COCINAS Y CLOSETS e
INSTALACIONES ELÉCTRICAS

DIRECCION: Av. 8 De Diciembre s/n Y Pio Montufar
TELEFONO: 0987133950

RUC: 1103265458001

LOJA-ECUADOR

PROFORMA # 0007963

CLIENTE: JAMIL GARCIA

FECHA: 22-06-2015

DIRECCION: EPOCA

RUC: 1104972268

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Juego De Comedor Para Cuatro Personas	190	190
1	Archivador De 1000mm X 2000mm	200	200
1	Butaca	90	90
1	Muebles De Cocina M2	180	180
1	Escritorio Recto De 600mm X 1500mm	220	220
1	Silla Giratoria Semireclinable Tipo Secretaria	175	175
1	Vitrina De Cristalería Con Perfil De Aluminio (3m2)	280	280
1	Mesa de acero inoxidable de 3mm (800mm x 1500mm)	160	160
		TOTAL	1495
		IVA 12%	179,40
		TOTAL INCLUIDO IVA	1674,40



Firma Proveedor

Firma Cliente

FERROTEC
R.U.C 1103265458001
De: Carlos Guamán
Celular: 0987133950 * LOJA - ECUADOR



VISTE UNIFORME

CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA TRABAJO Y UNIFORMES

ESPERANZA YAQUELINE MENA ORDÓÑEZ

Dir. 003: Juan José Peña 11 - 47 entre Azuay y Mercadillo • Telf.: 07 256 8111

• Documento Categorizado: NO • LOJA • ECUADOR • Calificación Artesanal N° 138937

R.U.C.: 1101979449001

*AUT. S.R.I. N° 1117089040

FACTURA 003 - 001 - N° 000001901

Fecha de emisión: 29/06/2015 Guía de Remisión: _____

Sr.(es): Jamil García Berrú

Dirección: Epoca

R.U.C./C.I.: 1104972268 Telf.: 2107693

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	VALOR DE VENTA
<u>1</u>	<u>Camiseta Polo</u>	<u>\$ 10</u>	
<u>1</u>	<u>Mandiles</u>	<u>\$ 11</u>	
<u>1</u>	<u>Jorros de Cocina</u>	<u>\$ 5</u>	

IMPRESA Y ENCUADERNACIÓN MÉNDEZ * Fabián Armando Méndez Flores * Telf.: 2545668 * R.U.C.: 1101980223001 * Aut.: 2404 * Fecha de emisión: 12/Junio/2015 Del 000001901 al 000002900 * Comprobante válido hasta: 12/Junio/2016 ORIGINAL: ADQUIRENTE/COPIA: EMISOR

SUBTOTAL	US. \$	
DESCUENTO	US. \$	
LVA. 0%	US. \$	
LVA. 12%	US. \$	
VALOR TOTAL	US. \$	


 FIRMA AUTORIZADA FIRMA CLIENTE

COTIZACION

Fecha: 23-06-015 Teléfono:

Nombre: Si. Jamil Garcia Cédula:

PRECIOS INCLUYEN IVA

Código	Descripción	P.V.P.
	Minicomponente LG	\$ 251.00
	Coc. Inducción Haceb	650.00
	Vitina Induama	848.00
	Licudora B/D	48.00
1	TOTAL	\$

Observaciones:

Crédito Directo Tarjeta de Crédito

Vendedor: Livia Jimenez Celular: 2575267 - 2579725

2 \$	Cuota Inicial
3 \$	Saldo a financiar ⁽¹⁺²⁾
4 \$	% Interés

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

Cuotas Semanales	\$	c/u	Cuotas Mensuales	\$	c/u
					Total a pagar ₍₂₊₃₊₄₎

COTIZACION

Fecha: 23-06-015 Teléfono:

Nombre: Si. Jamil Garcia Cédula:

PRECIOS INCLUYEN IVA

Código	Descripción	P.V.P.
	Waflera Oster 4	\$ 48.74
	Extractor Oster	74.92
	Micondas	159.06
1	TOTAL	\$

Observaciones:

Crédito Directo Tarjeta de Crédito

Vendedor: Livia Jimenez Celular: 2575267 - 2579725

2 \$	Cuota Inicial
3 \$	Saldo a financiar ⁽¹⁺²⁾
4 \$	% Interés

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

Cuotas Semanales	\$	c/u	Cuotas Mensuales	\$	c/u
					Total a pagar ₍₂₊₃₊₄₎

Distribuidora



ESPERANZA ISABEL CHALCO JARAMILLO
VENTA DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA

Dir.: Olmedo 12-24 y Mercadillo | lojalimpia2000@hotmail.com
Teléfonos: 07 2572996 / 0990329072 | Loja - Ecuador

PROFORMA
R.U.C. 1900248558001

000001613

Fecha : Loja, 24-Jun-2015

Ref.: 34186

Cliente : JAMIL GARCIA BERRU

RUC : 1104972268

FORMA DE PAGO: CONTADO

Dirección: EPOCA

Teléfono :

F_Vencimiento: 24-Jun-2015

Cantidad	Descripción	Precio Unit.	Precio Total
1.00	ESCOBA PARAISO SUAVE	2.500	2.50
1.00	COCHE INDUSTRIAL COMPLETO	99.000	99.00
1.00	RECOGEDOR MANGO PLASTICO	1.500	1.50
1.00	LIMPION FAMILITEX	1.250	1.25
1.00	PACA DE PH ELITE 250 MT X 6 UNID	18.000	18.00
1.00	JABON LIQ C/ATOMIZADOR	3.300	3.30
1.00	DETERGENTE DEJA X 1 KILO	3.000	3.00
1.00	LAVA DE VALDE 5 KILOS	12.500	12.50
1.00	GL DE DESINFECTANTE	4.500	4.50
1.00	PAR DE GUANTES DE CAUCHO	1.600	1.60
1.00	PAR DE FUNDAS FLORAL X 20	1.150	1.15
1.00	ESPONJA FIBRA X 3 VILEDA	2.600	2.60
1.00	ESPONJA SCOTCH BRITE	0.650	0.65

