



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

TÍTULO:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA ROSSO BAR
PARA EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**

TESIS PREVIO A OBTAR EL
TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL

AUTOR:

David Hugo Morocho Pauta

DIRECTOR:

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de régimen de la Universidad Nacional de Loja, el desarrollo de la Tesis de Administración de Empresas, titulada **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA ROSSO BAR PARA EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**, de autoría del Sr. David Hugo Morocho Pauta. En consecuencia, el informe reúne los requisitos, formales y reglamentarias, autorizo su presentación y sustentación ante el tribunal de grado que se designe para el efecto.

Loja, agosto de 2017

f.)



Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

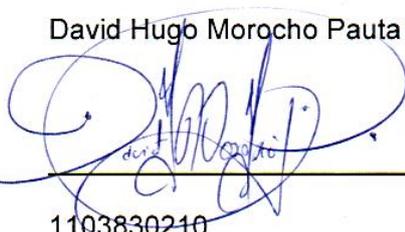
AUTORÍA

Yo, David Hugo Morocho Pauta, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autor: David Hugo Morocho Pauta

Firma:



Cedula: 1103830210

Fecha: Loja, Agosto de 2017

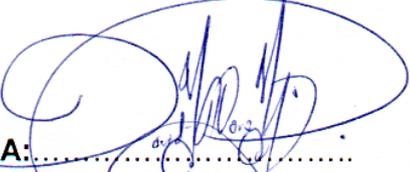
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, David Hugo Morocho Pauta declaro ser el autor de la tesis titulada **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA ROSSO BAR PARA EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”** como requisito previo para optar al Título de **Ingeniero Comercial**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la misma, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el 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 a los 09 días del mes de agosto del dos mil diecisiete, firma el autor.

FIRMA: 

AUTOR: David Hugo Morocho Pauta

CÉDULA: 1103830210

DIRECCIÓN: Loja, Ciudadela Pio Jaramillo Alvarado, Calles: Shiris y Moche

CORREO ELECTRÓNICO: davinnncho@hotmail.com

TELÉFONO: 2577608-0985020998

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE. (Presidente)

Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Mg. Sc. (Vocal)

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc. (Vocal)

DEDICATORIA

Primeramente quiero dar gracias a Dios por darme la vida, mis anhelos, mis propósitos, la fortaleza para vencer las dificultades que se me presentaron, la oportunidad de crecer como profesional.

A mis padres por haber enseñado a superarme en la vida.

David Hugo Morocho Pauta

AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja y al personal docente en especial a la Carrera de Administración de Empresas, a la Unidad de Educación a Distancia; los mismos que supieron compartir sus conocimientos en las aulas universitarias; a todos y cada una de las personas que de una u otra manera me ayudaron a la culminación de mi carrera.

Mi agradecimiento especial al Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc. ; director de la tesis por su dedicación, dirección y responsabilidad durante el desarrollo del presente trabajo investigativo.

EL AUTOR

a. TITULO

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA ROSSO BAR PARA EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

El presente trabajo investigativo se denomina **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA ROSSO BAR PARA EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”**, se lo realizo con la finalidad de poder aportar al mejoramiento de la situación socioeconómica del cantón.

Se utilizaron el método deductivo, inductivo, descriptivo, sintético analítico y el método estadístico; y la técnica de observación y encuesta aplicada a los habitantes de Catamayo.

Al efectuar el desarrollo investigativo en el estudio de mercado se determinaron los siguientes resultados; demanda potencial para el primer año es 11.802 habitantes que visitan lugares de diversión nocturna, la demanda real para el primer año es 573.588 personas que acuden a bar; demanda efectiva es 539.173 habitantes que sí asistirán al Rosso Bar.

En el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada será de 39.000 personas que acuden a Bar, pero para el primer año se utilizará el 80% de la capacidad instalada por diversos motivos como: la introducción del producto, mano de obra, entre otros.

Así mismo en el estudio organizacional se determinaron los diferentes niveles jerárquicos, manuales de funciones, con la finalidad de poder garantizar un adecuado y correcto funcionamiento.

En el estudio financieros se determinó que necesitara invertir en activos fijos \$88.960,00; en activos diferidos \$1.750,00 y en activos circulantes \$23.639,90 con

una inversión total de \$ 114.349,90 además se obtuvo el precio de servicio para el primer año será de \$9,06 y 25% de margen utilidad nos da el precio de venta al público de \$11,33, dándonos un total de ingresos de \$353.505,25 En el estado de pérdidas y ganancias en el primer año se obtendrá una utilidad neta de \$42.187,32. El punto de equilibrio se origina en las ventas de \$152.969,54 en una capacidad instalada de 43,27% en el primer año de producción.

Y en la evaluación financiera se obtuvo los siguientes resultados: en el Valor actual neto (VAN) de 218.091,26 tasa interna de retorno (TIR) es de 47,49%, el periodo de recuperación de capital será de 3 años 2 meses y 12 días, relación beneficio - costo será de \$1,25 centavos y el Análisis de Sensibilidad será sensible con un aumento de 12,24% en costos y una disminución 6,82% en ingresos, con lo que se demuestra que el proyecto es factible de la Franquicia ROSSO BAR para el cantón Catamayo.

ABSTRACT

This research work is called "INVESTMENT PROJECT FOR THE IMPLEMENTATION OF THE FRANCHISE ROSSO BAR FOR CANTÓN CATAMAYO, PROVINCE LOJA", it was done with the purpose of being able to contribute to the improvement of the socio-economic situation of the canton.

We used the deductive, inductive, descriptive, synthetic analytical method and the statistical method; and the technique of observation and survey applied to the inhabitants of Catamayo.

In carrying out the research development in the market study the following results were determined; Potential demand for the first year is 11,802 inhabitants who visit nightlife venues, the real demand for the first year is 573,588 people who come to bar; Effective demand is 539,173 inhabitants who will attend the Rosso Bar.

The technical study determined that the installed capacity will be 39,000 people who go to Bar, but for the first year 80% of installed capacity will be used for various reasons such as: the introduction of the product, labor, among others.

Also in the organizational study the different hierarchical levels, manuals of functions were determined, in order to guarantee an adequate and correct functioning.

In the financial study it was determined that it would need to invest in fixed assets \$ 88,960.00; In deferred assets \$ 1,750.00 and in current assets \$ 23,639.90 with a

total investment of \$ 114,349.90 in addition we obtained the service price for the first year will be \$ 9.06 and 25% of profit margin gives us the sale price To the public of \$ 11.33, giving us a total revenue of \$ 353,505.25. The profit and loss statement in the first year will result in net income of \$ 42,187.32. The break-even point originates in sales of \$ 152,969.54 in an installed capacity of 43.27% in the first year of production.

And in the financial evaluation the following results were obtained: in the Net Present Value (NPV) of 218,091.26, internal rate of return (IRR) is 47.49%, the capital recovery period will be 3 years 2 months And 12 days, the benefit - cost ratio will be \$ 1.25 cents and the Sensitivity Analysis will be sensitive with a 12.24% increase in costs and a decrease of 6.82% in revenues.

c. INTRODUCCIÓN

Las personas que poseen un espíritu empresarial perciben las oportunidades que les ofrece el medio, pero para que se pueda llevar a cabo una idea institucional se debe realizar un estudio previo que permita determinar la factibilidad de crear la empresa y evitar fracasos en los negocios que es una realidad en nuestro medio.

La economía en el Ecuador en la actualidad se encuentra atravesando por una crisis, lo cual está conllevando a que las personas busquen fuentes de ingresos que les permitan subsistir sus necesidades, lo que origina la creación de pequeñas, medianas empresas que se han convertido en una fuente principal de ingresos económicos para el país.

En la ciudad de Catamayo se puede evidenciar que se carece de sitios donde las personas acudan a divertirse; y, que cuenten con todos los requerimientos, necesidades de diversión, ya que el servicio es de mala calidad, y la atención no es de su agrado; ya que los seres humanos por naturaleza tienen a relacionarse entre sí, es decir que están acostumbrados a vivir en una sociedad a crear grupos de amigos con los cuales realizan diferentes actividades para distraerse y divertirse en su tiempo libre.

Por ello el presente trabajo está enfocado a investigar la factibilidad de implementar la franquicia de ROSSO BAR en la ciudad de Catamayo, para proveer un sitio de diversión para las personas del sector y lugares aledaños, el mismo que posea un ambiente acogedor y confortable. Con el desarrollo de la investigación se

contribuirá a crear fuentes de trabajo que ayuden al desarrollo económico del Cantón Catamayo.

La presente tesis está estructurado de la siguiente manera: **TITULO** donde consta el nombre de la investigación. Se inicia con el **RESUMEN** donde se encuentra resumido el trabajo en términos precisos y concretos; la **INTRODUCCIÓN** donde determina el motivo de la investigación y en la **REVISIÓN DE LITERATURA**, se fundamenta la investigación de manera teórica que contiene la recopilación bibliográfica, que nos permite comprender los elementos y conceptos más relevantes; los **MATERIALES Y MÉTODOS**, donde se describen la metodología y técnicas, utilizados para la investigación, luego se encuentran los **RESULTADOS**, que permitieron obtener información para desarrollar las etapas de estudio de factibilidad. La **DISCUSIÓN** se constituye en el estudio de mercado donde se determinó la oferta y la demanda; el estudio técnico se estableció a la capacidad instalada, la capacidad utilizada, tamaño y localización adecuada para la empresa; El estudio Organizacional, en el que se describe la base legal de la constitución de la empresa. En el estudio financiero se determinan los activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo, estados financieros y la evaluación financiera aplicando los indicadores de evaluación: VAN, TIR, RBC, PRC y Análisis de Sensibilidad que permitieron conocer la factibilidad del proyecto y el logro de los objetivo.

Finalmente se describen las **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES** a fin de que sean considerados para la adecuada y oportuna toma de decisiones; además se encuentran la **BIBLIOGRAFÍA** que es un listado de los libros publicaciones e internet utilizado en la revisión de la literatura, y en **ANEXOS** se encuentran los formatos de las encuestas utilizadas para el estudio de mercado.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

BAR

“La definición abreviada de bar que encontramos en cualquier enciclopedia es: Establecimiento para el servicio de bebidas desde barra o mostrador” (García & Gil, 2004).

El bar se lo puede definir como un sitio de encuentro donde las personas de diversas clases sociales interactúan puntos de vista, frecuentan asuntos de negocios, temas culturales o simplemente pasan un momento relajado, se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas acompañadas de algún bocadillo. (Morales, 2012)

CLASIFICACIÓN DEL BAR

Según la Federación Española de Hostelería los bares se clasifican en:

- **Bares restaurantes.-** Donde disponen de menú o carta de su oferta comercial.
- **Bares cervecerías.-** No disponen de menú o carta dentro de su oferta comercial. En este establecimiento el consumo de cerveza y asimilables es superior al de cafés. (García, 2016)

Avendaño (2013) manifiesta que existen algunas clases de bares entre ellos tenemos:

- **Bar Familiar.-** Es el más sencillo, se encuentra en hogares en un espacio pequeño, el stock de bebidas es mínimo

- **Bar Profesional.-** Es un poco más complejo, se atiende los requerimientos del público con instalaciones apropiadas, existe un amplio stock de bebidas, cristalería y utensilios para un buen servicio.

SITIOS DE ENTRETENIMIENTO

Entretenimiento

Por entretenimiento Castillo define que es “El conjunto de acciones que permite a los seres humanos emplear su tiempo libre para divertirse, evadiendo temporalmente sus preocupaciones” (Castillo, 2013, pág. 11).

El termino entretenimiento hace referencia a la forma de romper lo cotidiano; es decir aquellas actividades que realizan las personas para alejarse de las preocupaciones, pasar un tiempo alegre, de tranquilidad compartir y relacionarse con el entorno.

El entretenimiento está ligado con el ocio, donde se pueden determinar dos tipos clases; el primero relacionado con la nocturnidad y, el segundo, encaminado hacia el espectáculo, el primer caso, ligado a actividades relacionadas con bares y discotecas; en el segundo, destinado a las actividades culturales donde las personas son protagonista de su experiencia, por tal razón es llamado también ocio experimental. (Cuellar & Henao, 2015, pág. 56)

El Entretenimiento puede clasificarse de diversas maneras dependiendo del grupo de edad, interés del entretenimiento, los mimos que pueden ser de tipo infantil, adulto, en vivo, en público, corporativo.

El entretenimiento se ha convertido en un sector próspero dentro del ámbito económico en muchos países del mundo, la misma que está conformada por los medios masivos de comunicación, el cine, la música, videojuegos y el deporte, captan especial interés por la mayoría del público debido al auge de las nuevas tecnologías y el uso de la Internet junto con las redes sociales. (Cuellar & Henao, 2015)

Sitios de entretenimiento

Se constituyen en aquellos establecimientos que están a disposición del público en general, donde se brinda servicios concernientes a consumo de bebidas alcohólicas, música, baile, y diversas presentaciones artísticas en vivo; es decir es un sitio de encuentro, reunión donde se presentan características peculiares.

Los sitios de entretenimiento más destacados son los siguientes (Fuentes, 2009):

- **Discoteca.-** Es un centro nocturno donde las personas tiene la opción de bailar al ritmo de la música.
- **Bar.-** Se constituye en aquel sitio donde acude el público a consumir bebidas alcohólicas acompañadas con música.

- **Luch Bar.**-se los considera a los sitios donde además del expendio de bebidas alcohólicas preparan comida rápida pre-elaborados.
- **Pub.**- Se constituye en un sitio nocturno alternativo.(pág.20)

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTOS

Se podría decir que un proyecto es la organización, en el tiempo y en el espacio, de los recursos disponibles para alcanzar, mediante la acción organizada de los individuos y la comunidad, metas potenciales y deseables de bienestar. (López, 2004)

“Es la decisión de hacer uso de los recursos insuficientes, con la finalidad de incrementar, mejorar o conservar la producción de bienes o servicios, surge como una necesidad o una oportunidad para aprovecharla” (Van, 2012).

IMPORTANCIA

“Los proyectos son relevantes ya que tienen que ver con el contenido del proceso de planeación, colaboración de los sectores interesados en esta identificación y formulación, con los instrumentos, la organización, gestión del proceso y evaluación” (Álvarez, 2004)

Con la elaboración del proyecto se puede determinar con más precisión cuanto se requiere para realizar la inversión, en que lapso de tiempo se va a

recuperar la inversión, así como determinar si se va lograr obtener utilidad, en un periodo determinado y, las fuentes de financiamiento.

TIPOS DE PROYECTOS

En general se acepta la existencia de dos tipos de proyectos (Ramírez, 2004):

1. **Proyectos de inversión parciales.-** emprendidos por empresas en marcha.
2. **Proyectos integrales.-** entendidos como el montaje de una nueva empresa o la adquisición del mayor porcentaje de propiedad de una firma en competencia, movimientos estos realizados por compañías entendidas como personas jurídicas o por personas naturales.

Baca (2012); determina dos tipos de proyectos:

1. **Proyecto de inversión privado.-** Es ejecutado por un empresario particular para indemnizar sus objetivos. Los beneficios que espera del proyecto, son las consecuencias del valor de la venta de los productos que generará el proyecto.
2. **Proyecto de inversión pública o social.-** Busca cumplir con objetivos sociales por medio de metas gubernamentales u opciones, empleadas por programas de apoyo. Los requisitos evolutivos estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

PROYECTOS DE INVERSIÓN

“Se puede decir que un proyecto de inversión es una proposición que se origina como consecuencia de estudios que la sustentan, que está conformada por un conjunto determinado de actividades con el fin de lograr ciertos objetivos” (Fernández, 2007).

Coss (2014) determina al proyecto de inversión como una propuesta de acción técnico económica, para solucionar una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles: recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

CICLO DE LOS PROYECTOS

El ciclo de vida de un proyecto de inversión da inicio dependiendo del sector al que pertenece. Si el proyecto pertenece al sector privado, el mismo se inicia cuando se observa una necesidad que debe aprovechar como una oportunidad de inversión. En el caso del sector público, el ciclo da inicio cuando se manifiesta la existencia de una dificultad al que debe buscársele solución.

Espinoza (2010) señalan las siguientes fases para los proyectos:

1. Pre inversión
2. Ejecución del proyecto
3. Operación
4. Evaluación de resultados. (pág.19)

Pre-inversión.- Se lleva a cabo la formulación, evaluación del proyecto, para establecer la posibilidad real para dar solución a un inconveniente específico; cumpliendo con algunas etapas:

- **Identificación.-** Establece cual es el origen general del problema, así como los efectos
- **Estudios de factibilidad a nivel de perfil.-** Evalúan con el objetivo de establecer cuál es la factibilidad técnica y financiera
- **Estudios pre factibilidad.-** Son aquellos que permiten obtener información de los estudios de mercado, técnico y financiero
- **Estudios de factibilidad.-** Es el estudio más profundo de las etapas del proyecto sobre la factibilidad técnica y financiera.

Inversión.- Es un espacio en el cual se lleva a cabo las acciones necesarias para efectuar el proyecto.

Operación.- En esta fase el proyecto entra en proceso de producción, en el cual se genera ingresos por la venta del bien o servicio resultados de las operaciones económicas, los mismos que deben resguardar favorablemente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir.

Evaluación de resultados.- Es necesario realizar una valoración después de un tiempo razonable a las operaciones que efectúa la entidad; con la finalidad de verificar si se obtiene resultado favorable o se deben aplicar acciones correctivas.

ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD

EL proyecto de factibilidad tiene los siguientes estudios:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Organizacional
- Estudio Financiero
- Evaluación Financiera

ESTUDIO DE MERCADO

“En el estudio de mercado se describe los productos o servicios que generará el proyecto, a qué sector va dirigido, dónde se ubica geográficamente este, cuál es la oferta y la demanda existente de productos y de materias primas” (Fernández, 2007).

Zamora (2009) define al estudio de mercado como un paso inicial, que permite identificar el tamaño indicado para instalar el negocio, con previsiones para futuras aplicaciones dadas en el crecimiento del negocio.

A través de este estudio se puede determinar:

- Cantidad de consumidores posibles
- Características de los productos o servicios
- Estructura competitiva del mercado
- Características de los clientes o usuarios
- Espacio definido para el negocio
- Tiempo de permanencia en el mercado
- Precios del producto o servicio que ofrece

DEMANDA

“En economía, al hablar de demanda, hace referencia aquella que se encuentra respaldada por una capacidad de compra suficiente para pagar el precio que se cobra por la cantidad demandada” (Rosales, 2002).

Es la cuantificación de la necesidad real o psíquica de una localidad de compradores, con poder alcanzable apto para obtener un determinado producto que satisfaga eficientemente las necesidades de un mercado determinado.

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibidos. Dentro de esta definición existen tres dimensiones que ayudan a acotar o delimitar el concepto de demanda: producto, mercado y tiempo. (Casado, 2000)

- **Demanda Potencial.**- Es la demanda futura la cual no es real en el real en el presente.
- **Demanda Efectiva.**- Es la demanda real, es decir el número de personas que adquirirán el producto o servicio.
- **Demanda Satisfecha.**- Demanda en el cual las personas accedan al producto o servicio.
- **Demanda Insatisfecha.**- Es la demanda en el cual las personas no logran acceder al producto o servicio.

OFERTA

“Se constituyen en las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables” (Rosales, 2002)

Es la cantidad de bienes ofrecidos por los proveedores y vendedores en el mercado actual.

USO PER CÁPITA

El término per cápita proviene del idioma latín, que significa en otras palabras ‘por cada cabeza’. Esta palabra es empleada frecuentemente en el ámbito de las estadísticas, ya sean estas de tipo social, económicas o cualquier otro tipo, además es común usarlo para hacer referencia a diferentes tipos de divisiones o distribuciones entre grupos de personas. (Economía. 2012)

MARKETING

El marketing es el proceso para formular e implementar actividades que se caracterizan por la contribución con una cantidad económica específica que se destina a actividades no lucrativas en pro de las causas sociales del consumo, pero que atrae ingresos provenientes de este intercambio. (Pérez L. , 2009, pág. 60)

Es un aspecto relevante para alcanzar los objetivos de la organización, el mismo reside en identificar las necesidades, deseos del mercado para adaptarlas y

así ofrecer un producto eficiente que satisfaga las necesidades de los clientes.
(Kriesberg, 2000, pág. 3)

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

Los procesos de comercialización se utilizan para determinar cómo está asociada cada actividad con otras y que acción, puede afectar a las actividades anteriores o posteriores (Kriesberg, 2000)

- **Producto.-** Bienes producidas que resultan de un trabajo realizado en una materia prima y que son ofrecidos al consumidor.
- **Precio.-** Es un valor económico, determinado para el producto o servicio que se va a ofrecer; comparando el número de unidades a producir, con el margen de utilidad.
- **Plaza.-** Lugar donde se va a promocionar el producto o servicio
- **Promoción.-** Es una técnica comercial, con el fin de dar a conocer el producto o servicio a ofrecer. (Baca, 2014)

ESTUDIO TÉCNICO

“Con el estudio técnico se pretende demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que también debe exponer, justificar cuál es el dilema que mejor concuerda con los criterios de optimización que corresponde aplicar en el plan”
(Ilpes, 2006)

Por su naturaleza se constituye en una parte esencial para determinar la función relacionada con la producción óptima para la utilización eficiente, eficaz de los recursos disponibles para la elaboración del bien o servicio, para ello se examinará los dilemas en que pueden combinarse los factores fructíferos, identificando, a través del parámetro, proyección del tiempo de los valores de inversiones de capital, costos, ingresos de operación asociados a cada una de las opciones de producción. (Ettinger, 2010)

Por medio del estudio técnico se puede:

- Comprobar la posibilidad técnica de fabricación del producto.
- Analizar y establecer el tamaño óptimo, la localización, instalaciones y la organización requerida para la nueva empresa,
- El personal necesario para llevar a cabo el proyecto.

Para este estudio se debe tomar en cuenta:

- **Tamaño.-** Es la incidencia sobre el nivel de las inversiones y los costos que se calculan para realizar el producto o prestar el servicio.
 - **Capacidad Teórica.-** Capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo para producir el bien
 - **Capacidad Instalada.-** Es la determinación del rendimiento de la producción de la maquinaria para alcanzar el componente teórico en un período determinado.
 - **Capacidad utilizada.-** Hace referencia al rendimiento o nivel de producción con que se hace trabajar la maquinaria.

- **Localización del proyecto.-** Es el domicilio donde se va a ubicar la nueva empresa, considerando algunos puntos:
- Existencias de vías de comunicación.
 - Existencia de infraestructura urbana
 - Disposiciones municipales
 - Mano de obra disponible
 - Existencia de mercados insatisfechos.
 - **Macro localización.-** Es la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local.
 - **Micro localización.-** Es la representación gráfica donde se indica el lugar donde se va instalar la empresa.
- **Ingeniería del Proyecto.-** Consiste en determinar la maquinaria y equipo acordes a las necesidades de la futura empresa.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En la estructura de un establecimiento es necesario la automatización de los recursos por medio de la organización jerárquica, disposición y coordinación de actividades con el fin de poder viabilizar los beneficios del grupo social. (Miño, 2013)

Para realizar este estudio se debe considerar:

- **Organización Administrativa.-** Son los objetivos y las metas de la planeación administrativa, para determinar las actividades que ayuden a cumplir con la misma.

- **Organización Jurídica.-** Es la forma como se va a constituir la empresa de acuerdo a ley: sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad en nombre colectivo.
- **Organigramas.-** Son representaciones gráficas donde se demuestre las funciones, niveles jerárquicos de la nueva empresa
 - **Organigrama Estructural.-** Representa la estructura jerárquica de los niveles de la empresa
 - **Organigrama Funcional.-** “Reflejan las funciones o contenidos que tienen asignados los distintos órganos” (Silva, Santos, Rodríguez, & Hernando, 2009, pág. 10).
 - **Organigrama Posicional.-** “Hace referencia a las carencias con respecto al número de plazas y puestos precisos para la unidad en cuestión” (Pavia, 2012, pág. 35).

Manual de funciones

“Los manuales definen las funciones, responsabilidades y decisiones asignadas a las diversas áreas de la empresa, también formulan las políticas para la toma de decisiones” (Pérez & Carballo, 2008, pág. 26).

Son documentos que especifican la forma sensata de llevar cabo las actividades laborales, con la finalidad de garantizar un eficiente trabajo y organización empresarial; en virtud de ello se constituye en una herramienta en el cual se sintetizan funciones, objetivo del puesto de trabajo, habilidades, perfiles necesarios para tener claro lo que debe realizar los empleados de la empresa. (Amaya, 2009, pág. 29)

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Asimismo, se deberá evaluar la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación. (Ilpes, 2006, pág. 121)

“En este estudio se empieza a jugar con los números, los egresos e ingresos que se proyectan, en un período dado, arrojando un resultado sobre el cual el inversionista fundamentará su decisión” (Baca, 2014).

El objetivo principal de este estudio es determinar la rentabilidad económica y la viabilidad financiera del proyecto; está conformado por los elementos:

- Materiales directos
- Mano de obra directa
- Costos generales de fabricación

1. Inversiones

Las inversiones de un proyecto se centran en aquellas actividades relacionadas con el inicio de las operaciones, aunque es importante considerara también las que deben realizarse durante la operación del proyecto, tano las necesidades de reemplazar activos como para enfrentar la ampliación de proyecto. (Sapag, 2007, pág. 142)

Las inversiones que se realizan por lo general se clasifican en tres tipos que son:

1. Activos fijos

Es el conjunto de bienes tangibles que se utilicen los contribuyentes para realizar las actividades empresariales, los cuales sufren desgaste físico o demérito por tiempo y por el uso en el servicio prestado.

2. Activos diferidos

Conjuntos de cuentas simbolizadas en valor de los gastos pagados por anticipados en que incurren el ente económico en desarrollo de la actividad, que representan bienes o servicios recibidos de los cuales se espera obtener una rentabilidad económica en futuros periodos. (Fierro, 2011, pág. 166)

3. Capital de trabajo

Se constituyen en aquel patrimonio de una empresa que están a disposición en términos de dinero en efectivo por lo general incluyen: caja, bancos, cuentas por cobrar, calores en instituciones financieras inventarios de materias, de productos terminados.

2. Depreciación

Los activos fijos de una entidad están propensos a perder su valor por su propia naturaleza, este desgaste de valor tienen varias causas: la utilización de los activos no corriente en la producción, el paso del tiempo los convierte en antiguos. (Muñoz & Márquez, 2011, pág. 144)

3. Amortización

La amortización se efectúa elemento por elemento. Cuando se trate de elementos patrimoniales de naturaleza análoga o sometida a un similar grado de utilización, la amortización se podrá efectuarse sobre un conjunto de ellos, siempre que en todo momento pueda conocerse la parte de la amortización acumulada correspondiente a cada elemento patrimonial. (Omeñaca, 2010, pág. 26)

4. Financiamiento

Permite determinar las formas de participación previstas en el financiamiento total del proyecto, a continuación se indica:

1. Origen del financiamiento.- Indica las fuentes de financiamiento para el capital fijo y el capital de trabajo, catalogando según sea este capital propio o créditos de otras entidades.
2. Distribución en el tiempo.- Señala los plazos previstos para hacer efectivas cada parte del financiamiento.
3. Formación del capital propio.
4. Modalidades del crédito. (Gómez, 2012, pág. 154)

Financiamiento Interno

Por financiamiento se entiende aquel recurso monetario que surge de las actividades empresariales, en el cual puede incluir fuentes tales como: utilidades retenidas, salarios devengados.

Financiamiento Externo

Hace referencia el financiamiento externo cuando las entidades a tiene que optar por fondos de prestamistas o inversionistas externos, para poder financiar la inversión del proyecto.

5. Presupuesto

Con el presupuesto de ingresos y gastos permitirá aprovisionar el futuro de una empresa en términos económicos-financieros; con la preparación de un presupuesto se podrá ayudar a calcular los ingresos y egresos futuros para obtener el resultado deseado en función de a las metas institucionales. (Muñiz, 2011, pág. 17)

Costos

Los costos están asociados con todo tipo de organización: comercial, pública, de servicios, mayorista e industrial. Así, pues, se consideran los costos característicos de una variedad de organizaciones: manufacturera, comercial y de servicios (Cueva, 2001, pág. 14)

Los costos son la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso futuro. Por medio de ello se establecen costo de los productos, se controla los diferentes costos que interviene en un proceso productivo. (Rojas, 2007) Estos pueden ser:

- **Costos Fijos.-** Son aquellos rubros que son permanentes independientemente del nivel de producción
- **Costos Variables.-** Se constituyen en aquellos que se modifican de acuerdo al nivel de producción

Punto de Equilibrio

“Se define como el punto en el que el margen de contribución total es igual al costo fijo total de producir un producto o servicio. En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales y las utilidades son cero” (Finnerty, 2009, pág. 387).

El punto de equilibrio hace referencia que la cantidad de producción vendida representada en ingresos sea igual al total de los costos; es decir la utilidad operativa es cero. Muestra el nivel de producción que se debe alcanzar a comercializar para evitar una pérdida (Charles, 2007)

Flujo de caja

El flujo de Caja recibe diversos nombres; Flujos de efectivo, “Cash Flow”, presupuesto de caja, en fin de ayudar a la planeación, control del efectivo, es una herramienta significativo para dirección, pues ayuda a considerar las necesidades de efectivo de la empresa en diversas épocas del año (Duarte & Fernández, 2007)

“El flujo de caja se calcula acrecentando a la utilidad neta aquellos gastos que no generan desembolsos de tesorería, tales como las depreciaciones y las provisiones” (Amat, 2002)

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera sirve directamente como un eslabón entre la elección de proyectos y las decisiones presupuestales del sector tanto públicos como privados. La metodología que se utilizara para realizar la evaluación de los proyectos, consiste en implantar a base a los flujos de caja económico-financiera, los beneficios que reciben cada uno de los actores y los costos que incurrir en los mismos con la finalidad de obtener un beneficio neto del proyecto (Arias, 2012)

1) Valor Actual Neto (VAN)

“Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo” (Jiménez, 2007, pág. 81).

El VAN es una de las metodologías más utilizadas para la valoración de proyectos, es el valor de los flujos de fondos en futuro que genera la inversión de un proyecto, descontados a una tasa de interés (costo de capital o de oportunidad) para ser expuestos al mismo tiempo que se produce en la inversión. (Van, 2012, pág. 337)

2) Tasa de retorno (TIR)

“La tasa de retorno se manipula para determinar la rentabilidad de una inversión propuesta. Para que una inversión propuesta se considere rentable a los ojos de los inversionistas, estos deben esperar recibir más dinero que el invertido” (Morales, 2006, pág.45)

La tasa de retorno Interno de un proyecto es una tasa de descuento que ocasiona que el VPN sea igual a Cero. El criterio de aceptación/rechazo para la tasa interna de retorno se basa en un balance de la TIR con el costo de capital del proyecto, dichos criterios se detallan a continuación:

- Si la tasa interna de retorno es mayor que los costos de capital (la tasa de retorno interno requerida) de la propuesta, significa aceptación.
- Si la $TIR < k$, el proyecto propuesto se debe rechazar.
- Si la $TIR = k$, seria indiferente sobre llevarlo o no cabo el proyecto (Keat, 2014, pág. 514)

3) Relación Beneficios Costo

Es un criterio utilizado en la evaluación de proyectos de inversión es la correlación beneficio para costos B/C; es decir en el cual se divide los ingresos para los costos, con la fin de determinar cuáles serán los beneficios logrados por cada dólar invertido en el proyecto. (Castañer, 2014, pág. 13)

El criterio de aceptación o rechazo de la relación beneficios costos son los siguientes:

- ✓ Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto
- ✓ Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente
- ✓ Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

La fórmula que se utiliza para el cálculo del presente indicador es la siguiente:

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

4) Periodo de Recuperación de capital

El periodo de recuperación de capital tiene como objetivo primordial el establecer el lapso de tiempo que se recuperara la inversión del proyecto.

“Se define como la prescripción de tiempo en el cual los flujos de caja disminuidos permiten la recuperación del desembolso realizado” (Escribano, 2011, pág. 278)

Su fórmula es:

$$\text{PRC} = \frac{\text{Año anterior a cubrir la inversión}}{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}} + \frac{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}{\text{Inversión}}$$

5) Análisis de sensibilidad

“El análisis de sensibilidad consiste especialmente en la indagación del efecto que tiene sobre la solución óptima, el hecho de hacer cambios en los valores de los parámetros del modelo” (Gomollón, 2009, pág. 56)

Se denomina Análisis de Sensibilidad (AS) la forma por medio del cual se puede determinar cuánto afecta (que tan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto. El proyecto tiene una gran cantidad de variables, como son los costos totales, divididos como se muestran en un estado de resultados, ingresos, volumen de producción, cantidad de financiamiento entre otros. El Análisis de Sensibilidad no está encaminado a modificar cada una de estas variables para observar su efecto sobre la TIR. (Pasaca, 2014)

- El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:
- Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible
- Si el coeficiente de sensibilidad es menor a uno el proyecto es sensible
- Si el coeficiente de sensibilidad es igual el proyecto o sube ningún efecto

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales utilizados para el desarrollo del presente trabajo investigativo fueron los siguientes:

MATERIALES

- Material Bibliográfico
- Computadora
- Suministros y materiales de oficina

MÉTODO

Para desarrollar el presente proyecto de investigación, se utilizaron algunos métodos como:

MÉTODO DEDUCTIVO

“Es un método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares, El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (Bernal, 2009, pág. 56)

A través de este método se pudo realizar una revisión teórica de forma general para sustentar la propuesta de la franquicia ROSSO BAR y su implementación; y con ello desarrollar de la mejor manera cada uno de los estudios.

MÉTODO INDUCTIVO

Es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares; es un método muy usual donde se obtiene por cuatro fases; la observación de los hechos, la clasificación y el estudio de los hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización y la contrastación.

Por medio de este método se reconoció los problemas específicos, recopilando información para analizar información recurrente al ROSSO BAR; y se pudo conocer las particularidades de los servicios que va a prestar el bar.

MÉTODO DESCRIPTIVO

Define, clasifica, cataloga o caracteriza el objeto de estudio. Cuando tiene la finalidad de conseguir descripciones generales diremos que es de tipo nomotético, y cuando la finalidad es la descripción de objetos específicos diremos que es ideográfica.

El presente método permitió describir cada una de las etapas que forman parte del proyecto de factibilidad, así como detallar las características del servicio que ofrecerá la Franquicia ROSSO BAR en el cantón Catamayo.

MÉTODO SINTÉTICO

Este método reconstruye el todo en sus aspectos y relaciones esenciales permite una mayor comprensión de los elementos constituyentes. Cuando se dice

que va de lo abstracto a lo concreto significa que los elementos aislados se reúnen y se obtiene un todo concreto real.