Son: CIENTO SESENTA Y NUEVE, 74/100 DOLARES

Subtotal: 151.55

Descuento: 0.00

IVA: 18.19

TOTAL USD: 169.74

Firma Autorizada

Firma Cliente

Firma Autorizada

Firma Cliente

Emisión: 1401-2200 - 27/mayo/2014

SE OTORGA CREDITO A INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS

Otros dicen VENDER lo mismo, pero lo nuestro es de CALIDAD - RECUERDE: Que es más barato que en el Mercado

GRAFICAS SANTIAGO

AZUAY 16-22 Y 18 DE NOVIEMBRE

Teléf.: 072573358 - RUC: 1102021464001

PROFORMA

Nro.: 002-000-000000320

Cliente: GARCIA BERRU JAMIL

Ruc. C/I: 1104972268

Direcc.: EPOCA

Teléf.: 2107693

Fecha: 23/06/2015

Usuario: FLOR

Cant.	Cod.	Detalle	V.Unit.	V.Total
1	021447	RD A4 R DISPALASER 75GR	3.0100	3.01
1	000141	BBF AZ BOLIG BIC FINO AZUL	0.2520	0.25
1	007754	CLIP PEQUENO ALEX 9-32 CAJA 001356	0.1900	0.19
1	010677	GRAPAS ALEX 26 6 DE 5000 UNIDADES	0.5900	0.59
1	021302	CS 18X20 CINTA SCOSH NEW/STAR 3 4	0.2300	0.23
1	000681	PERFORADORA KVV-TRIO 978 GRANDE PF K	4.5100	4.51
1	010981	GRAPADORA ARTESCO NEGRAM-727	3.4100	3.41
1	000819	TIJERA PR LANCER/PASOLA 5CM TJE 103	0.2120	0.21

SUBTOTAL	DESCTO.	IVA 0%	IVA 12.00%	TOTAL US\$
12.40400	0.0000	3.0100	1.13	13.53

OBSERVACIONES:





PROFORMA

<< No. >>	20150623
Nombres:	Sr. Jamil García Berrú
Ventas:	Irayda Velásquez Cuenca
Telefax/Celular:	2577787 / 099 7 142743
Fecha:	23-Jun-2015

De mis consideraciones:

Permítame presentarle a continuación la cotización de los equipos de computación que brinda nuestra empresa:

CANTIDAD	DETALLE	P/UNIT	P/TOTAL
1	COMPUTADOR MODELO INTEL CORE I3 de 3,7GHZ CASE ATX SUPER POWER 600W Maimboard GIGABYTE GA-H81M-HD2 LGA1150 CORE i7-i5,DDR3,1: Procesador INTEL CORE I3 -4170 3.7GHZ 3M Cache 4GB de memoria DDR3 Dimms PC-1600 KINGSTON/ADATA Disco duro de 1TB.SERIAL ATA de 7200RPM WESTER DIGITAL Tarjeta de Video Omboard Tarjeta de SonidoOMBOARD Tarjeta de Red 10/100 omboard Card Reader (Lector de Memorias) DVD-RWriter SAMSUNG/LG 20X Mouse OPTICQ GENIUS netscroll PS/2 Teclado MULTIMEDIA GENIUS en español Parlantes Genius SP-S110 Monitor LED LG 20" 20M37A-B LED 1600X900 BLACK REGULADOR DE VOLTAJE GDP DE 1000VA. 8 TOMAS Gratis: Cobertores, Mause Pad	680,00	\$680,00
1	IMPRESORA EPSON L210 (IMPRESORA, SCANNER Y COPIADORA) CON SISTEMA DE TINTA CONTINUA	\$ 310,00	\$310,00
1	CAJA REGISTRADORA METALICA BEMATECH/DYNAPOS	\$ 80,00	\$80,00
1	TV LED DE 32" LG MODELO 32LB580B SMART LED WIFI 3-USB HD-TV	\$ 680,00	\$680,00
		TOTAL	\$1.750,00

Nota: Un año de garantía en todo el equipo bajo defectos de fabricación y ensamblaje, Instalación gratis dentro de la ciudad, esperamos poder servirle.

LOS PRECIOS YA INCLUYEN IVA

SetComp
 R.U.C. 076001
 M. Gabriela
 GEREENTE

Dir: Calle Ejosé María Peña entre mercadillo y Azuay

Telefax: 07 - 577787

Loja - Ecuador



EPSON Canon Maxtor

LEXMARK

HP

SAMSUNG

Genius

Microsoft

ANEXO N° 23



DATOS REGISTRADOS POR LA EMPRESA “CELEC EP”

El siguiente cuadro muestra el número de personas que han visitado la Central Eólica Villonaco. Esto es un promedio mensual.

MESES	AÑO 2013	AÑO 2014
enero		1452,00
febrero	1258,00	1030,00
marzo	658,00	1066,00
abril	1896,00	1266,00
mayo	1489,00	2119,00
junio	958,00	1654,00
julio	2147,00	2626,00
agosto	2945,00	4005,00
septiembre	2140,00	1635,00
octubre	1689,00	3494,00
noviembre	2144,00	3829,00
diciembre	2119,00	2562,00
TOTAL	19443,00	26738,00

ANEXO N° 24



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**FACULTAD DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

CARRERA DE TURISMO Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y ÁREAS NATURALES**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UN CENTRO TURÍSTICO CON TECNOLOGÍA VIRTUAL EN
LAS INSTALACIONES DEL TELEFÉRICO DE LA CIUDAD DE
QUITO.”**

AUTORA:

Srta. Ruth Marcela Suntasi Jaramillo

DIRECTOR:

Dr. Héctor López Bastidas

**Año Lectivo
2007**

2.13.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para poder determinar la demanda potencial para el proyecto de factibilidad se emplean los datos proporcionados por el teleférico como se muestran a continuación:

FLUJO DE TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN EL TELEFÉRICO

MESES	AÑOS	
	2006	2007
Enero	-	38.063
Febrero	-	38.032
Marzo	-	35.109
Abril	-	27.076
Mayo	-	26.671
Junio	-	31.770
Julio	-	54.569
Agosto	64.502	56.312
Septiembre	33.055	28.697
Octubre	27.309	18.605
Noviembre	25.574	-
Diciembre	34.147	-

2.13.1.- Demanda Potencial Proyectada Mensualmente

El comportamiento del número de turistas extranjeros que realizan las visitas al teleférico tiene una tendencia irregular por lo cual se determinará la tasa de crecimiento para los datos y se empleará la menor de ellas para obtener la demanda proyectada.

⁹ PLAN INTEGRAL DE MARKETING TURÍSTICO DE ECUADOR Fases I-II y S.I.C. Dr. Josep Chías Diciembre 2003

$$\text{No. Turistas de Agosto 2007} = \frac{\text{No. Turistas de Agosto 2007} - \text{No. Turistas de Julio 2007}}{\text{No. Turistas de Julio 2007}} * 100$$

$$\text{No. Turistas de Agosto 2007} = \frac{66.312 - 64.669}{64.669} * 100 = 3\%$$

Una vez determinada que el menor incremento en el número de turistas extranjeros que visitan y hacen uso del teleférico que fue en agosto del año 2007 con un 3%, este es el porcentaje (teniendo una observación pesimista) que permite obtener la demanda potencial mensualmente para los 10 años del proyecto.

Con los datos proporcionados por el Teleférico (datos del año 2006 desde agosto a diciembre y del año 2007 de enero a octubre) y aplicando la tasa del 3%, como se determinó anteriormente, mes a mes para toda la vida útil del proyecto.

Las fórmulas para el cálculo de la proyección del número de usuarios del CTV es la siguiente:

$$\hat{Q}_{mensual} = Q_{mensual} * i$$

$$\hat{Q}_{anual} = \frac{\sum \hat{Q}_{mensual_i}}{n}$$

Donde:

$\hat{Q}_{mensual}$: Número de turistas mensuales, usuarios del CTV proyectado.

$Q_{mensual}$: Número de turistas mensuales.

i : Tasa de crecimiento del número de turistas determinado(3%).

\hat{Q}_{anual} : Número de turistas anuales, usuarios del CTV proyectado.

n : Número de meses.

$\sum \hat{Q}_{mensual_i}$: Sumatoria del número de turistas mensuales proyectado.

CUADRO 2.13.1

DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA MENSUALMENTE

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Enero	-	38.083	39.205	40.381	41.592	42.840	44.125	45.449	46.813	48.217	49.664	51.153
Febrero	-	38.032	39.173	40.348	41.569	42.805	44.090	45.412	46.775	48.178	49.623	51.112
Marzo	-	36.109	36.162	37.247	38.365	39.515	40.701	41.922	43.180	44.475	45.809	47.184
Abril	-	27.078	27.888	28.725	29.587	30.474	31.389	32.330	33.300	34.299	35.328	36.388
Mayo	-	28.871	27.471	28.295	29.144	30.018	30.919	31.847	32.802	33.786	34.800	35.844
Junio	-	31.770	32.723	33.705	34.716	35.757	36.830	37.935	39.073	40.245	41.453	42.696
Julio	-	64.688	56.206	57.892	59.629	61.418	63.260	65.158	67.113	69.126	71.200	73.336
Agosto	64.602	68.312	68.001	69.741	61.534	63.380	65.281	67.239	69.257	71.334	73.474	75.679
Septiembre	33.066	28.887	29.558	30.445	31.358	32.299	33.268	34.266	35.294	36.353	37.443	38.566
Octubre	27.308	18.806	19.163	19.738	20.330	20.940	21.568	22.215	22.882	23.568	24.275	25.004
Noviembre	26.874	26.444	27.238	28.055	28.896	29.763	30.656	31.576	32.523	33.499	34.504	35.539
Diciembre	34.147	35.171	36.227	37.313	38.433	39.586	40.773	41.997	43.256	44.554	45.891	47.267
Promedio Anual /1	38.887	34.710	35.751	36.824	37.929	39.066	40.238	41.446	42.689	43.970	45.289	46.647

/1 El promedio anual se lo calcula, al sumar la demanda potencial de cada mes y dividirlo para el número de meses correspondientes.

2.13.2.- Demanda Potencial Proyectada Anual

Con los datos obtenidos se procede a conseguir el promedio por año para determinar así la demanda potencial anual (utilizando el método de proyección lineal) para el proyecto de factibilidad de CTV.

CUADRO 2.13.2
DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA ANUAL

Año	Demanda Potencial
2008	36.937
2007	34.710
2008	35.751
2009	36.824
2010	37.929
2011	39.068
2012	40.238
2013	41.446
2014	42.689
2015	43.970
2016	45.289
2017	46.647

2.13.3.- Demanda Insatisfecha

Para establecer la demanda insatisfecha que cubriría el proyecto de factibilidad con las condiciones presentadas, se procede de la siguiente manera: a la demanda potencial proyectada se le resta la oferta existente, el proyecto no presenta competidores por lo cual la oferta es cero, determinando así la demanda insatisfecha del mercado, porcentaje que cubrirá el proyecto de factibilidad.

ANEXO N° 25

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

CAFETERÍA VILLONACO S. A.

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES PRELIMINARES

Art. 1.- El presente Reglamento Interno de Trabajo, tiene por objeto establecer con claridad el conjunto de reglas obligatorias de carácter técnico o administrativo, a las cuales deben sujetarse tanto la empresa CAFETERÍA VILLONACO S.A. como sus empleados (as), en la ejecución o prestación efectiva de sus labores, para la buena marcha de la empresa y la dignificación de las relaciones laborales existentes entre ellos.

Art. 2.- CAFETERÍA VILLONACO S.A., es una Sociedad Anónima, de Capital Variable, domiciliada en la ciudad de Loja, aledaña al parque eólico Villonaco.