Este método sirvió para recopilar información que se obtuvo en cada una de los estudios realizados que forman parte del proyecto, con la finalidad de poder determinar la factibilidad del negocio.

MÉTODO ANALÍTICO

Este método consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar la causa, naturaleza y efectos.

Con el método analítico permitió efectuar un análisis de cada una de las etapas que se desarrollan en el proyecto de inversión como son: estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero y evaluación financiera.

MÉTODO ESTADÍSTICO

Es un proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto.

El presente método se lo utilizo para organizar y sistematizar la información obtenida de la encuesta aplicada a la oferta, demanda mediante cuadros y gráficos para luego ser analizada e interpretada.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN

Con esta técnica se pudo observar de una manera general, las circunstancias, las necesidades para realizar un análisis.

ENCUESTA

Es una técnica aplicada bajo un cuestionario de preguntas realizadas a un grupo determinando de ofertantes y demandantes. El cual fue aplicado a una muestra de la población de Catamayo, y a la competencia existente del proyecto de investigación

POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Para determinar la población del cantón Catamayo, fue necesario recurrir a los resultados del Censo Poblacional de la ciudad de Loja realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2010. Población que asciende a un total que se demuestran en la siguiente tabla:

Cuadro Nº 1: Población de Catamayo

Población de Catamayo 2010	Tasa de Crecimiento
30.638	1.40

Elaborado por: El Autor
Fuente: INEC 2010

Para incrementar el margen de seguridad del proyecto de la población total se tomó a la población comprendido entre el rango de edad de 20 a 49 años quienes se convierten en los clientes potenciales, mismas que están dentro o que son parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Esta es demostrada en la siguiente tabla.

Cuadro Nº 2: Población de estudio de Catamayo

Población Total de Catamayo año 2010	de Porcentaje participación de edad entre 20 a 49 años	de Población de Estudio
30.638	37.7	11.550.53

Elaborado por: El Autor
Fuente: INEC 2010

Los datos presentados son del año 2010, para la cual se hace necesario realizar la proyección.

Fórmula para la proyección de la población

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

Dónde:

Pf = Población Final

Po= Población Inicial

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Número de años

$$p = Po(1 + i)n$$

$$P = 11.550,53(1 + 1.40\%)^1$$

$$P = 11.550,53 (1 + 0,014)^1$$

$$P = 11.712,23$$

Cuadro Nº 3: Población Económicamente Activa

AÑO	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA
2010	11.550,53
2011	11.712,23
2012	11.876,21
2013	12.042,47
2014	12.211,07
2015	12.382,02
2016	12.555,37

Elaborado por: El Autor

Fuente: INEC 2010

Datos para el cálculo de la muestra

Cuadro Nº 4: Calculo de muestra

Población de Catamayo	habitantes
Tasa de crecimiento anual en el cantón Catamayo.	1,40%
Tasa margen de error	5%
Años de vida útil	10 años
Año base	2016

Elaborado por: El Autor

Fuente: INEC 2010

Fórmula para obtener la muestra

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

Dónde:

M= Muestra

N= Número de población

1= Constante

e (2)= margen de error:

Aplicando la fórmula

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

$$M = \frac{12.555,37}{1 + 12.555,37(5\%)^2}$$

$$M = \frac{12.555,37}{1 + 12.555,37(0,0025)}$$

$$M = \frac{12.555,37}{32.3884225}$$

$$M = 388$$

Aplicando la formula correspondiente y con la proyección para el año 2016 dieron como resultado de 388 encuestas.

f. RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS CLIENTES

1. ¿Usted Trabaja?

Cuadro N° 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	388	100%
NO	0	0%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 1



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De las encuestas aplicadas se encontró que el 100% de ellos, es decir los 388 trabajan. Podemos notar que la mayoría de los clientes encuestados trabajan normalmente y obtienen ingresos.

2. ¿Indique cuáles son sus ingresos promedio?

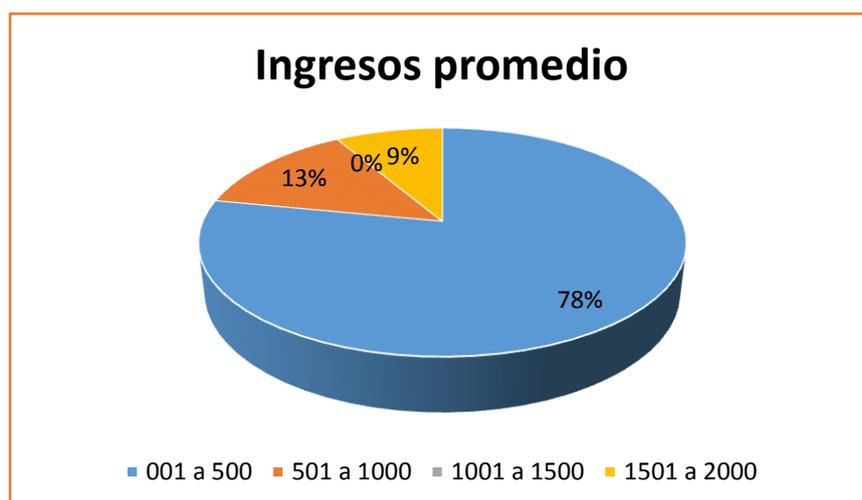
Cuadro N° 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
001 a 500	303	78%
501 a 1000	52	13%
1001 a 1500	0	0%
1501 a 2000	33	9%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 2



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De la totalidad de las personas encuestadas, se obtiene que el 78% obtiene ingresos promedios de 0001 a 500, mientras que el 13% de 501 a 1000 y por último el 9% en unos 1501 a 2000. Por lo tanto, se puede evidenciar que los ingresos promedios varían de 001 a 500 dólares.

3. ¿Usted acude a centros de diversión nocturna?

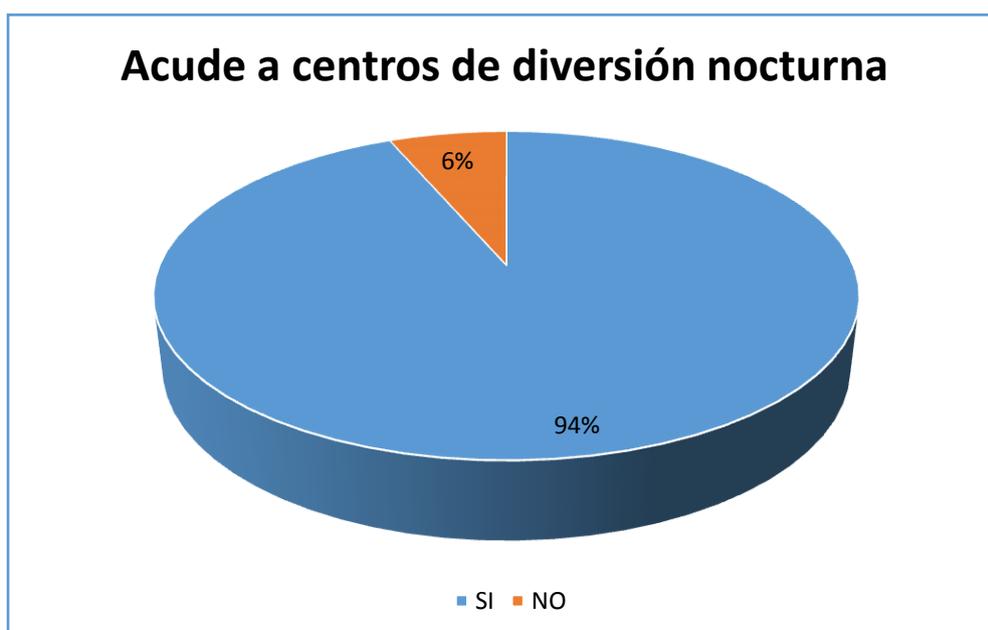
Cuadro N° 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	363	94%
NO	25	6%
TOTAL	388	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 3



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

Entre los encuestados, se obtiene que el 94 % dieron una respuesta positiva, mientras que un 6% manifiestan que no. Esto nos indica que la mayoría si acuden a centros de diversión nocturna.

4. ¿Si usted acude a centros de diversión ha visitado alguna vez un bar?

Cuadro N ° 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	327	90%
NO	36	10%
TOTAL	363	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 4



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De la totalidad de los encuestados, se manifestaron el 90% dando una respuesta positiva, mientras que el 10% dijeron que no. Siendo notorio que la gran mayoría visitan un bar.

5. ¿Cuántas veces al mes acostumbra a visitar un bar?

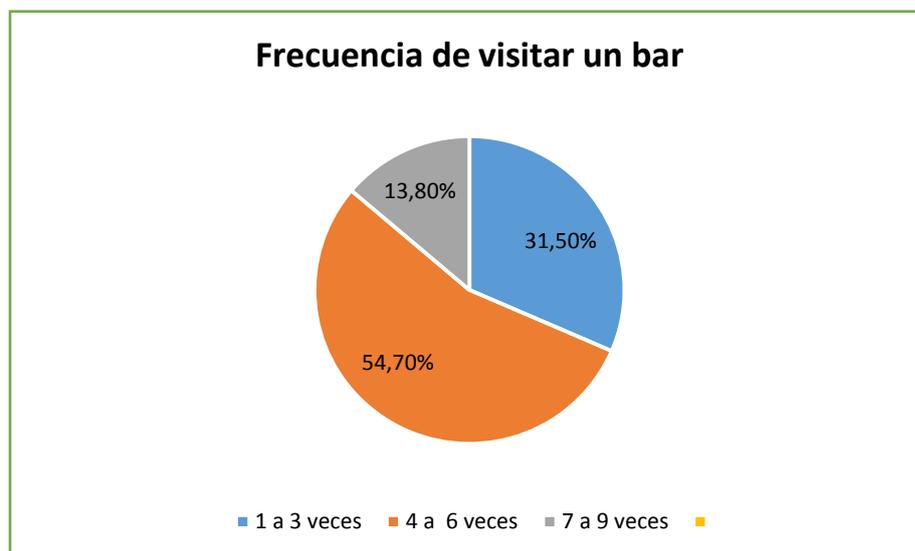
Cuadro N ° 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 veces	103	31,5%
4 a 6 veces	179	54,70%
7 a 9 veces	45	13,80%
TOTAL	327	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 5



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos el 54.70% acostumbra a visitar un bar de 4 a 6 veces al mes, el 31,50% frecuentas estos sitios entre 1 a 3 veces al mes y por último el 13.80% acude a los bares cada 7 a 9 veces al mes. Aquí se puede establecer que los clientes visitan un bar preferentemente de 4 a 6 veces al mes.

6. ¿Qué tipo de servicios les gustaría a usted que le brinden al momento de visitar un bar?

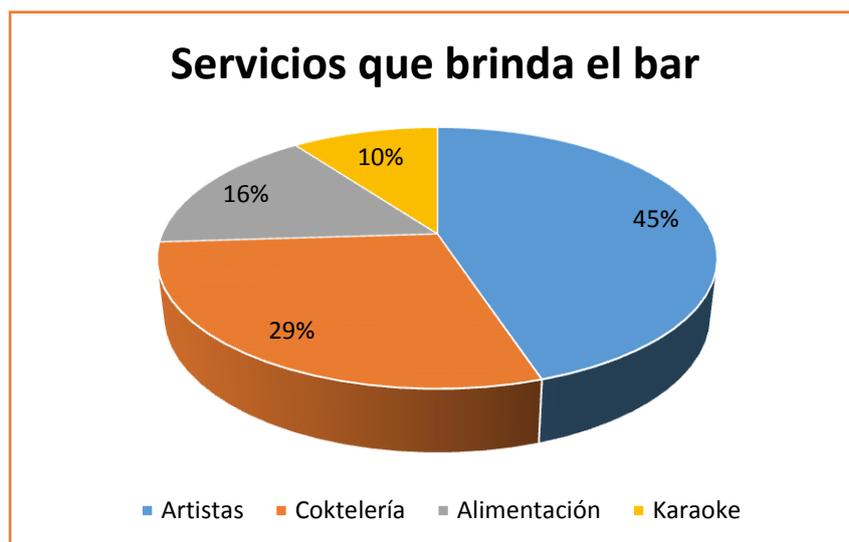
Cuadro N° 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Artistas	147	45%
Coktelería	95	29%
Alimentación	52	16%
Karaoke	33	10%
TOTAL	327	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 6



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

En esta interrogante un 45% consideran que sería mejor el servicio de Artistas al momento de visitar un bar, mientras que el 29% prefieren Coktelería, un 16% alimentación y por ultimo un 10% el servicio de Karaoke. Esto quiere decir que la mayoría optan por el servicio de Artistas.

7. ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza semanalmente al momento de visitar un Bar?

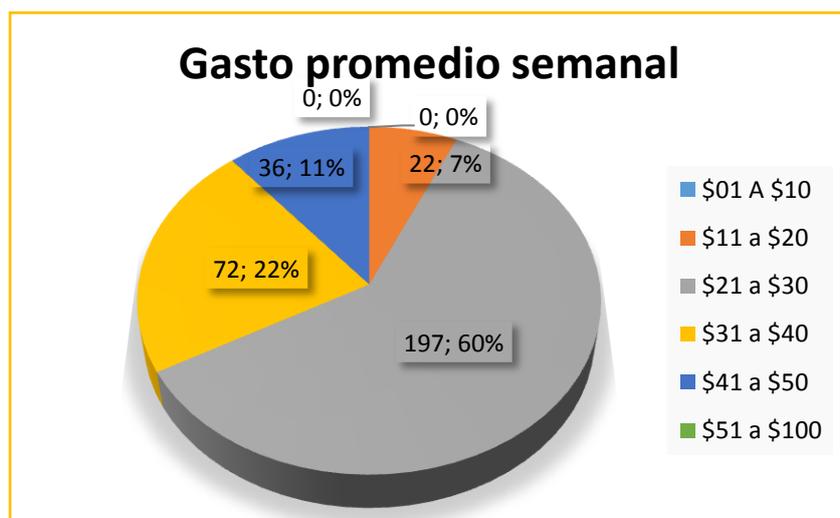
Cuadro Nº 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 01 a \$ 10	0	0%
\$11 a \$20	22	7%
\$21 a \$30	197	60%
\$31 a \$40	72	22%
\$41 a \$50	36	11%
\$ 51 a \$100	0	0%
TOTAL	327	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico Nº 7



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De acuerdo al aporte obtenido un 60% mencionan que el gasto promedio es de \$21 a \$30 dólares semanales, el 22% entre \$31 a \$40 dólares, el 11% en \$41 a \$50 dólares, el 7% de \$11 a \$20 .Demostrando significativamente que la mayoría tienen gastos promedios de \$21 a \$30 dólares al momento de visitar un bar.

8. ¿Cuándo Ud. Visita un Bar, preferentemente que factor toma en cuenta?

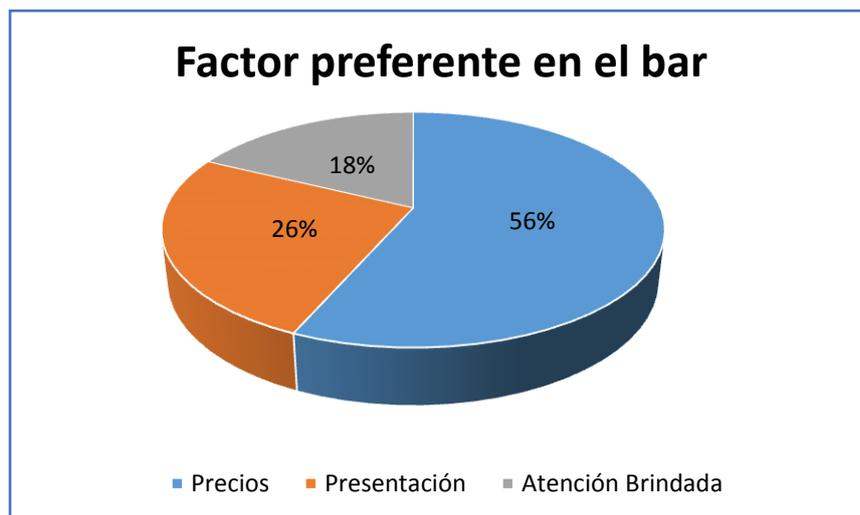
Cuadro N° 12

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precios	185	56%
Presentación	84	26%
Atención brindada	58	18%
TOTAL	327	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 8



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

En esta interrogante se estableció que el 56% toman en cuenta el factor de precios al momento de visitar un bar, mientras que el 26% consideran la presentación del local y el 18% la atención brindada. De esto se puede indicar que la mayoría de los clientes prefieren saber los precios al momento de visitar un bar.

9. ¿De abrirse una nueva Franquicia de ROSSO bar en la ciudad de Catamayo.

Usted visitaría este lugar?