Art. 3.- Las actividades principales de la Sociedad, son:

- a) La producción de alimentos y bebidas.
- b) La prestación de servicios de cafetería.

Art. 4.- Las disposiciones del presente reglamento, son de cumplimiento obligatorio tanto para la sociedad como para el/la empleado(a) y las infracciones que se causen al mismo, darán lugar a la aplicación de la sanción respectiva, sin perjuicio de las disposiciones y sanciones que establece el Código de Trabajo y aquellas emanadas de las distintas fuentes de Derecho Laboral.

Art. 5.- El presente Reglamento Interno de Trabajo y todas las disposiciones que lo conforman, así como sus modificaciones, serán aplicables a los/las empleados(as) que laboran para la empresa.

Art. 6.- La administración de la sociedad CAFETERÍA VILLONACO S.A., dependerá directamente de una Junta General de Socios, que está integrada por dos miembros propietarios, según se establece en la Escritura de Constitución de la empresa, delegándose la máxima autoridad de representar judicial, extrajudicialmente y el uso de la firma social a los miembros el administrador general, y será quien evaluará las labores que realice la empresa. Para efecto de que la sociedad pueda llevar a cabo sus funciones, se han creado los departamentos y áreas que se detallan a continuación:

- a) Junta General de Socios;
- b) Administrador General;
- c) Representante Legal esporádico;
- d) Departamento Financiero; y,
- e) Departamento Operativo.

Art. 7.- Para efectos de administración y disciplina interna, el Representante Legal o a quien éste faculte, tendrá autoridad para seleccionar, transferir, suspender y dar por terminado el Contrato Individual de Trabajo de los/las empleados(as) así como de imponer a los demás, sanciones disciplinarias de acuerdo a las estipulaciones establecidas en este Reglamento y las demás fuentes de derecho laboral.

CAPÍTULO II

REQUISITOS DE INGRESO

Art. 8.- Previo a que un aspirante pueda ingresar como empleado(a) de la cafetería deberá presentar para efectos de información y registro los requisitos establecidos en el Manual de Procedimientos para la Contratación de Personal de la Sociedad, los cuales son:

- Llenar formulario de solicitud de empleo.
- Currículum Vitae con fotografía reciente.
- Certificado de estudios que demuestre la educación formal recibida por el solicitante.
- Solvencia de buena conducta extendida por un administrador de servicio similar.
- Fotocopias de Documentos personales.

Art. 9.- La empresa se reserva el derecho de verificar por cualquier medio los datos que consten en los documentos presentados y lo manifestado por el solicitante en el formulario de solicitud de empleo correspondiente.

Art. 10.- La empresa celebrará por escrito el contrato individual de trabajo con cada empleado(a), el cual deberá contener:

- a. Nombre, apellido, sexo, edad, estado civil, profesión u oficio, domicilio, residencia y nacionalidad de cada contratante;
- b. Número, lugar y fecha de expedición del Documento Único de Identidad del empleado(a) y del representante de la empresa.
- c. El trabajo que bajo la dependencia del patrono, se desempeñará, procurando determinarlo con la mayor precisión posible;
- d. La fecha en que se iniciará el trabajo. Cuando la prestación de los servicios haya precedido al otorgamiento por escrito del contrato, se hará constar la fecha en que el empleado(a) inició la prestación de servicios;

- e. El lugar o lugares en que habrán de prestarse los servicios y en que deberá habitar el/ la empleado (a), si el patrono no se obliga a proporcionarle alojamiento;
- f. El horario de trabajo;
- g. El salario que recibirá el/la empleado(a) por sus servicios;
- h. Forma, período y lugar de pago;
- i. Lugar y fecha de la celebración del contrato;
- j. Las demás estipulaciones en que convengan los contratantes;
- k. Firma de los contratantes.

Art. 11.- El contrato individual de trabajo se extenderá por escrito en tres ejemplares: un ejemplar que se enviará para su registro y aprobación en el ministerio de Trabajo, donde quedará el triplicado, el duplicado para el/la empleado(a) y el original quedará en la empresa.

Art. 12.- En los contratos individuales de trabajo podrá estipularse que los primeros treinta días serán de prueba. Dentro de este término, cualquiera de los contratantes, podrán dar por terminado el contrato sin expresión de causa.

Si antes de transcurrido un año se celebra un nuevo contrato entre las mismas partes contratantes y para la misma clase de labor, no podrá estipularse período de prueba en el nuevo contrato.

Art. 13.- Los/Las empleados(as) de la sociedad están obligados a conocer las atribuciones de su cargo, de acuerdo a la descripción del puesto, información general de la Sociedad, los estándares de ética del trabajo, las estipulaciones de este Reglamento y las que se dicten en el futuro, información que será anexada al contrato individual de trabajo o en su defecto será entregada al o a la empleado(a) el primer día de trabajo.

CAPÍTULO III

DIAS Y HORAS DE TRABAJO

Art. 14.- Las Jornadas de trabajo de la empresa son compartidas y son las que se detallan a continuación:

ÁREA ADMINISTRATIVA

De MIERCOLES a DOMINGO de 10:00 am a 18:00 pm.

Receso: AL administrador general que labore dentro de esta área, se le otorgará un receso de 1 hora con ajustes de acuerdo a las actividades que haya que realizar en la empresa.

ÁREA FINANCIERA

De MIERCOLES A DOMINGO de 10:00 am a 18:00 pm.

Receso: A los/las empleados(as) que laboren dentro de esta área, se les otorgará un receso de 1 hora con ajustes de acuerdo a las actividades que haya que realizar de acuerdo al giro de la empresa.

Descanso: días lunes.

DEPARTAMENTO OPERATIVO

De MIERCOLES A DOMINGO de 10:00 am a 18:00 pm.

Receso: A los/las empleados(as) que laboren dentro de este departamento, se les otorgará un receso de 25 minutos a la hora del almuerzo con reajuste de acuerdo a las actividades que se desarrollen en el momento.