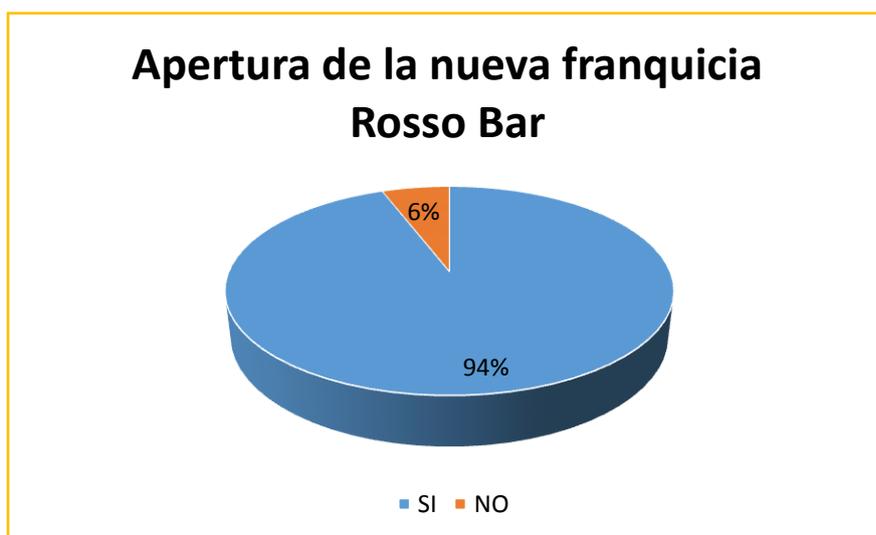
Cuadro N° 13

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	308	94%
NO	19	6%
TOTAL	327	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 9



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De la totalidad de los encuestados un 94% dan un respuesta positiva y el 6% dijo que no. Según los resultados obtenidos casi la totalidad manifestaron que si visitarían la nueva Franquicia de ROSSO bar en la ciudad de Catamayo en caso de abrirse.

10. ¿Cada que tiempo asistiría al bar?

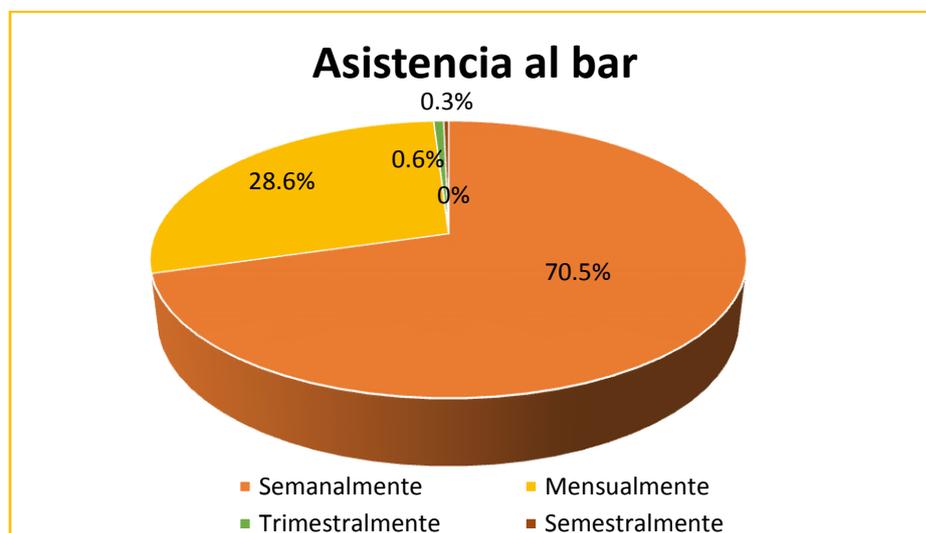
Cuadro N° 14

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Semanalmente	217	70.5%
Mensualmente	88	28.6 %
Trimestralmente	2	0.6%
Semestralmente	1	0.3 %
Anualmente	0	0%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 10



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De los clientes que sí visitarían la nueva Franquicia de ROSSO bar en Catamayo se obtuvo que el 70.5% lo visitarían semanalmente, el 28.6% lo harían mensualmente, el 0.6% trimestralmente y por último el 0.3% semestralmente. Por lo cual se determina que ROSSO bar en Catamayo sería frecuentado por la mayoría semanalmente.

11. ¿Por qué medios de comunicación existentes, le gustaría conocer de este nuevo Bar?

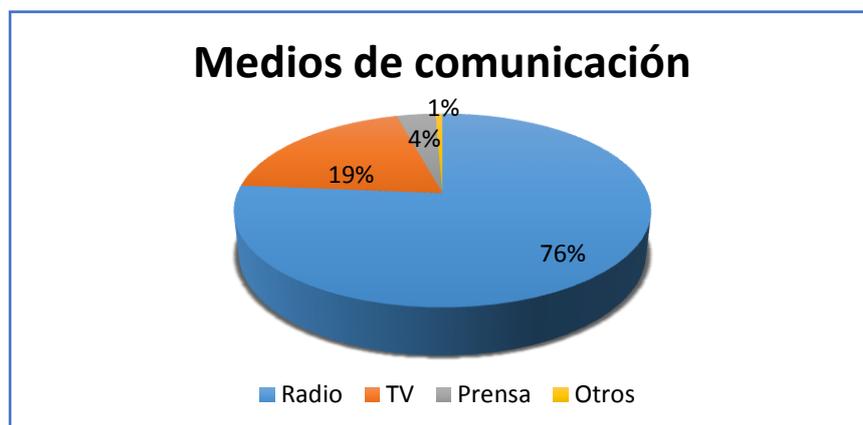
Cuadro N° 15

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	235	76%
TV	60	19%
Prensa	11	4%
Otros	2	1%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 11



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De las encuestas realizadas se obtiene que el 76% consideran que el medio de comunicación para conocer sobre este Bar sería la Radio, el 19% por TV, el 4% por la Prensa y por último el 1% por otros medios de comunicación. Por lo que se percibe que el medio de comunicación más factible para dar a conocer sería por Radio.

12. ¿Indique cuál es su radio de preferencia?

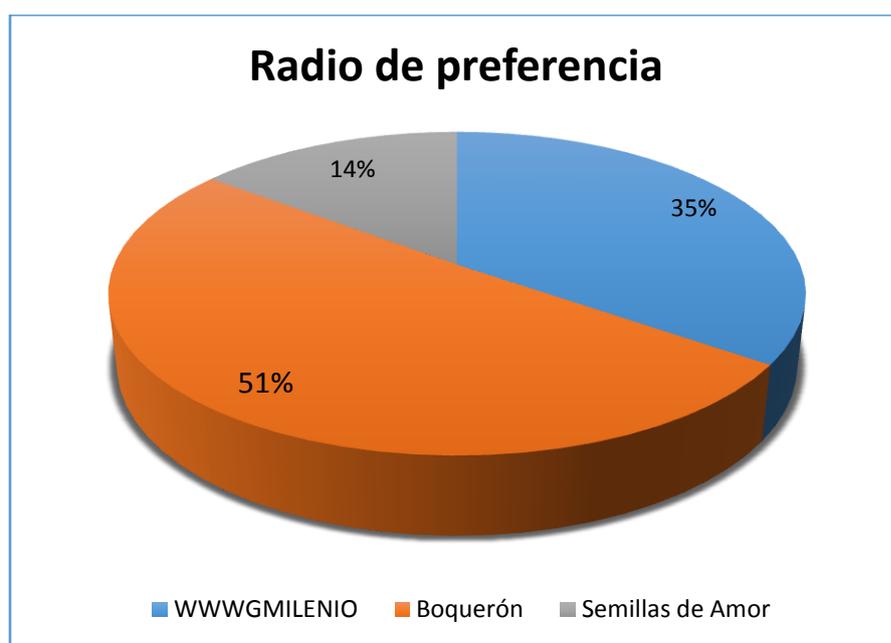
Cuadro N° 16

Variable	Frecuencia	Porcentaje
WWWGMILENIO	107	35%
Boquerón	156	51%
Semillas de Amor	45	14%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 12



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

El 51% mencionan que su radio de preferencia es la radio Boquerón, mientras que el 35% optan por WWWGMILENIO, y el otro 14% por Semillas de Amor. Tomando en cuenta los resultados obtenidos la radio que tiene más acogida es la Boquerón.

13. ¿Cuál es el horario preferido para escuchar la radio?

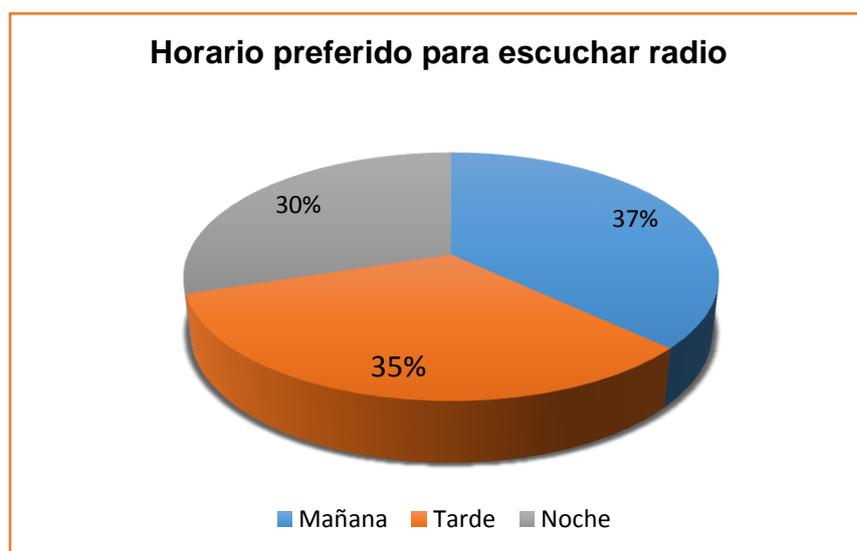
Cuadro N° 17

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	115	37%
Tarde	101	33%
Noche	92	30%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 13



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

En esta interrogante un 37% señalan que su horario preferido es en la mañana, el 35% las tardes y el 30% la noche. Esto quiere decir que el horario de mayor frecuencia es en las mañanas.

14. ¿Indique cuál es su canal de preferencia?

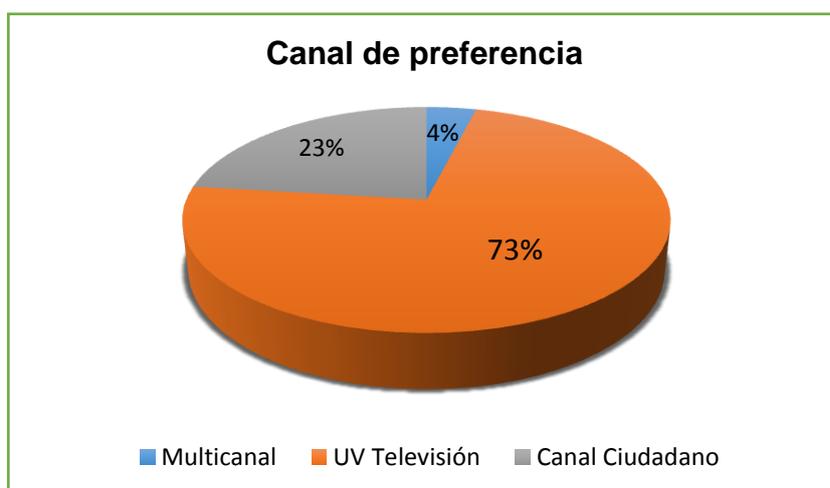
Cuadro N° 18

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Multicanal	12	4%
UV Televisión	225	73%
Canal Ciudadano	71	23%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 14



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

Según las encuestas realizadas a los clientes, para el 73% su canal de preferencia es UV televisión, mientras que 23% es Canal Ciudadano y el 4% optan por Multicanal. Siendo así demostrando significativamente que el canal UV Televisión es el más elegido.

15. ¿Cuál es su horario preferido para ver la TV?

Cuadro N° 19

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	15	4.9 %
Tarde	17	5.5 %
Noche	276	89.6%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 14



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De acuerdo al aporte obtenido se tiene que para el 89.6% el horario para ver Tv es la noche, el 5.5% en las tardes, y el 4.9% en las mañanas. La mayoría de los encuestados consideran que el horario favorito para ver TV es en la noche.

16. ¿Indique cuál es su prensa escrita de preferencia?

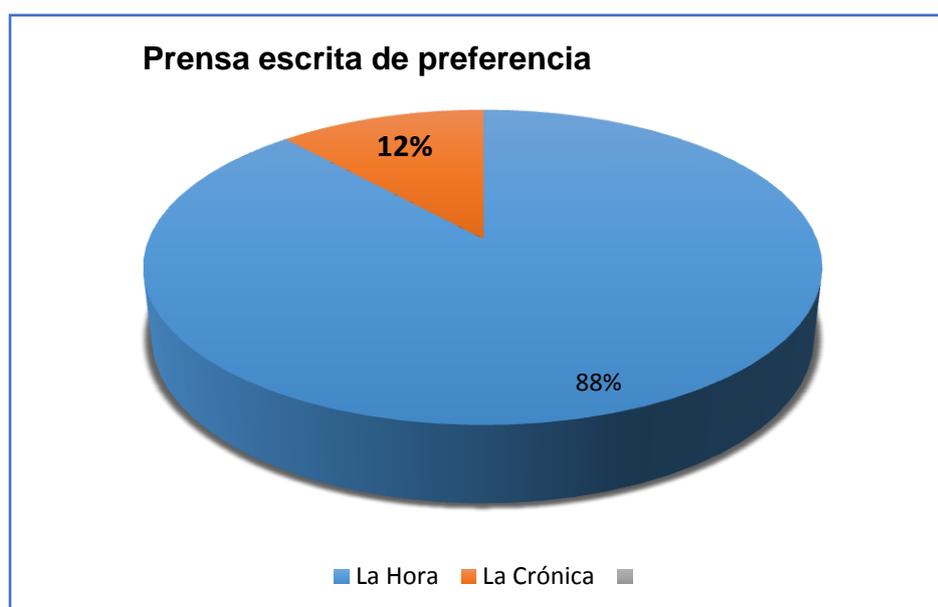
Cuadro N° 20

Variable	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	272	88%
La Crónica	36	12%
Total	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 16



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

Aquí se estableció que el 88% optan por La Hora y el 12% por La Crónica. Por lo tanto, el resultado demuestra que la prensa escrita de su preferencia es La Hora.

17. ¿Le gustaría que el nuevo Bar ofrezca promociones a sus clientes?

Cuadro N° 21

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	308	100%
No	0	0%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Gráfico N° 17



Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

De los resultados obtenidos se observa que el 100% de los clientes dan una respuesta afirmativa. Esto indica que sí les gustaría que el nuevo Bar ofrezca promociones.

18. ¿Qué tipo de promociones preferentemente le gustaría que le dé el nuevo Bar?

Cuadro N° 22

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	52	17%
Promociones 2x1	201	65%
Entrada Gratis	55	18%
TOTAL	308	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo



Gráfico N° 18

Elaborado por: El autor

Fuente: La población del cantón Catamayo

Interpretación.

Se puede observar que el 65% les gustaría que el nuevo Bar ofrezca promociones 2x1, el 18% de ellos en cambio optan por Entrada Gratis y el 17% por los Descuentos. Siendo notorio que la gran parte de clientes prefieren las promociones 2x1.

ENCUESTA REALIZADA A OFERENTES

1. ¿Cómo se llama su establecimiento?

Cuadro N° 23

Nº	Nombres
1	Latín Brother
2	Orland's Discotek
3	Mambo Discoteca
4	Los Techos
5	La caribeña
6	Los estragos
7	B52

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación

Mediante las encuestas aplicada se pudo conocer que los establecimientos de diversión lo mismos que son: Latín Brother, Orland's Discotek, Mambo Discoteca, Los Techos, La caribeña, Los estragos, B52

2. ¿Qué tiempo lleva su establecimiento en el mercado?

Cuadro N° 24

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	1	14%
De 1 a 3 años	5	72%
De 4 a 6 años	1	14%
De 7 a 9 años	0	0%
Más de 10 años	0	0%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

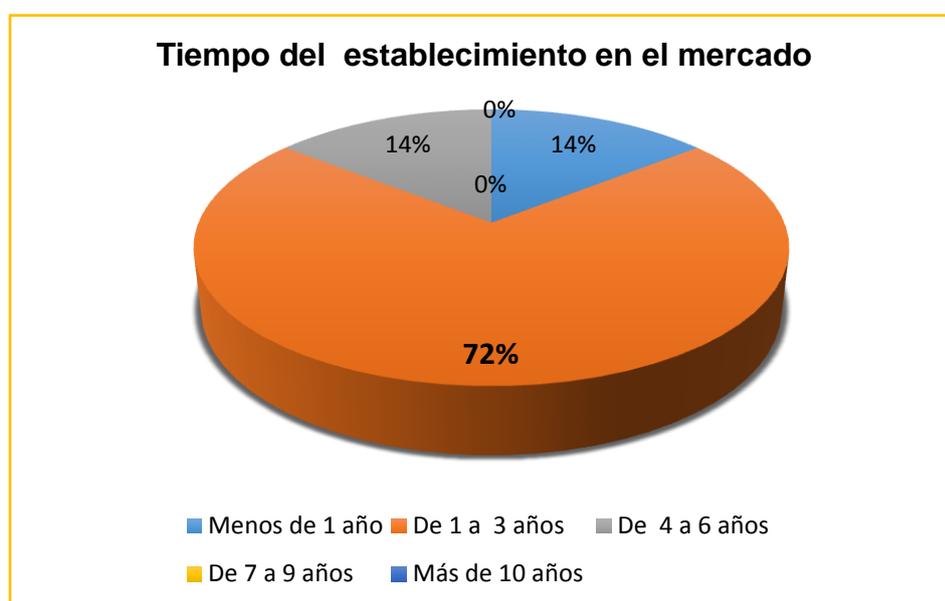


Gráfico N° 19

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

Entre las encuestas se encontró que el 72% tiene su negocio en el mercado entre 1 a 3 años, seguidos por un 14% entre los rangos de 4 a 6 años y el otro 14% menos de un año. Podemos notar que la mayoría de las empresas están en el mercado de 1 a 3 años.