Descanso: lunes y martes

En el caso de que el Patrono requiera establecer otros horarios que sobrepasen las ocho horas diarias establecidas en el Código de Trabajo en una

jornada laboral, este podrá, previo acuerdo con los/las empleados(as), aplicarlos, solicitando además la correspondiente autorización de la Dirección General de Trabajo del Ministerio de Trabajo.

Art. 15.- Las labores que se ejecuten en horas nocturnas se pagarán, por lo menos, con un veinticinco por ciento de recargo sobre el salario establecido para igual trabajo en horas diurnas.

Los trabajos que por fuerza mayor, como en caso de incendio, terremoto y otros semejantes, tuvieren que realizarse excediendo a la jornada ordinaria, se remunerarán solamente con salario básico.

Art. 16.- Todos los/las empleados(as) deben observar puntualidad tanto al ingreso como en la salida de sus labores, de conformidad con el presente Reglamento. Para dichos efectos, la empresa instalará los controles que estime convenientes.

Art. 17.- Los/Las empleados(as) deberán marcar las horas de entrada y salida personalmente mediante el sistema de registro que disponga la empresa.

Art. 18.- Los/Las empleados(as) tienen la obligación de presentarse puntualmente a sus labores para la iniciación de su jornada de trabajo.

Se considera llegada tarde el presentarse después de la hora designada para el inicio de labores, salvo que la causa sea debidamente justificada.

Art. 19.- El/La empleado(a) que no pueda asistir al desempeño de sus labores, deberá dar aviso inmediato, por el medio más idóneo, a su jefe inmediato

superior, quien tendrá la facultad de establecer la veracidad del motivo aducido. El/La empleado(a), inmediatamente al volver a sus labores, deberá comprobar la causa justa que originó su inasistencia, en caso contrario, no tendrá derecho a la remuneración del día de descanso semanal por no haber completado la semana laboral.

Art. 20.- Se reconoce un período de tolerancia de diez minutos semanales por retraso en las entradas de la hora señalada para el inicio de la jornada de trabajo, sin perder el derecho a la remuneración completa de la respectiva jornada y descanso semanal.

Los/Las empleados(as) que no completen su semana laboral sin causa justificada, o acumulen más de diez minutos en la misma semana, por retraso en las entradas de la hora señalada en el horario de trabajo establecido en el presente Reglamento, no tendrán derecho a la remuneración de su día de descanso.

CAPITULO IV

LUGAR, DIA Y HORA PARA EL PAGO DE SALARIOS, COMPROBANTES DE PAGO

Art. 21.- El sueldo será estipulado libremente; pero no será inferior al salario básico vigente.

Art.22.- El salario no se puede compensar. La empresa, podrá retener hasta en un veinte por ciento para cubrir en conjunto obligaciones alimenticias, cotización al seguro social e impuestos.

Art.23.- El administrador está obligado a llevar planillas o recibos de pago en que consten, según el caso, los salarios ordinarios y extraordinarios devengados por cada empleado(a); las horas ordinarias y extraordinarias laboradas en jornadas diurnas o nocturnas; y los días hábiles, de asueto y de descanso en que laboren. También constarán los salarios que en forma de comisión se hayan devengado y toda clase de cantidades pagadas.

Dichos documentos deberán ser firmados por el/la empleado(a). El/La empleado(a) recibirá si lo solicita, una copia de sus recibos de pago, en la que se hará constar todos los elementos de su remuneración y de los descuentos que se han practicado sobre la misma.

Art.24.- Deberá remunerarse con salario básico de un día, aquel en que solo se laboren las horas necesarias para completar la semana laboral.

Art.25.- El sueldo devengado por los/las empleados(as), les será pagado en moneda de curso legal, mediante depósito en cuenta bancaria a nombre del/ de la empleado(a), a quien se le entregará personalmente el comprobante de pago mensual, en donde se detalla el salario devengado.

Art. 26.- La Sociedad verificará todos aquellos descuentos que en concepto de seguridad social, impuestos, embargos, préstamos o cualquier otro concepto, determine o permita la ley. En todo caso tales descuentos deberán constar en el recibo de pago respectivo.

CAPÍTULO V

DESCANSO SEMANAL

Art. 27.- Cuando de común acuerdo con la empresa, los/las empleados(as) laboren en el día que legal o contractualmente se les haya señalado para su descanso semanal, tendrán derecho al sueldo percibido, como horas suplementarias, así como señala el Art. 93 numeral cuatro del Código de trabajo.

Art. 28.- El día de descanso compensatorio, será remunerado con salario básico y deberá concederse en la misma semana laboral o en la siguiente.

El día de descanso compensatorio se computará como de trabajo efectivo para los efectos de completar la semana laboral en que quedare comprendido

CAPÍTULO VI

ASUETOS

Art. 29.- La Sociedad establece como días de asueto remunerado los siguientes según el Art. 102 del Código de Trabajo.

a) Primero de Enero (Año Nuevo);

b) viernes y sábado de la Semana Santa;

Lunes y martes de carnaval y viernes santo;

c) Primero de Mayo y 24 de mayo (Día Internacional del Trabajo y batalla de Pichincha);

d) diez de Agosto (independencia);

e) dos y tres de noviembre (difuntos e independencia de cuenca);

f) veinte y cuatro de mayo (batalla de pichincha); y

g) Veinticinco de Diciembre (Día de Navidad).

Art. 30.- Los/Las empleados(as) que de común acuerdo con la empresa trabajen en día de asueto, devengarán un salario extraordinario integrado por el salario ordinario más un recargo del ciento por ciento de éste.

Si trabajan en horas extraordinarias, el cálculo para el pago de los recargos respectivos se hará en base al sueldo percibido y de acuerdo lo señalado en el código laboral.

Art. 31.- Si coincidiera un día de asueto con el día de descanso semanal, el/la empleado(a) tendrá derecho únicamente a su salario básico; pero si trabajare en dicho día, tendrá derecho a la remuneración especial.