3. ¿Qué ofrece en su establecimiento?

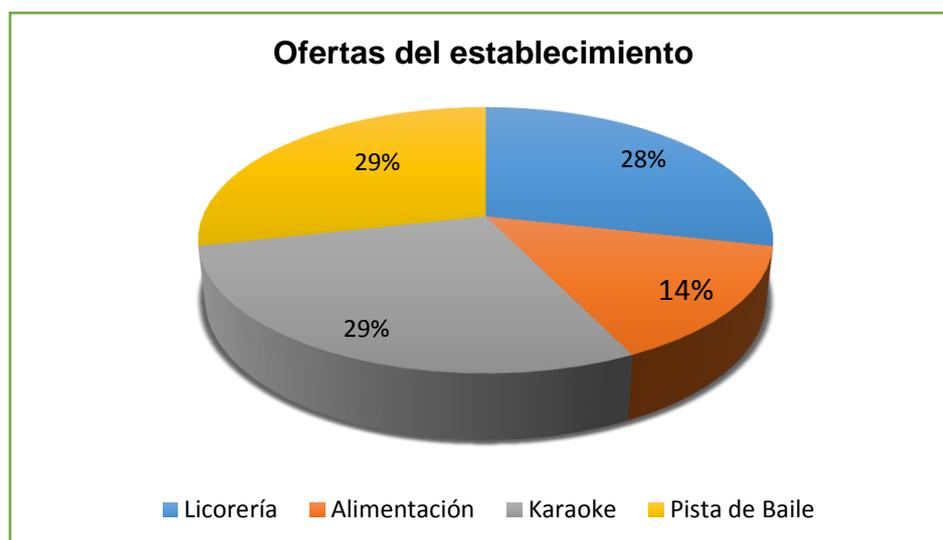
Cuadro N° 25

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Licorería	2	28%
Alimentación	1	14%
Karaoke	2	29%
Pista de Baile	2	29%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Gráfico N°20



Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se tiene que 29% de los establecimientos ofrecen karaoke y pista de baile, el 28% ofrecen solo licores, y por último el 14% alimentación. Aquí se puede establecer que la mayoría de establecimientos ofrecen karaoke y pista de baile.

4. ¿Qué días atiende su establecimiento?

Cuadro N° 26

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a Sábado	0	0%
Martes a Sábado	5	71%
Miércoles a Sábado	2	29%
Jueves a Sábado	0	0%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo



Gráfico N°21

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

En esta interrogante el 71% mencionan que atienden su establecimiento los días de martes a sábado, mientras que el 29% lo hacen de miércoles a sábado. Demostrando de forma significativa y mayoritaria que los establecimientos atienden de martes a sábado.

5. ¿Cuántas horas atiende al público?

Cuadro N° 27

Variable	Frecuencia	Porcentaje
6 horas	0	0%
8 horas	3	43%
10 horas	4	57%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Gráfico N°22



Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 57% de los establecimientos atienden 10 horas, y el 43% 8 horas. Es decir, con estos resultados se puede establecer que se atiende diez horas al público.

6. ¿Para cuántas personas tiene capacidad su establecimiento?

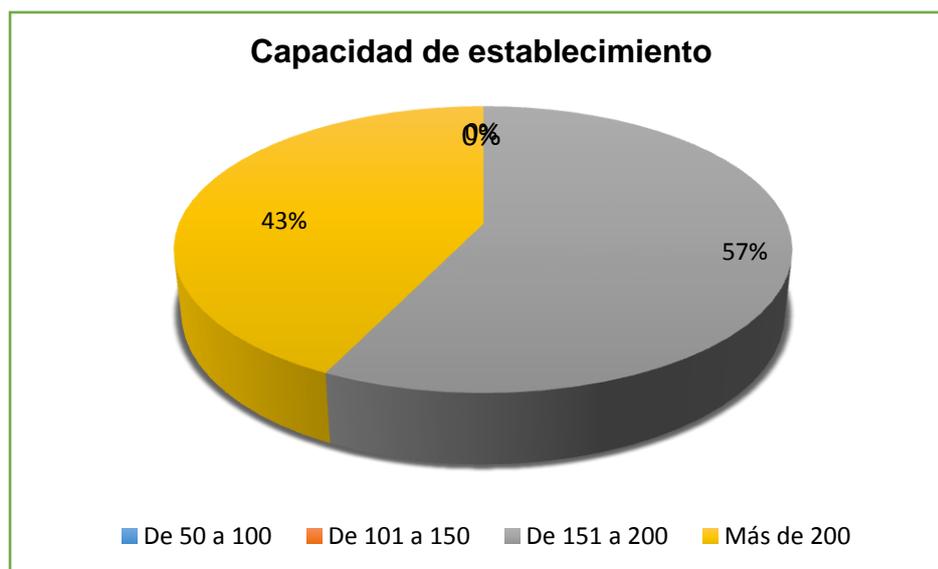
Cuadro N° 28

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 50 a 100	0	0%
De 101 a 150	0	0%
De 151 a 200	4	57%
Más de 200	3	43%
Total	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Gráfico N°23



Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

El 57% afirman que sus establecimientos tienen capacidad entre 151 a 200 personas, y el 43% con más de 200 personas. El resultado demuestra que la mayoría de establecimientos cuenta con capacidad de personas entre 151 a 200 personas.

7. ¿Cuántas personas atiende semanalmente en su establecimiento?

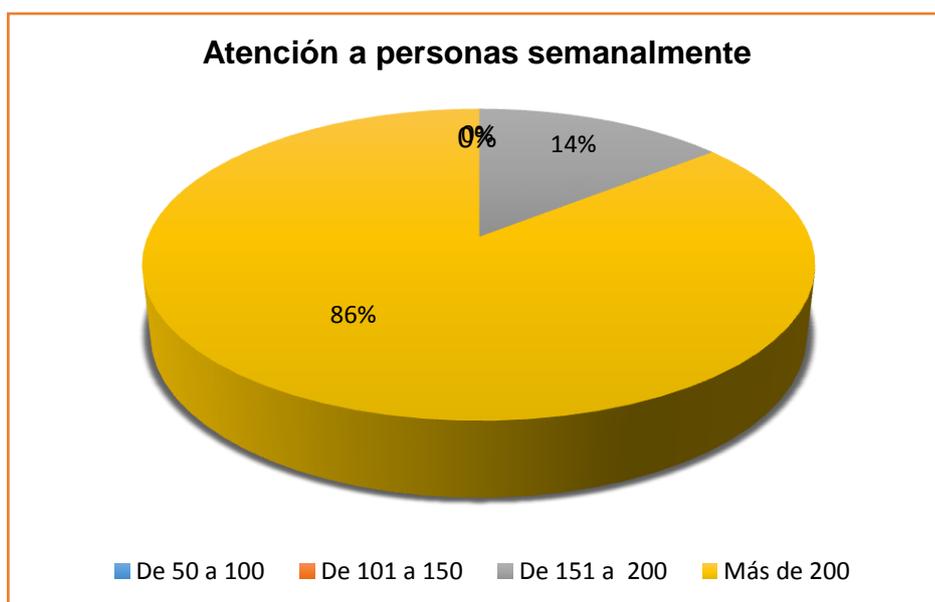
Cuadro N° 29

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 50 a 100	0	0%
De 101 a 150	0	0%
De 151 a 200	1	14%
Más de 200	6	86%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Gráfico N°24



Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

En la presente interrogante se demuestra que el 86% atiende a más de 200 personas semanalmente y el 14% de 151 a 200 personas. Esto nos indica que casi la totalidad de establecimientos atiende cada semana a más de 200 personas

8. ¿Cuánto cobra por ingresar a su establecimiento?

Cuadro N° 30

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 dólares	5	71%
4 a 5 dólares	2	29%
Más de 6 dólares	0	0%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Gráfico N°25



Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación

Se obtuvo que el 71% cobra de 1 a 3 dólares por ingresar a su establecimiento; y un 29% cobran entre 4 a 5 dólares. Esto nos indica que todos los locales cobran este valor por concepto de ingreso.

9. ¿Qué medio publicitario utiliza para dar a conocer su establecimiento?

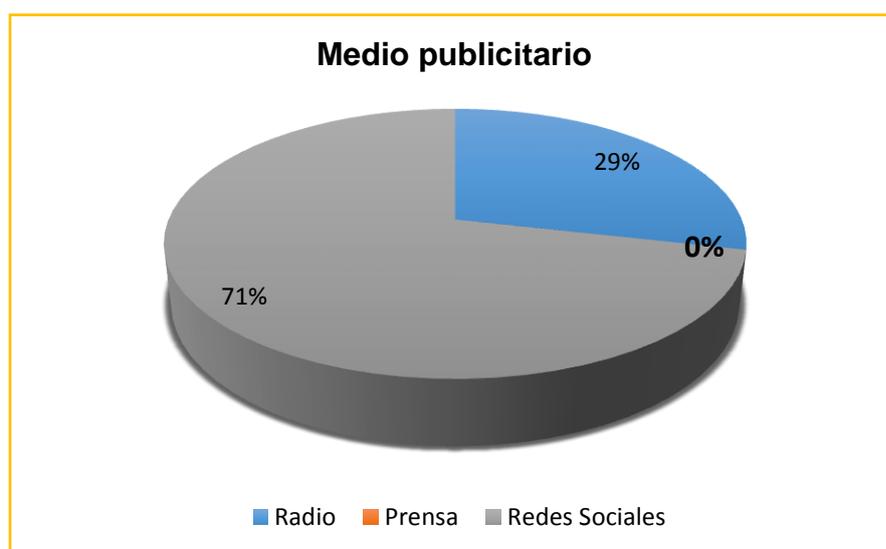
Cuadro N° 31

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	2	29%
Prensa	0	0%
Redes Sociales	5	71%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Gráfico N°26



Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

Al considerar los resultados se observa que el medio publicitario para dar a conocer sus establecimientos en un 71% lo realizan a través de las redes sociales, y el 29% mediante la radio. Lo que expresa que las redes sociales es el medio más frecuentado para realizar esta clase de propaganda.

10. ¿Brinda algún tipo de promoción a sus clientes?

Cuadro N° 32

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	29%
NO	5	71%
TOTAL	7	100%

Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Gráfico N°27



Elaborado por: El autor

Fuente: Ofertantes del servicio en el Cantón Catamayo

Interpretación.

De la totalidad de los encuestados, el 71% dieron una respuesta negativa, mientras que el 29% manifestaron que sí. Reflejando de esta manera que la mayoría de establecimientos no brindan ninguna clase de promociones.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Para desarrollar el presente trabajo investigativo se aplicaron 388 encuestas a una muestra de la población de Catamayo el mismo que permitirá analizar el comportamiento de la demanda y en relación a la oferta se efectuó a 7 establecimientos para de diversión existentes.

Análisis de la demanda

El análisis de la demanda permite conocer ciertos aspectos relacionados con un bien o servicio referentes a las necesidades o requerimientos y como se puede aportar para satisfacer a la demanda insatisfecha.

Demanda Potencial

Para poder determinar la demanda potencial del presente trabajo investigativo se tomó en consideración la población comprendida entre 20 a 49 años, quienes son de 11.500 habitantes en el año 2010, el cual proyectado con una tasa de crecimiento de 1.40% para el año 2016 ascienden a 12.555 personas.

La demanda potencial del presente proyecto de investigación se lo determino mediante la pregunta N° 3 realizada a la población de Catamayo, la misma que hace referencia ¿Si usted acude a centros de diversión nocturna? donde se estableció que el 94% expresaron que sí; infiriendo estos datos sobre la población total se obtienen la población potencial, para lo cual se utiliza la siguiente formula.

$$Dp = Qp * M\%$$

$$Dp = 12.555 * 94 \%$$

$$Dp = 11.802 \text{ demanda potencial}$$

En donde:

Dp= Demanda potencial

Qp = población proyectada

M% = porcentaje de la demanda Muestral

Cuadro N° 33: Demanda Potencial

Años	Población segmentada (tasa de crecimiento 1,40%)	Porcentaje de personas que sí acuden a centros de diversión nocturna	Demanda Potencial
0	12.555	94%	11.802
1	12.731	94%	11.967
2	12.909	94%	12.134
3	13.090	94%	12.304
4	13.273	94%	12.477
5	13.459	94%	12.651
6	13.647	94%	12.828
7	13.838	94%	13.008
8	14.032	94%	13.190
9	14.228	94%	13.375
10	14.428	94%	13.562

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 3

Demanda Real

La demanda real del presente trabajo investigativo de lo estableció mediante la pregunta N° 4 se les pregunto ¿Si usted acude a centros de diversión ha visitado alguna vez un bar?, donde el 90% de la población de Catamayo, expresaron que sí.

Esta información al inferir sobre la población potencial (11.802) por 90% de las personas que si visitan los bares da como resultado de la demanda real de 10.622 personas, como lo demuestra el siguiente cuadro:

Cuadro N° 34: Demanda Real

Años	Demanda Potencial	Porcentaje de personas que sí acuden a Bares	Demanda Real
0	11.802	90%	10.622
1	11.967	90%	10.770
2	12.134	90%	10.921
3	12.304	90%	11.074
4	12.477	90%	11.229
5	12.651	90%	11.386
6	12.828	90%	11.546
7	13.008	90%	11.707
8	13.190	90%	11.871
9	13.375	90%	12.037
10	13.562	90%	12.206

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 4 y N° 33

Uso per-apita

Para poder determinar el uso per-cápita del presente trabajo de investigación se lo determino mediante la pregunta N° 5 de la encuesta realizada a la demanda de Catamayo, así como se demuestra en el cuadro: Para poder determinar el promedio se visitas que realizan las personas a un bar se utilizó la siguiente formula:

Donde:

X = Consumo promedio mensual

F = Frecuencia

Xm = Punto medio

N = Población Total

Σ = Sumatoria Total

$$x = \frac{\sum f \cdot X}{N}$$

$x = 1461 / (327) = 4$ Promedio de veces que visitan mensualmente un bar.

El promedio mensual de visitas es de 4,47 y esto multiplicado por los 12 meses da un total de 54 visitas anuales.

Cuadro N° 35: Uso per cápita

Variable	Frecuencia	XM	FXM	Mensual	N° Meses	Anual
1 a 3 veces	103	2	206			
4 a 6 veces	179	5	895			
7 a 9 veces	45	8	360	4,47	12	54
TOTAL	327		1461			

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 9

Cuadro N° 36: Demanda Real por servicio

Años	Demanda Real	Uso per cápita	Demanda Real por servicio
0	10.622	54	573.588
1	10.770	54	581.580
2	10.921	54	589.734
3	11.074	54	597.996
4	11.229	54	606.366
5	11.386	54	614.844
6	11.546	54	623.484
7	11.707	54	632.178
8	11.871	54	641.034
9	12.037	54	649.998
10	12.206	54	659.124

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 34 y N° 35

Demanda Efectiva

La demanda efectiva del presente trabajo está constituido por aquellas personas que están dispuestas a adquirir el bien o servicio de la implementación del nuevo proyecto.

Para poder determinar la demanda efectiva se tomó en consideración la respuesta obtenida de la pregunta N° 9 donde se les pregunta ¿De abrirse una nueva Franquicia de ROSSO bar en la ciudad de Catamayo. Usted visitaría este lugar?, el 94% expresaron que sí, este dato inferido en la población segmentada se obtiene la demanda efectiva.

Cuadro N° 37: Demanda efectiva

Años	Demanda Real	Aceptación del Servicio de Bar	Demanda Efectiva
0	573.588	94%	539.173
1	581.580	94%	546.685
2	589.734	94%	554.350
3	597.996	94%	562.116
4	606.366	94%	569.984
5	614.844	94%	577.953
6	623.484	94%	586.075
7	632.178	94%	594.247
8	641.034	94%	602.572
9	649.998	94%	610.998
10	659.124	94%	619.577

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 13 y N° 36

Análisis de la Oferta

Para poder efectuar el análisis de la oferta se aplicó una encuesta a los establecimientos de diversión nocturna las mismas que fueron 7, que se encuentran en Catamayo.

Oferta Actual

La Oferta actual existente en Catamayo son siete establecimientos que se dedican a diversión nocturna.

Cuadro N° 38: Nombres de establecimientos

Nº	Nombres
1	Latín Brother
2	Orland'sDiscotek
3	Mambo Discoteca
4	Los Techos
5	La caribeña
6	Los estragos
7	B52

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de campo

La oferta actual del presente trabajo investigativo se lo determinó mediante la pregunta N° 7 realizada a los establecimientos de diversión nocturna, la misma que se pudo conocer la cantidad de personas que atiende semanalmente

Cuadro N° 39: Oferta Actual

Variable	Frecuencia	XM	FXM	Cientes promedio	Semanas al año	Anual
50 a 100	0	75,00	0			
101 a 150	0	125,5	0			
151 a 200	1	175,5	175,5	218,36	52	11.354,57
201 a 250	6	225,5	1.353,00			
TOTAL	7		1.528,50			

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 29

$$x = \frac{\sum f \cdot X}{N}$$

$$X = \frac{1.528,50}{7} = 218,36 \text{ personas por establecimiento}$$

El promedio semanal de personas que atiende los establecimientos es de 218,36 dicho resultado se multiplica por 52 semanas que tiene el año se obtiene la oferta anual que es de 11.354,72.

Cuadro N° 40: Oferta anual

Oferta Anual	Número de establecimientos	Total Oferta
11.354,72	7	79.483

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 38

Proyección de la oferta

Para poder proyectar la oferta se tomó en consideración información de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, donde se determinó que la tasa de crecimiento de establecimientos, es de 8,8%.

Cuadro N° 41: Proyección de la Oferta

Años	Oferta (Tasa de crecimiento de establecimientos 8,8%)
0	79.483
1	86.478
2	94.088
3	102.367
4	111.376
5	121.177
6	131.840
7	143.442
8	156.065
9	169.799
10	184.741

Elaborado por: El autor

Fuente: SENPLADES

Análisis de la oferta y demanda

La comparación entre la demanda efectiva con la oferta permite determinar la estimación de la demanda insatisfecha. En efecto existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no cubren las necesidades de los clientes satisfactoriamente.

Cuadro N° 42: Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	539.173	79.483	459.690
1	546.685	86.478	460.207
2	554.350	94.088	460.262
3	562.116	102.367	459.749
4	569.984	111.376	458.608
5	577.953	121.177	456.776
6	586.075	131.840	454.235
7	594.247	143.442	450.805
8	602.572	156.065	446.507
9	610.998	169.799	441.199
10	619.577	184.741	434.836

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 33 y cuadro N° 35

Plan de Comercialización

El plan de comercialización hace referencia a un conjunto de actividades destinada para la comercialización de un producto, bien o servicio; el mismo que esté al alcance de los consumidores. Está compuesto por las 4p es decir que analiza el producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

Servicio

El servicio que prestara la empresa es de Bar, la misma que estará basada en la calidad, tomando en consideración principalmente la satisfacción del cliente ya que es considerado un ente importante del negocio.

Para prestar el servicio de bar se tomara en consideración ciertas estrategias que permitirán ofrecer un servicio de calidad para los clientes como son: Se mantendrá un aseo permanente en la barra, mesas, baño en si todo el local para una mejor presentación; se contara con personal debidamente uniformado para una mejor presentación y los clientes se siente un ambiente tranquilo y comfortable.

Nombre de la empresa

La empresa como ya que encuentra constituida y lo que se pretende con el presente trabajo investigativo es la implementación de la franquicia en Catamayo, por tal motivo el nuevo establecimiento poseerá el mismo nombre que es:

ROSSO BAR

Slogan para el establecimiento

UN NUEVO CONCEPTO DE BAR

Logotipo

El logo que posee la empresa Rosso Bar es el siguiente

Gráfico N° 28: Logotipo de ROSSO BAR



Fuente: Rosso Bar

Precio

Los precios que se establecerán para el servicio se fijaran a partir de los resultados obtenidos en el estudio de económico, además se tomara en consideración los precios que están en el mercado por la competencia.

Plaza

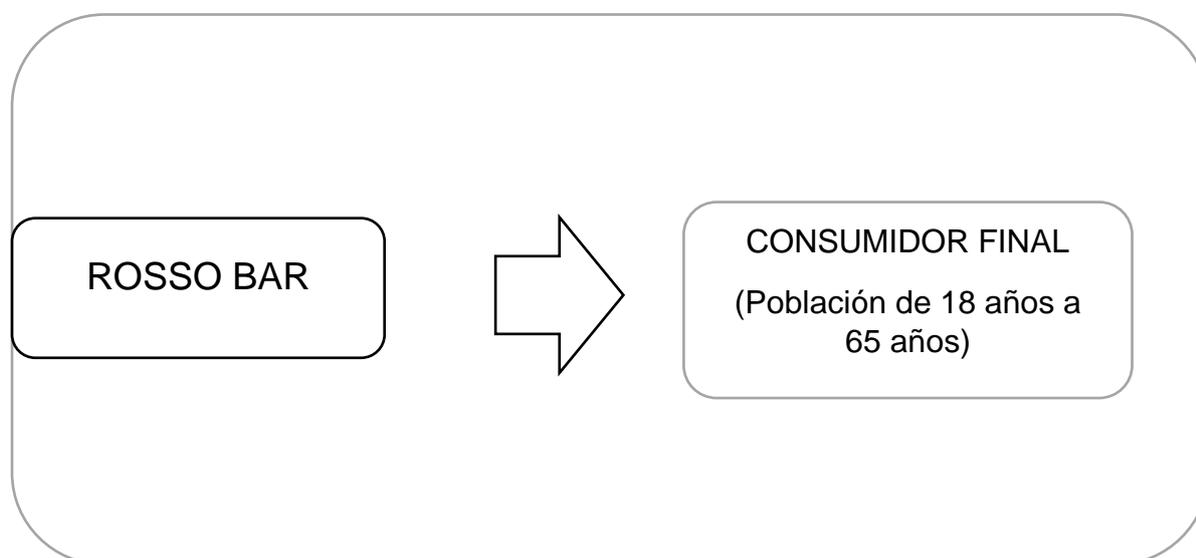
El servicio a implementarse del bar se lo realizara en el Cantón Catamayo, se determinó el presente lugar debido a la poca existencia de establecimientos que se

dediquen a este servicio, además se puede evidenciar que existe una insatisfacción por parte de los usuarios, por ello se cree conveniente implementar una franquicia en el Catamayo.

Canal de Comercialización

El canal de comercialización del Rosso Bar será directo es decir de la entidad prestara el servicio directamente a los usuarios; es decir a las personas que acuden al bar.

Gráfico N° 29: Canal de Comercialización



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de campo

Promoción y publicidad

Para poder determinar la promoción que tendrá la franquicia de Rosso Bar se tomó en consideración la información recolectada en la encuesta aplicada a la

población de Catamayo donde se determinan como estrategias de promoción las siguientes:

- Descuentos
- Promociones 2 x 1
- Entrada gratis

En referencia a publicidad se utilizaran los siguientes medios publicitarios los cuales se determinaron mediante la encuesta realizada a la ciudadanía de Catamayo, los cuales se detallan a continuación:

- Cuñas radiales en la radio Boquerón la misma que se transmitirá en la mañana y tarde
- Las cuñas televisas se realizaran en UV Televisión por las noches
- Y la prensa escrita en el diario La Hora cuatro cuñas al mes

Presupuesto de publicidad

Cuadro N° 43: Publicidad

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cuñas Radiales	2	30	60
Prensa Escrita	4	9	36
Cuña Televisiva	2	35	70
TOTAL			166

Elaborado por: El autor

Fuente: Radio Boqueron, UV Televisión y La Hora

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite determinar la viabilidad técnica del proyecto de inversión, es la secuencia del estudio de mercado; el objetivo del presente estudio es el analizar el proceso productivo de un bien o servicio para efectuar el proyecto de inversión.

Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto mide la capacidad de producción de bienes o de prestación de servicio la misma que está definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada hace referencia al número de unidades de producción al año, la misma que está relacionada con la localización y distribución de la planta. Por capacidad instalada en el presente trabajo investigativo se constituye en la máxima capacidad que tiene el bar para atender a los clientes.

Para determinar la capacidad instalada del bar se establece que constara con espacio físico para 25 mesas con cuatro sillas este dato infiriendo da un resultado de 100 personas, y 10 muebles para cinco individuos da un total de 50 personas, por ende se calcula que tendrá una capacidad para 150 personas diarias. Además habrá un escenario donde se realizaran las presentaciones de artistas invitados; todo ello conformará el espacio instalado para prestar un servicio de calidad a los clientes del ROSSO BAR

La capacidad del local es de 150 personas y esto multiplicado por 5 días a la semana da un total de 750 personas, infiriendo este resultado por 52 semanas al año da un total de 39.000 visitas al año.

Cuadro N° 44: Capacidad Instalada

Capacidad del Local	Días de atención a la semana	Personas por Semana	Semanas al año	Personas Anuales
150	5	750	52	39.000

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada está relacionada con el volumen de producción que puede generarse en un periodo determinado, es la fracción de la capacidad instalada la misma se mide en porcentajes.

Para el presente proyecto de inversión se tomara en consideración que el bar no podrá empezar a funcionar con el 100% de la capacidad instalada debido a que es una nueva empresa a instalarse por esa razón se considera empezar con el 80%, para los siguientes años se estima aumentar el 5% hasta llegar el 95% de la capacidad y el 5% del 100% de la capacidad instalada se reserva por posibles inconvenientes con el servicio.

Cuadro N° 45: Capacidad utilizada

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje capacidad utilizada	Capacidad Utilizada
1	39.000	80%	31.200
2	39.000	85%	33.150
3	39.000	90%	35.100
4	39.000	95%	37.050
5	39.000	95%	37.050
6	39.000	95%	37.050
7	39.000	95%	37.050
8	39.000	95%	37.050
9	39.000	95%	37.050
10	39.000	95%	37.050

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Campo

Factores de Localización

Los factores que influyen en la localización del proyecto son los siguientes que se describen a continuación:

- **Ambiente de seguridad.**-El determinar la alternativa de la localización del bar es importante tomar en consideración el factor de seguridad, ya que con ello los clientes acudirán con mayor confianza a un local que no presente riesgo.
- **Transporte.**-Es importante determinar los medios de transporte necesarios para que tenga un acceso normal al mercado, tanto para el ofrecimientos y prestación de servicio.

- **Abastecimiento de materia prima.-** Es importante indicar que la materia prima.
- **Cercanía del Mercado.-** Es importante determinar que la localización del local sea favorables que sea dentro del área en donde se ubica el mercado.
- **Vías de acceso.-** Es importante que el establecimiento cuente con vías de acceso de calidad para facilitar la movilización de los clientes.
- **Disponibilidad de servicios básicos.-** El contar con los servicios básico es un aspecto importante para el desarrollo y un adecuado funcionamiento de la entidad.
- **Mano de Obra.-** El establecimiento debe contar con personas calificadas para el desarrollo de las actividades productivas y contar con experiencia en la prestación de los servicios. El implementar el proyecto de inversión en Catamayo favorecerá a fomentar fuentes de trabajo.

Ponderación de los factores de localización

Para determinar la matriz de ponderación que permitirá determinar el lugar más apto para la empresa se medirán los factores más importantes los cuales están calificados con una cantidad ponderada que da como resultado 1 y una calificación el cual se considera desde 1 siendo la mayor calificación y 5 la menor; y con dicho resultado se podrá determinar la mejor ubicación de la organización.

Cuadro N° 46: Calificación

Excelente	5
Muy Bueno	4
Bueno	3
Malo	2
Regular	1

Elaborado por: El Autor**Fuente:** Investigación de Campo**Cuadro N° 47: Matriz de Localización**

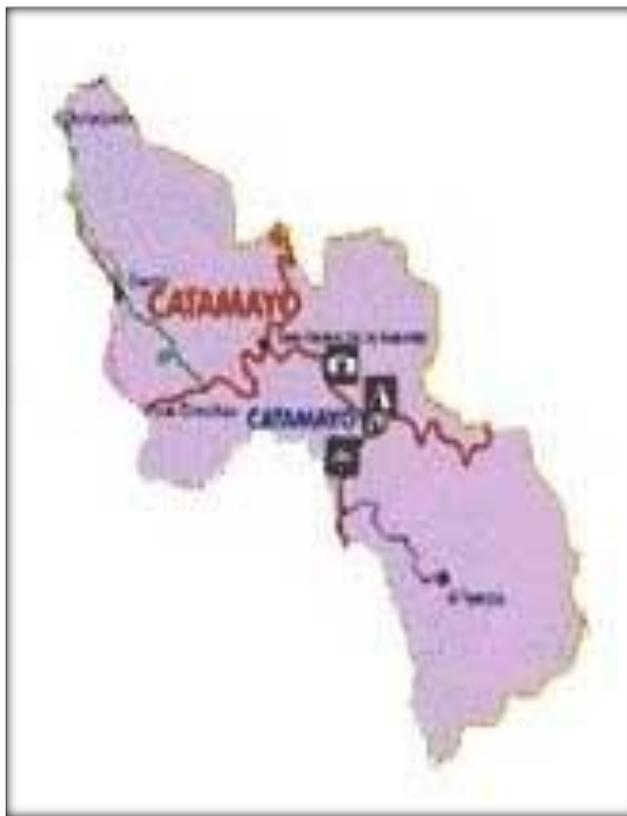
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR	CATAMAYO					
		NORTE		CENTRO		SUR	
		Calif.	Cuant.	Calif.	Cuant.	Calif.	Cuant.
Ambiente de seguridad	0,15	5	0,75	3	0,45	3	0,45
Transporte	0,19	5	0,95	5	0,95	4	0,76
Abastecimiento de materia prima	0,2	5	1,00	4	0,80	5	1,00
Cercanía del Mercado	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48
Disponibilidad de servicios básicos	0,14	5	0,70	4	0,56	5	0,70
Mano de Obra	0,2	5	1,00	5	1,00	4	0,80
TOTAL			4,88	6	4,24		4,19

Elaborado por: El Autor**Fuente:** Investigación de Campo

Al finalizar la matriz de ponderación se pudo determinar que la ubicación mediante la puntuación obtenida se puede apreciar que se ubicara en el Norte de Catamayo reúne los factores necesarios para la prestación de servicio.

Macro-localización

La macro-localización hace referencia a la ubicación del proyecto a nivel macro la zona donde estará ubicado. Se ha considerado que el bar se ubicara en el Cantón Catamayo, provincia Loja

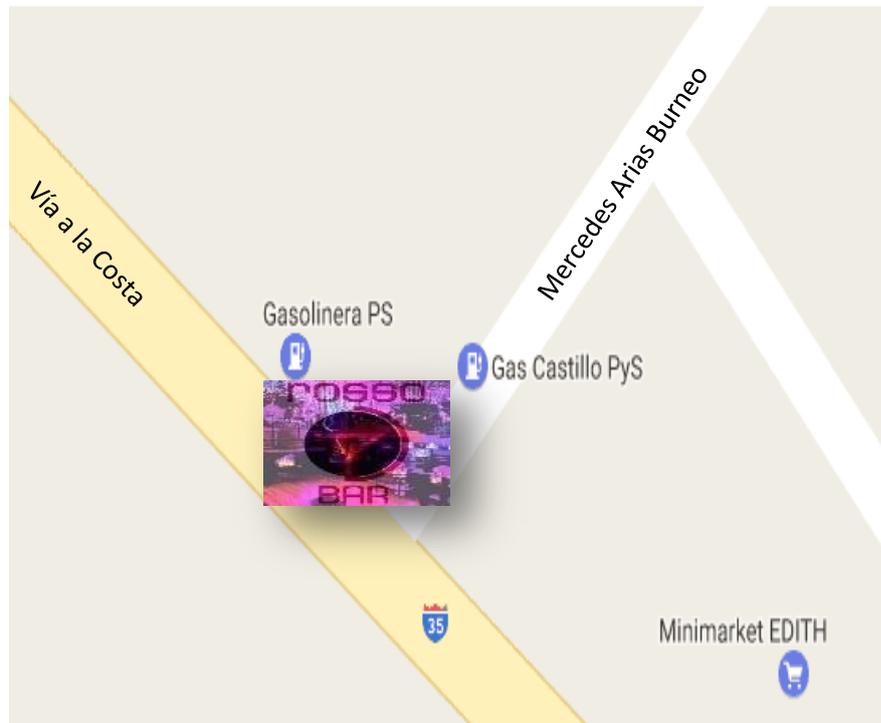
Gráfico N° 30: Macro- localización de ROSSO BAR

Fuente: Investigación de campo

Micro-localización

Hace referencia al sitio preciso donde se ubicara el negocio, el mismo que está relacionado con diferentes aspectos que permiten determinar la productividad del proyecto. Por ello el establecimiento se ubicará en el centro de Catamayo se consideró este sitio debido a que existe concurrentes personas que pudieran hacer uso del servicio; en la calle 18 de noviembre y en la calle Bolívar.

Gráfico N° 31: Micro- localización de ROSSO BAR



Fuente: Mapa satelital

Ingeniería del proyecto (Proceso productivo)

Mediante el presente apartado permite determinar los recursos necesarios para llevar a cabo la producción de un bien, producto o servicio de manera óptima, permite determinar la mejor distribución de la planta para evitar inconvenientes en el proceso productivo. En el presente trabajo investigativo se determinará todo lo concerniente al proceso para llevar a cabo el servicio del bar.

Descripción del proceso operativo

Para efectuar el proceso operativo del establecimiento ROSSO BAR se determina el siguiente procedimiento que se detalla en dos procedimientos que es la preparación de licores y la prestación de servicio.

Proceso de producción de licores

- Recepción de la materia prima solicitada
- Se inspecciona la materia prima con la finalidad que los licores sean de calidad
- Se almacena la materia prima en bodega hasta ser utilizada
- Se transporta la materia prima a la barra para luego ser utilizadas.
- Luego se procede a preparar la cristalería a ser utilizada
- Se procede a decorar la cristalería.
- Se mezcla los licores según como el pedido del cliente
- Después se inspecciona la mezcla de licores obtenida
- Se sirve en la cristalería.

Proceso de servicio al cliente

- El cliente ingresa al Bar
- Se procede a entregarle la carta de licores.
- El usuario selecciona el producto
- El mesero toma el pedido del cliente
- Se entrega el pedido en la barra al Barman
- Luego se inspecciona el pedido con la finalidad de seleccionar los licores a servirse
- Se prepara la bebida.
- El Barman entrega el pedido al mesero
- El Mesero procede a entregar el pedido al cliente
- El cliente consume el producto

- El cliente cancela lo consumido
- Se procede a cobrar y se realiza la factura
- Y finalmente el cliente abandona el Bar.