CAPÍTULO VII

VACACIONES ANUALES

Art. 32.- Después de un año de trabajo continuo en la sociedad, los/las empleados(as) tendrán derecho a un período de vacaciones individual, cuya duración será de quince días, los cuales serán remunerados con una prestación equivalente al salario ordinario correspondiente a dicho lapso De acuerdo al Art. 104 del Código Laboral Vigente.

Art.33- Todo empleado(a), para tener derecho a vacaciones, deberá acreditar un mínimo de doscientos días trabajados en el año, aunque en el contrato respectivo no se le exija trabajar todos los días de la semana, ni se le exija trabajar en cada día el máximo de horas ordinarias. Además la empresa

entregara cada año las utilidades correspondientes a cada trabajador, décimo tercero y cuarto sueldo correspondiente.

Art. 34.- La empresa debe señalar la época en que el/la empleado(a) ha de gozar las vacaciones y notificarle la fecha de iniciación de ellas, con treinta días de anticipación por lo menos.

Art. 35.- Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero o en especie. Asimismo se prohíbe fraccionar o acumular los períodos de vacaciones; y a la obligación de la sociedad de darlas, corresponde la de el/la empleado(a) de tomarlas.

CAPÍTULO VIII

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LOS/LAS EMPLEADOS(AS)

Art. 36.- Son obligaciones de los/las empleados(as):

- 1) Desempeñar el trabajo convenido. A falta de estipulación deberán desempeñar el que la sociedad o sus representantes les indiquen siempre que sea compatible con su aptitud o condición física y que tenga relación con el negocio.
- 2) Obedecer las instrucciones que reciban de la sociedad o de sus representantes en lo relativo al desempeño de sus labores;
- 3) Desempeñar el trabajo con diligencia y eficiencia apropiada y en la forma, tiempo y lugar convenidos;

- 4) Guardar rigurosa reserva de los secretos de la sociedad, de los cuales tuvieren conocimiento por razón de su cargo y sobre los asuntos administrativos, cuya divulgación pueda causar perjuicio a la sociedad;
- 5) Observar buena conducta en el lugar de trabajo o en el desempeño de sus funciones;
- 6) Restituir a la sociedad en el mismo estado en que se los entregó los materiales que ésta les haya proporcionado para el trabajo y que no hubieren utilizado, salvo que dichos materiales se hubieren destruido o deteriorado por caso fortuito o fuerza mayor o por vicios provenientes de su mala calidad o defectuosa fabricación;
- 7) Conservar en buen estado los instrumentos, maquinarias y herramientas de propiedad de la Empresa, que estén a su cuidado, sin que en ningún caso deban responder del deterioro ocasionado por el uso natural de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de su mala calidad o defectuosa fabricación;
- 8) Prestar auxilio en cualquier tiempo que se necesite, cuando por siniestro o riesgo inminente dentro de la sociedad, peligren la integridad personal o los intereses de la sociedad o de sus compañeros de trabajo;
- 9) Someterse a examen médico cuando fueren requeridos por la sociedad o por las autoridades administrativas con el objeto de comprobar su estado de salud;
- 10) Observar estrictamente todas las prescripciones concernientes a higiene, seguridad y disciplina, establecidas por las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas y aquellas indicadas por la empresa para

seguridad y protección de los/las empleados(as) y de los lugares de trabajo;

- 11) Cumplir con el presente Reglamento Interno de Trabajo;
- 12) Las demás que se les impongan en el Código de Trabajo y demás fuentes de obligaciones laborales;
- 13) Hacer del conocimiento del Administrador General, sobre cualquier anomalía observada en el cumplimiento de sus labores, así como los desperfectos o condiciones defectuosas que presentaren las herramientas o equipos propiedad de la sociedad, en cuanto tengan noticias de ello;
- 14) Presentarse al trabajo con el uniforme correspondiente para el desempeño de sus labores cumpliendo con utilizarlo durante las horas de trabajo;
- 15) En caso de ser necesaria la salida de equipo o herramientas de la sociedad, será indispensable comunicarlo al jefe inmediato superior y/o al supervisor y solicitar el permiso correspondiente, el cual detallará las características de los bienes de que se trate y estará firmado y sellado por quien corresponda;
- 16) Mantener el aseo y orden necesario según indicaciones de la empresa en el área de trabajo y de las herramientas y equipo que estén bajo su responsabilidad;

- 17) Observar normas de aseo y limpieza al utilizar los servicios sanitarios, cafetería y demás dependencias de la empresa;
- 18) Durante el trabajo, evitar discordias y desavenencias con sus superiores o compañeros de trabajo;
- 19) Atender con educación y respeto al cliente por razón de su cargo, a las personas con quienes tenga que tratar asuntos relacionados con la sociedad;
- 20) Dar aviso inmediato a la persona encargada de Recursos Humanos de cualquier cambio que efectúe en la dirección y estado familiar;
- 21) Justificar su ausencia de los cursos de capacitación y entrenamiento que imparta la empresa;
- 22) Asistir a cursos de adiestramiento y capacitación que la empresa otorgue a sus empleados(as), para superar sus capacidades y conocimientos relacionados con su trabajo.