Diagrama del proceso

Los diagramas de proceso permiten demostrar gráficamente un proceso para ser interpretada, donde cada paso está representado por un símbolo. Es una herramienta que permitirá demostrar la relación secuencia de las actividades que realiza el Bar, para lo cual se utilizaran una simbología mediante el diagrama de flujos.

Cuadro N° 48: Simbología

GRÁFICA	SIGNIFICADO
	Operación
	Operación y control
	Inspección
	Transporte
	Demora
	Almacenamiento

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 49: Diagrama de flujo de proceso de licores

ACTIVIDAD	RESPONSABLE							TIEMPO PARA LA EJECUCIÓN
Preparar la cristalería	Barman	X						2m
Decorar la cristalería	Barman	X						2m
Mezclar los licores	Barman					X		5m
Inspeccionar la mezcla del licores	Barman			X				2m
Se sirve en la cristalería	Barman	X						2m
TOTAL TIEMPO								13 Minutos

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Campo

Distribución de la planta

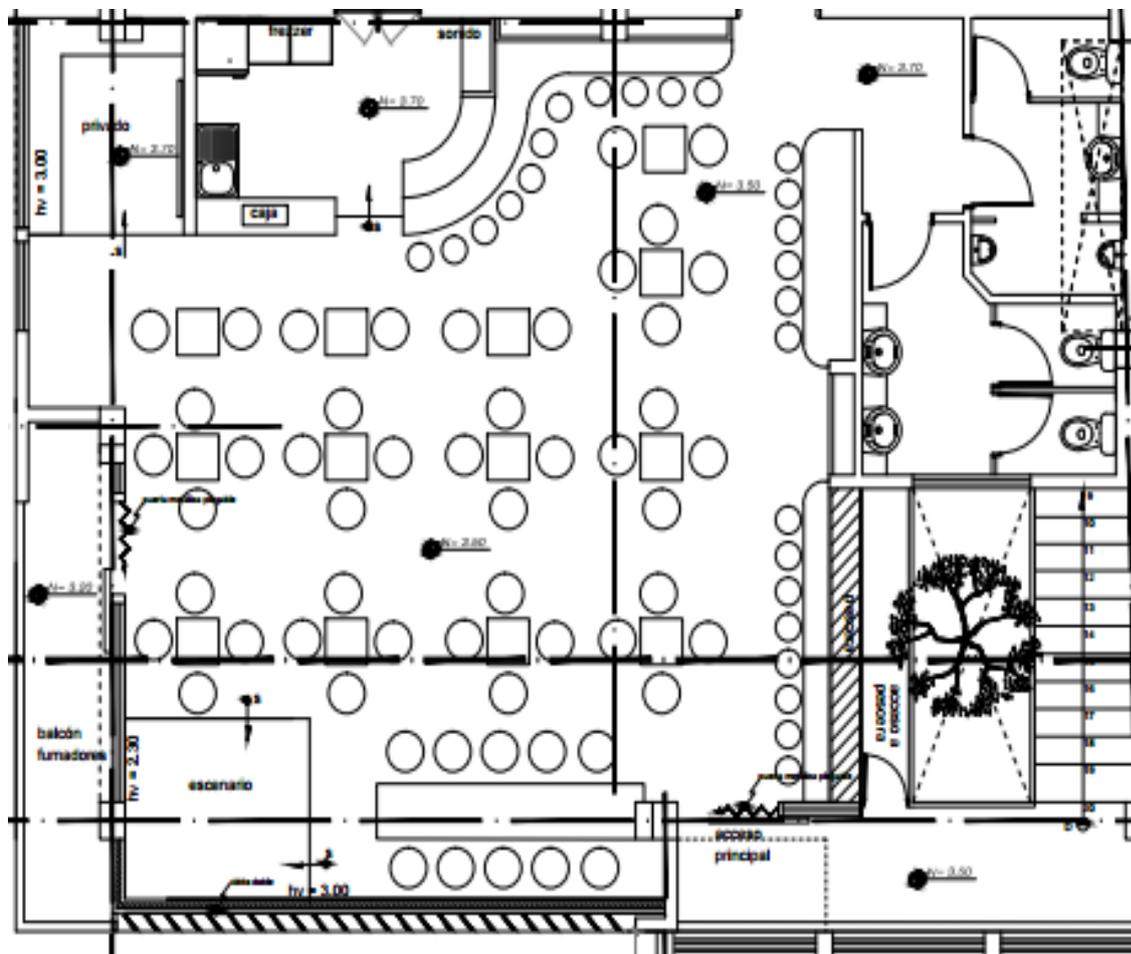
La planta se encontrara distribuida de la siguiente manera:

- Departamento de gerencia
- Área de caja donde se realizan los cobros
- Bodega
- Espacio para las mesas
- Cabina de DJ
- Baterías sanitarios

Con la debida distribución de la planta se puede ofrecer un servicio de calidad y además contar con la comodidad necesaria para los clientes que visiten ROSSO BAR.

Distribución de la planta de la empresa ROSSO BAR.

Gráfico N° 32: Distribución de la planta de la empresa ROSSO BAR



Elaborado por: El Autor

Requerimiento

Requerimiento de Maquinaria

Gráfico N° 33: Consola de Sonido



Impedancia
Factor de amortiguamiento
Potencia de salida
Relación señal ruido
Respuesta en frecuencia
Respuesta de fase

Gráfico N° 34: Consola de Luces



Controla luces móviles y fijas
2 presents de faders de 24 ch estándar
560 ch (48 ch en single)
2 displays de LCD
8 Masters asignables y salidas DMX
Medidas: 815 x 530 x145 mm
Controla hasta 60 móviles

Gráfico N° 35: Cajas de Audio



Disco polar
Bobina de voz – imán
Conducto 30 más 5
Volumen de aire de la caja
Masa de aire del respirador
Impedancia interna del amplificador
Potencia de salida real al altavoz

Gráfico N° 36: Refrigerador

Compresor alta eficiencia
Bajo consumo de energía
Refrigerante R 134 a
Libre CFC'S

Gráfico N° 37 Congelador

Dimensiones (largo x
profundidad x alto): 186.1 x 69.9
x 88.9
Capacidad: 605.9 litros
Voltaje 115V
Corriente eléctrica: 5ª
Peso: 119 Kg

EQUIPO DE CÓMPUTO**Gráfico N° 38: Computadora**

Procesador Intel Core i5 Sandy Bridge
Memoria RAM 4GB
Disco Duro 500 GB
Quemador DVD
Tarjeta de Red - WIFI
Cámara – Parlantes
6 Puertos USB- Lector Multitarjeta
Mouse - Teclado

Gráfico N° 39: Impresora



Impresora
Copiadora
Escáner
Conectividad WIFI
Impresión de alto impacto

Muebles y enseres



Gráfico N° 40: Sillas



Gráfico N°41: muebles



Gráfico N°42: mesas

Requerimiento Humano

Para poder llevar a cabo el funcionamiento del bar se requerirá del siguiente personal:

- Gerente
- Barman
- Meseros
- DJ
- Cajero
- Guardia

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Base legal

La empresa **ROSSO BAR** se sujetará en la Constitución Política de la República del Ecuador.

Para el establecimiento de los derechos y demás obligaciones el dueño se sujetará en las normas y procedimientos establecidos.

La Razón Social o Denominación.

La empresa se denominará "ROSSO BAR"

Domicilio.

El establecimiento ROSSO BAR tiene la matriz en la ciudad de Loja, y la franquicia a constituirse se ubicará en Catamayo en la calle 18 de noviembre y en la calle Bolívar

Objeto de la Sociedad.

Se dedicará al servicio al servicio de bar en el Cantón Catamayo

Capital Social

La empresa estará constituida por un solo accionista el cual aportará con el capital Social.

Tiempo de Duración de la Sociedad

El plazo de duración para la empresa es de diez años a partir de la fecha de la inscripción del registro mercantil.

Número de Socios

La entidad tendrá un solo propietario por lo cual a la empresa será de tipo unipersonal.

ACTA DE CONSTITUCIÓN

En la ciudad de Catamayo, Provincia de Loja, República del Ecuador, y a los veinte días del mes de Julio dos mil dieciséis, siendo las once horas, se reúnen, auto convocadas, dos personas cuyas firmas se adjunta en anexo N° 1 con el objeto de constituir una empresa de servicios de bar, en la ciudad de Catamayo, sin fines de lucro que los agrupe y cuyos objetivos se estipulan en el Estatuto Social.

Acto seguido y luego de intercambiar opiniones al respecto, las dos personas presentes resuelven:

a) Dejar constituida una empresa productora y comercializadora de bases de maquillaje natural, en la ciudad de Loja, que tendrá su asiento legal en el Cantón Catamayo.

b) Aprobar el Estatuto Social por el que se regirá la Institución, cuyo texto completo se transcribe al final de la presente, como parte integrante de la misma.

c) Encargarse de realizar ante la autoridad pública correspondiente todos los trámites necesarios para su inscripción.

A continuación, de acuerdo al Estatuto aprobado, se procede a elegir a las autoridades que regirán los destinos institucionales por el Primer Período, las que se integran de la siguiente manera:

COMISIÓN DIRECTIVA:

Presidente: _____

C.I. _____

Secretario: _____

Cl. _____

Habiéndose cumplimentado con los objetivos de la reunión y agotados los temas a considerar se da por finalizado el acto, siendo las 11H00 horas de la fecha referida firmando todos los presentes de conformidad.

ESTATUTO SOCIAL

TITULO I - DENOMINACIÓN - DOMICILIO - OBJETO SOCIAL -

ARTICULO 1°: La empresa de servicios de bar, en la ciudad de Catamayo se constituye el día 16 de marzo de 2017 como compañía de responsabilidad limitada, con domicilio legal en Loja, y la sucursal a constituirse en la ciudad de Catamayo.

ARTICULO 2°: La Compañía tendrá por objeto: brindar el servicio de Bar

a) Abrir el centro durante Díez horas por cinco días.

Las actividades detalladas no son limitativas, pudiendo realizar otras no previstas pero que tengan relación directa con su objeto.

TITULO II - CAPACIDAD - PATRIMONIO - RECURSOS SOCIALES -

ARTICULO 3°: La asociación está capacitada para adquirir bienes muebles o inmuebles, enajenar, transferir, gravar, etc., por cualquier causa o título no prohibido por las normas legales en vigencia, pudiendo celebrar toda clase de actos jurídicos o contratos que tengan relación directa con su objeto o coadyuven a asegurar su normal funcionamiento.

ARTICULO 4°: El capital social se compone de los bienes que aportaron los socios de la empresa que posee en la actualidad.

TITULO III - ASOCIADOS - CONDICIONES DE ADMISIÓN - OBLIGACIONES Y DERECHOS –

ARTICULO 5°: Se establecen las siguientes categorías de asociados, no siendo necesario la constitución de todas las categorías, pudiéndose adoptar una o más:

a) **ACTIVOS:** Los que sean mayores de edad y aceptados en tal carácter por la Comisión Directiva.

ARTICULO 6°: Los asociados **ACTIVOS** tienen los siguientes derechos y obligaciones:

a) Abonar puntualmente las contribuciones ordinarias y extraordinarias que se establezcan;

b) Cumplir con las demás obligaciones que impongan este Estatuto, Reglamentos y las resoluciones emanadas de la Asamblea y de la Comisión Directiva;

ARTICULO 8°: La cuota social será establecida por la Asamblea General así como las contribuciones extraordinarias, cuotas adicionales y especiales.

ARTICULO 9°: Los asociados perderán su carácter de tales por: fallecimiento, renuncia, cesantía o expulsión.

ARTICULO 10°: Perderá su condición de asociado el que hubiere dejado de reunir las condiciones requeridas por este Estatuto para serlo. El Asociado que se atrase en el pago de tres cuotas o de cualquier otra contribución establecida, será notificado en forma fehaciente de su obligación de ponerse al día con Tesorería.

ARTICULO 11°: La Comisión Directiva podrá aplicar a los asociados las siguientes sanciones: a) **AMONESTACIÓN**; b) **SUSPENSIÓN**; c) **EXPULSIÓN**. Las mismas se graduarán de acuerdo a la gravedad de la falta y a las circunstancias del caso.

ARTICULO 12°: Las sanciones disciplinarias a que se refiere el artículo anterior serán resuelta por la Comisión Directiva, con estricta observancia del derecho de defensa.

TITULO IV - COMISIÓN DIRECTIVA Y ÓRGANO DE FISCALIZACIÓN -

ARTICULO 13°: La asociación será dirigida, representada y administrada por una Comisión Directiva compuesta por un número de **CUATRO(4)** miembros que desempeñaran los siguientes cargos: **PRESIDENTE, VICEPRESIDENTE , SECRETARIO, TESORERO.**

ARTICULO 15°: Para integrar los Órganos Sociales se requiere pertenecer a la categoría de socio activo, con una antigüedad de seis meses al 31 de diciembre último, ser mayor de veintiún años y encontrarse al día con Tesorería a la fecha de cierre de ejercicio último.

ARTICULO 16°: En caso de licencia, renuncia, fallecimiento o cualquier otra causa que ocasionare la ausencia transitoria o vacancia de un cargo titular, será cubierto en la forma prevista en este Estatuto.

ARTICULO 17°: La Comisión Directiva se reunirá con la periodicidad que determine en su primera sesión y, además, en forma extraordinaria toda vez que sea citada por el Presidente o a solicitud de tres (3) de sus miembros, debiendo en estos casos celebrarse la reunión dentro de los cinco (5) días de formulado el pedido. Las citaciones se efectuarán en la forma y con la antelación dispuesta en la primera sesión anual. Las reuniones de la Comisión Directiva se efectuarán con el quórum legal que lo forma la presencia de no menos de la mitad más uno de los miembros titulares, debiéndose adoptar las resoluciones por simple mayoría de los presentes, salvo para las reconsideraciones que requerirán el voto de las dos terceras partes

de los mismos, en sesión de igual o mayor número de asistentes a aquella que resolvió el asunto a reconsiderar.

ARTICULO 18°: Son atribuciones y obligaciones de la Comisión Directiva:

- a) Ejecutar las resoluciones de las Asambleas, cumplir y hacer cumplir este Estatuto y los reglamentos, interpretándolos en caso de duda, con cargo de dar cuenta a la Asamblea más próxima que se celebre;
- b) Ejercer la administración de la Entidad;
- c) Convocar a Asambleas;
- d) Resolver la admisión de los que soliciten ingresar como socios, ad referendum de la asamblea;
- e) Dejar cesante, amonestar, suspender o expulsar a los socios;
- f) Presentar a la Asamblea General Ordinaria, la Memoria, Balance General, Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos e Informe de la Comisión Revisora de Cuentas. Todos estos documentos deberán ser puestos en conocimiento de los socios con la anticipación requerida por el Art. 27° para la convocatoria a Asamblea General Ordinaria;

ARTICULO 19°: Cuando por cualquier circunstancia la Comisión Directiva quedare en la imposibilidad de formar quórum, una vez incorporados los suplentes, los miembros restantes procederán, dentro de los quince (15) días, a convocar a Asamblea General Extraordinaria a los fines de elegir reemplazantes que completarán mandatos. En la misma forma se procederá en el supuesto de vacancia total del cuerpo. En esta última situación, procederá que el Órgano de Fiscalización cumpla con la convocatoria precitada; todo ello sin perjuicio de las responsabilidades que incumban a los miembros renunciantes o que hayan efectuado abandono del cargo.

ARTICULO 20°: La Comisión Revisora de Cuentas tendrá las siguientes atribuciones y obligaciones:

- a) Examinar los libros y documentos de la asociación por lo menos cada tres meses;
- b) Asistir a las sesiones de la Comisión Directiva cuando lo estime necesario;
- c) Fiscalizar la administración y la percepción e inversión de los fondos sociales, comprobando frecuentemente el estado de caja y la existencia de los títulos y valores de toda especie;
- d) Verificar el cumplimiento de las leyes, estatutos y reglamentos;
- e) Dictaminar sobre la Memoria, Inventario, Balance General y Cuenta de Gastos y Recursos presentados por la Comisión Directiva;
- f) Convocar a Asamblea General Ordinaria cuando omitiere hacerlo la Comisión Directiva;

TITULO V - DEL PRESIDENTE -

ARTICULO 21°: El Presidente, tiene los siguientes deberes y atribuciones:

- a) Ejercer la representación de la Entidad;
- b) Convocar a las sesiones de la Comisión Directiva y presidir éstas y las Asambleas;
- d) Tendrá derecho a voto en las sesiones de Comisión Directiva, al igual que los demás miembros del cuerpo y, en caso de empate, votará nuevamente para desempatar;
- e) Firmar con el Secretario, las actas de las Asambleas y de las sesiones de la Comisión Directiva, la correspondencia y todo documento emanado de la asociación;
- f) Autorizar con el Tesorero las cuentas de gastos firmando los recibos y demás documentos de Tesorería, de acuerdo con lo resuelto por la Comisión Directiva, no

permitiendo que los fondos sociales sean invertidos en objetos ajenos a lo prescripto por este Estatuto;

g) Dirigir las discusiones, suspender y levantar las sesiones de la Comisión Directiva y Asambleas cuando se altere el orden o falte el debido respeto;

h) Velar por la buena marcha y administración de la asociación, observando y haciendo observar el estatuto, reglamento y resoluciones de las Asambleas y de la Comisión Directiva;

TITULO VI - DEL SECRETARIO -

ARTICULO 22°: El Secretario o quien lo reemplace estatutariamente, tiene los siguientes deberes y atribuciones:

a) Asistir a las Asambleas y sesiones de la Comisión Directiva, redactando las actas respectivas, las que asentará en el libro correspondiente y firmará con el Presidente;

b) Firmar con el Presidente la correspondencia y todo documento de la asociación;

TITULO VII - DEL TESORERO -

ARTICULO 23°: El Tesorero, o quien lo reemplace estatutariamente, tiene las siguientes atribuciones y obligaciones:

a) Asistir a las sesiones de la Comisión Directiva y a las Asambleas;

b) Llevar, de acuerdo con el Secretario, el Registro de Asociados, ocupándose de todo lo relacionado con el cobro de las cuotas sociales;

c) Llevar los Libros de Contabilidad;

d) Presentar a la Comisión Directiva balances mensuales y preparar o hacer preparar anualmente el Balance General, Cuenta de Gastos y Recursos e

Inventario, que deberá aprobar la Comisión Directiva para ser sometidos a consideración de la Asamblea General Ordinaria;

e) Firmar con el Presidente los recibos y demás documentos de Tesorería efectuando los pagos autorizados por la Comisión Directiva.