Art. 37.- Se prohíbe a los/las empleados(as):

- 1) Abandonar las labores durante la jornada de trabajo, sin causa justificada o licencia del patrono o jefes inmediatos;
- 2) Emplear los útiles, herramientas y equipos suministrados por la empresa, para objeto distinto de aquél a que están normalmente destinados o en beneficio de personas distintas del patrono;

- 3) Hacer cualquier clase de propaganda en el lugar de trabajo durante el desempeño de las labores;
- 4) Portar armas de cualquier clase durante el desempeño de las labores, a menos que aquéllas sean necesarias para la prestación de los servicios;
- 5) Dormir durante la jornada de trabajo;
- 6) Ingerir bebidas embriagantes o hacer uso de narcóticos o drogas en las instalaciones de la sociedad o desempeñar sus labores en estado de ebriedad o bajo la influencia de un narcótico o droga. Así mismo, se prohíbe portar, introducir o mantener bebidas embriagantes, narcóticas o drogas en las instalaciones de la sociedad. Fumar, es permitido únicamente en el área designada;
- 7) Comer e ingerir bebidas de cualquier tipo fuera de los lugares y áreas señaladas para ello;
- 8) Realizar actividades peligrosas que puedan causar daños a sus compañeros, tales como: peleas, riñas u otros actos inmorales e inapropiados dentro de las instalaciones de la Sociedad;
- 9) Permanecer o transitar en áreas de circulación o acceso restringido, o permanecer en los recintos de la sociedad fuera de las horas laborales, sin previa autorización;
- 10) Manchar, destruir o en general alterar el material en los boletines colocados en las instalaciones de la empresa;
- 11) Falsificar o alterar de cualquier manera los registros de la empresa;

- 12) Negarse a cumplir con las instrucciones que en forma clara, verbal o por escrito, reciban del Gerente, Jefe y/o supervisor siempre y cuando sean para el desempeño de sus labores.

CAPÍTULO IX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art. 38.- Son obligaciones de la Empresa:

- 2) Pagar a el/la empleado(a) su salario en la forma, cuantía, fecha y lugar establecidos en el Capítulo V del presente Reglamento;
- 3) Pagar a el/la empleado(a) una prestación pecuniaria equivalente al salario ordinario que habría devengado durante el tiempo que dejare de trabajar por causa imputable al patrono;
- 4) Proporcionar el/la empleado(a) los materiales necesarios para el trabajo, así como las herramientas y útiles adecuados para el desempeño de sus labores, cuando no se haya convenido que el/la empleado(a) proporcione estos últimos;
- 5) Proporcionar un lugar seguro para guardar las herramientas y útiles de el/la empleado(a), cuando éstos necesariamente deban mantenerse en el lugar donde se prestan los servicios. En este caso, el inventario de herramientas, equipos y útiles deberá hacerse siempre que cualquiera de las partes lo solicite;
- 6) Guardar la debida consideración a los/las empleados(as), absteniéndose de maltratarlos de obra o de palabra.
- 7) Conceder licencia a el/la empleado(a):
 - a) Para cumplir obligaciones de carácter público establecidas por la ley u ordenadas por autoridad competente.

b) Para cumplir las obligaciones familiares que racionalmente reclamen su presencia, como en los casos de muerte o enfermedad grave de su cónyuge, de sus ascendientes y descendientes; lo mismo que cuando se trate de personas que dependen económicamente de él y que aparezcan nominadas en el respectivo contrato de trabajo o, en su defecto, en cualquier registro de la sociedad. Esta licencia durará el tiempo necesario; y

c) Para que durante el tiempo necesario pueda desempeñar las comisiones indispensables en el ejercicio de su cargo, si fuere directivo de una asociación profesional, y siempre que la respectiva organización la solicite;

8) Pagar a el/la empleado(a) los gastos de ida y vuelta cuando, por razones del servicio, tenga que trasladarse a un lugar distinto del de su residencia;

9) Cumplir con el correspondiente reglamento interno de trabajo;

10) Velar porque el trato otorgado a los/las empleados(as) sea de mutuo respeto y consideración en el desempeño de sus labores, tratando que dicha conducta sea imitada por sus superiores inmediatos en el trabajo;

Art. 39.- Se prohíbe a la empresa:

1) Exigir a sus empleados(as) que compren artículos de cualquier clase en establecimientos o a personas determinadas, sea al crédito o al contado;

2) Exigir o aceptar de los/las empleados(as) gratificaciones para que se les admita en el trabajo o para obtener algún privilegio o concesión que se relacione con las condiciones de trabajo;

- 3) Tratar de influir en sus empleados(as) en cuanto al ejercicio de sus derechos políticos o convicciones religiosas;
- 4) Tratar de influir en sus empleados(as) en lo relativo al ejercicio del derecho de asociación profesional;
- 5) Hacer por medios directos o indirectos, discriminaciones entre los empleados(as) por su condición de sindicalizados o tomar represalias contra ellos por el mismo motivo;
- 6) Retener las herramientas u objetos que pertenezcan a sus empleados(as), para garantizar el cumplimiento de las obligaciones de éstos; o para hacerse pago a título de indemnización por los daños y perjuicios que les hubieren ocasionado o por cualquier otra causa;
- 7) Hacer o autorizar colectas o suscripciones obligatorias entre sus empleados(as);
- 8) Que sus Representantes Patronales dirijan los trabajos en estado de embriaguez, bajo la influencia de narcóticos o drogas enervantes o en cualquier otra condición anormal análoga;
- 9) Pagar el salario con fichas, vales, pagarés, cupones o cualesquiera otros símbolos que no sean moneda de curso legal;
- 10) Reducir directa o indirectamente los salarios que pagan, así como suprimir o mermar las prestaciones sociales que suministran a sus empleados(as), salvo que exista causa legal;

- 11) Ejecutar cualquier acto que directa o indirectamente tienda a restringir los derechos establecidos en el Código de Trabajo y demás fuentes de obligaciones laborales que se les confieren a los empleados(as); y,
- 12) Establecer cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social, salvo las excepciones previstas por la Ley con fines de protección de la persona del empleado(a);

CAPITULO X

SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

Art. 40.- La empresa mantendrá las instalaciones en estado de limpieza, salubridad e higiene observando las normas que sobre el particular emanaran de los organismos estatales y municipales competentes.

Art. 41.- Es obligación de los/las empleados(as) cumplir con las normas de seguridad e higiene, así como con las recomendaciones técnicas referentes al uso y conservación del equipo que le sea suministrado para prestar sus servicios, y al uso y mantenimiento de las protecciones de dichos equipos.

CAPÍTULO XI

BOTIQUIN

Art. 42.- La sociedad mantendrá en lugares accesibles y para uso gratuito de todos los/las empleados(as) a su servicio, un botiquín equipado con los medicamentos y enseres necesarios en la forma que determine el cuerpo de bomberos de Loja.

CAPÍTULO XII

DISPOSICIONES DISCIPLINARIAS Y MODO DE APLICARLAS

Art. 43.- En caso que los/las empleados(as) de la empresa no cumplan con las obligaciones impuestas por el Código de Trabajo o el presente Reglamento, la empresa, sin perjuicio de los otros derechos que le concede la ley, podrá sancionar a los infractores en la forma siguiente, según la gravedad de la falta:

- a) Amonestación verbal por la primera vez.
- b) Amonestación por escrito por la segunda vez.
- c) Suspensión sin goce de sueldo por un día, por la tercera vez;
- d) Suspensión sin goce de sueldo por más de un día y hasta treinta, previa autorización y calificación de motivos de la Dirección General de Inspección de Trabajo, de conformidad con lo dispuesto por el Art. 250 del Código de Trabajo;
- e) Terminación del contrato de trabajo, sin responsabilidad para la sociedad, de conformidad a lo establecido en el Código de Trabajo.

Podrá amonestarse a los/las empleados(as) por medio del Director de Inspección de Trabajo cuando a juicio de la sociedad sea conveniente.

Art. 44.- La empresa podrá dar por terminado el contrato de trabajo, sin incurrir en responsabilidad por las siguientes causas:

- 1ª- Por haber engañado el/la empleado(a) a la empresa al celebrar el contrato, presentándole recomendaciones o certificados falsos sobre su aptitud. Esta causa dejará de tener efectos después de treinta días de prestar sus servicios el/la empleado(a);

2ª- Por negligencia reiterada de el/la empleado(a);

3ª- Por la pérdida de la confianza de la empresa en el/la empleado(a), cuando éste desempeña un cargo de dirección, vigilancia, fiscalización u otro de igual importancia y responsabilidad. El Juez de lo laboral respectivo apreciará prudencialmente los hechos que el patrono estableciere para justificar la pérdida de la confianza.

4ª- Por revelar el/la empleado(a) secretos de la empresa o aprovecharse de ellos; o por divulgar asuntos administrativos de la misma que puedan causar perjuicios a la empresa;

5ª- Por actos graves de inmoralidad cometidos por el/la empleado(a) dentro de la sociedad o establecimiento; o fuera de éstos, cuando se encontrare en el desempeño de sus labores;

6ª- Por cometer el/la empleado(a) en cualquier circunstancia, actos de irrespeto en contra de la institución o de algún jefe de la empresa o establecimiento, especialmente en el lugar de trabajo o fuera de él, durante el desempeño de las labores. Todo sin que hubiere precedido provocación inmediata de parte del jefe o patrono;

7ª- Por cometer el/la empleado(a) actos graves de irrespeto en contra del cónyuge, ascendiente, descendiente o hermanos del patrono, cuando el/la empleado(a) conociere el vínculo familiar y siempre que no haya precedido provocación inmediata de parte de dichas personas;

8ª- Por cometer el/la empleado(a) actos que perturben gravemente el orden en la empresa o establecimiento, alterando el normal desarrollo de las labores;

9ª- Por ocasionar el/la empleado(a), maliciosamente o por negligencia grave, perjuicios materiales en las, maquinarias, materias primas o

demás objetos relacionados con el trabajo; o por lesionar con dolo o negligencia grave, cualquier otra propiedad o los intereses económicos de la empresa;

10ª- Por poner el/la empleado(a) en grave peligro, por malicia o negligencia grave, la seguridad de las personas mencionadas en las causales 6ª y 7ª de este artículo, o la de sus compañeros de trabajo;

11ª- Por no presentarse el/la empleado(a), sin causa justa, a desempeñar sus labores en la fecha convenida para iniciarlas; o por no presentarse a reanudarlas, sin justa causa dentro de los tres días siguientes.

12ª- Por desobedecer el/la empleado(a) al patrono o a sus representantes en forma manifiesta, sin motivo justo y siempre que se trate de asuntos relacionados con el desempeño de sus labores;

13ª- Por ingerir el/la empleado(a) bebidas embriagantes o hacer uso de narcóticos o drogas enervantes en el lugar del trabajo.

14ª- Por infringir el/la empleado(a) algunas de las prohibiciones contenidas en el Código de Trabajo, siempre que por igual motivo se le haya amonestado, dentro de los seis meses anteriores, por medio de la Dirección General de Inspección de Trabajo; y

15ª- Por incumplir o violar el/la empleado(a), gravemente, cualquiera de las obligaciones o prohibiciones emanadas de alguna circunstancia a que se refiere el Código de Trabajo.

ANEXO N° 26

APROBACIÓN DEL PROYECTO

Loja, 07 de mayo del 2015

Ingeniera

Raquel Padilla

COORDINADORA DE LA CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

En su despacho:

En mi calidad de docente designado para evaluar la pertinencia del proyecto de tesis del estudiante Jamil García Berrú, y una vez realizada las correcciones solicitadas en el informe previo me permito, en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, declarar que el proyecto de tesis denominado **"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CAFETERÍA EN EL BARRIO RUMICORRAL (PARQUE EÓLICO VILLONACO) DE LA CIUDAD DE LOJA"**:

- Cumple los requisitos para ser realizado, tanto en su estructura como en su coherencia.
- Y su desarrollo es pertinente tanto a nivel académico como metodológico, por lo que se justifica su ejecución.

Esto es todo cuanto puedo informar, para los fines pertinentes,

Atentamente,



Ec. Leidy E. Peláez M.

Docente Banca y Finanzas UNL-AJSA

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
e. RECURSOS MATERIALES Y MÉTODOS	38
f. RESULTADOS.....	46
g. DISCUSIÓN.....	170
h. CONCLUSIONES.....	172
i. RECOMENDACIONES.....	174
j. BIBLIOGRAFÍA	176
k. ANEXOS.....	179