TITULO VIII - DE LOS VOCALES TITULARES Y SUPLENTES

ARTICULO 24°: Corresponde a los Vocales Titulares:

- a) Asistir a las Asambleas y a las sesiones de la Comisión Directiva, con voz y voto;
- b) Desempeñar las comisiones y tareas encomendadas por la Comisión Directiva;
- c) Reemplazar a los miembros de la Comisión Directiva en casos de ausencia o vacancia, con las mismas atribuciones y obligaciones.

Corresponde al Vocal Suplente:

- a) Reemplazar a los vocales titulares en los casos de ausencia o de vacancia, en cuyo caso tendrán iguales deberes y atribuciones;

TITULO IX - DE LAS ASAMBLEAS

ARTICULO 25°: Habrá dos clases de Asambleas Generales: Ordinarias y Extraordinarias.

Las Asambleas Generales Ordinarias tendrá lugar una vez por año, dentro del ciento veinte (120) días corridos al cierre del Ejercicio, cuya fecha de clausura será el 31 de Diciembre de cada año y en ellas se deberá:

- a) Considerar, aprobar o modificar la Memoria, Balance General, Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos e Informe del Órgano de Fiscalización;
- b) Elegir en su caso, mediante voto secreto y directo, a los miembros de la Junta Electoral, de la Comisión Directiva y del Órgano de Fiscalización;
- c) Tratar cualquier otro asunto incluido en el Orden del Día;

ARTICULO 26°: Las Asambleas Generales Extraordinarias serán convocadas siempre que la Comisión Directiva lo estime necesario o cuando lo soliciten

Órgano de Fiscalización o el diez por ciento (10 %) de los asociados con derecho a voto.

ARTICULO 27°: Las Asambleas Generales serán convocadas con no menos de quince (15) días de antelación y se informará a los asociados mediante transparente en la Sede Social y/o circulares a domicilio, con por lo menos diez (10) días de anticipación, debiéndose expresar fecha, hora, lugar de celebración y orden del día a considerar.

Con la misma antelación deberá ponerse a disposición de los asociados la Memoria,

ARTICULO 28°: Cuando se sometan a consideración de la Asamblea reformas al estatuto o reglamentos, el proyecto de las mismas deberá ponerse a disposición de los socios con no menos de quince días de anticipación. En las Asambleas no podrán tratarse otros asuntos que los expresamente comprendidos en el Orden del Día.

ARTICULO 29°: Las Asambleas se celebrarán válidamente, aún en los casos de reformas de estatuto, fusión, escisión y de disolución social, sea cual fuere el número de socios presentes, una (1) hora después de la fijada en la convocatoria, si antes no hubiere reunido la mitad más uno de los socios en condiciones de votar.

ARTICULO 30°: Las resoluciones de las Asambleas se adoptarán por mayoría de votos de los socios presentes con derecho a voto, salvo los casos de fusión o escisión en que será necesario por lo menos el voto favorable de dos tercios de tales asociados.

ARTICULO 32°: Para la elección de autoridades se adopta el sistema de voto secreto y directo, por la lista completa de candidatos, no siendo admisible el voto por poder.

ARTICULO 33°: Para el caso que sea oficializada una sola lista de candidatos a autoridades, no será necesario el acto eleccionario. En consecuencia, la Asamblea procederá a proclamarlos como autoridades electas. Constituirlos en su seno, para proclamarlos posteriormente.

TITULO XI - DISOLUCIÓN –

ARTICULO 34°: La Asamblea no podrá decretar la disolución de la Entidad, mientras exista suficiente cantidad de socios dispuestos a sostenerla en un número equivalente al quórum mínimo requerido a la Comisión Directiva, quienes en tal caso, se comprometerán a perseverar en el cumplimiento de los objetivos sociales. De hacerse efectiva la disolución se designarán liquidadores, que podrán ser, la misma Comisión Directiva o cualquier otra comisión de asociados que la Asamblea designare.

TITULO XII - DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTICULO 35°: No se exigirá la antigüedad establecida en el Art. 15° del presente estatuto, durante los dos (2) primeros años de vigencia del mismo.

ARTICULO 36°: Facultase a la Comisión Directiva o a la persona que la misma designare al efecto para considerar, y en su caso aceptar las observaciones que las autoridades competentes pudieren formular al presente Estatuto, incluso en posteriores reformas al mismo, salvo cuando se trate de aspectos fundamentales en la vida institucional.

.....
Secretaria

.....
Presidente

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Niveles jerárquicos

La estructura jerárquica de la empresa ROSSO BAR estará establecida por los siguientes niveles jerárquicos:

a) Nivel directivo

El nivel directivo hace referencia al máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuáles operará, está conformado por el dueño de la empresa

b) Nivel ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente – Administrador el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de las gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

c) Nivel asesor

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

d) Nivel de apoyo

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

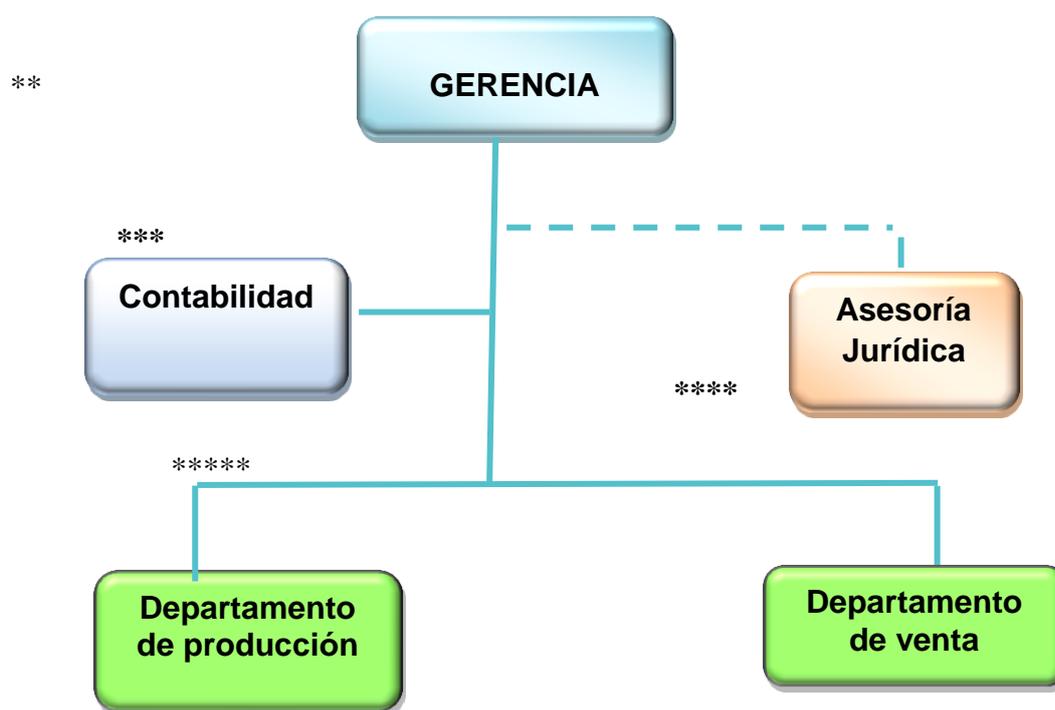
e) Nivel operativo

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en los labores de producción o el proceso productivo.

Organigrama

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general.

Gráfico N° 43: Organigrama estructural de ROSSO BAR

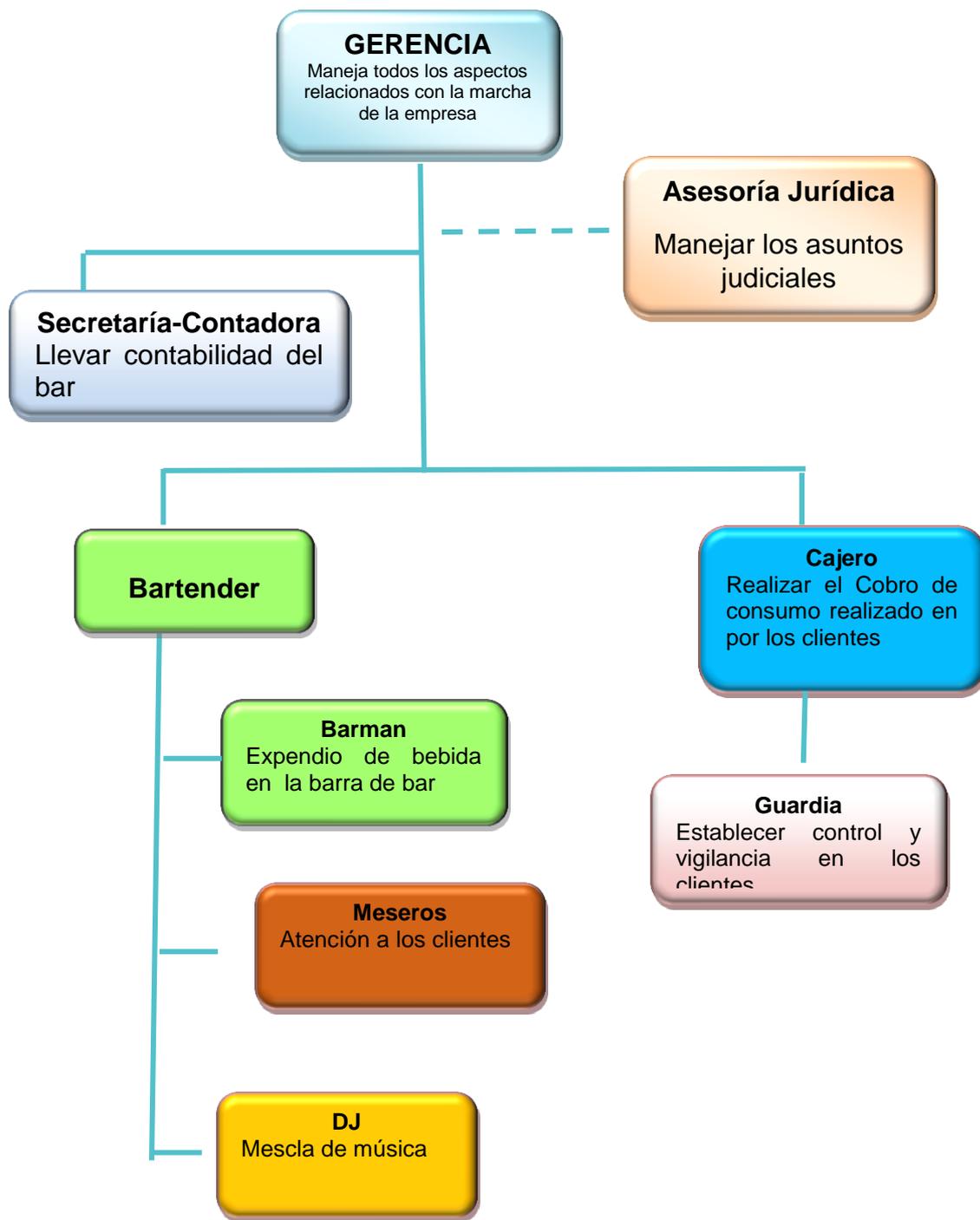


- * Nivel Legislativo
- ** Nivel Ejecutivo
- *** Nivel Asesor
- **** Nivel Auxiliar
- ***** Nivel Operativo

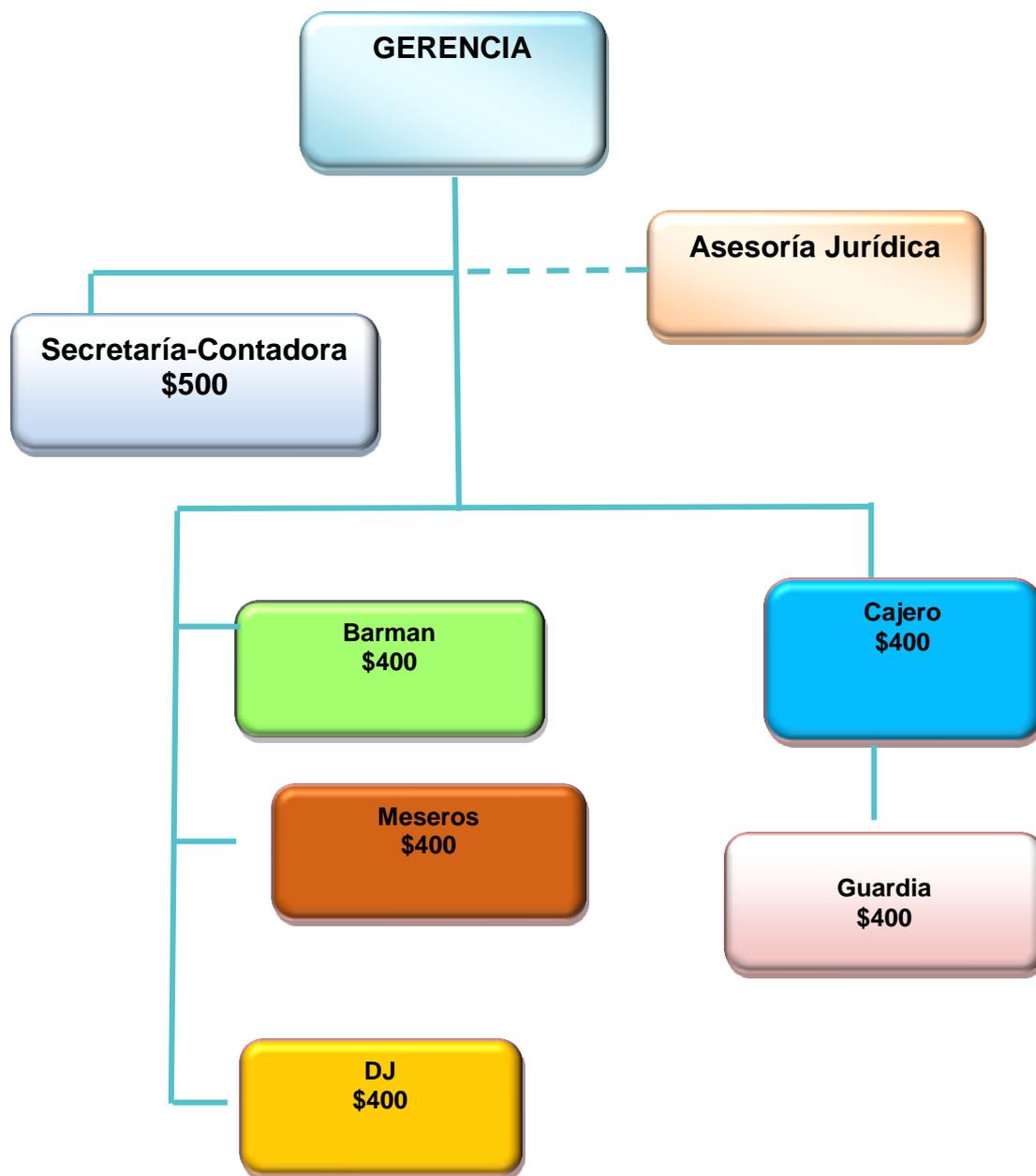
Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Campo

Gráfico N° 44: Organigrama Funcional de ROSSO BAR



Elaborado por: El Autor
Fuente: Investigación de Campo

Gráfico 45: Organigrama posicional ROSSO BAR

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación de Campo

Manual de funciones

Cuadro N° 50: Manual de funciones del Gerente



Puesto: **Gerente**

Código:001 **Relación Jerárquica:** Nivel Ejecutivo **Supervisa:** Tiene a cargo supervisar todo el personal del establecimiento

Objetivo del Puesto

Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas del Bar.

Perfil del Cargo

Trabajan con dependencia, el cargo principal es lograr un crecimiento rentable tanto a corto y largo plazo.

Funciones

- Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera del ROSSO BAR.
- Controlar las actividades planificadas para el bar.
- Tomar decisiones sobre las actividades operativas de la entidad.
- Controlar las acciones de los trabajadores del bar.
- Fomentar la cultura y filosofía empresarial.
- Aprobar y firmar reportes, emisión de cheques por adquisiciones de bienes, y servicios.
- Efectuar un control de las entradas y salidas del efectivo con la finalidad de garantizar la liquidez de la entidad.
- Elaborar un presupuesto anual
- Realizar un análisis de la situación financiera del Bar para facilitar la toma de decisiones.

Perfil del ocupante

Título: Ingeniero en administración de empresas

Experiencia Laboral: Entre 1 a 3 años de haber trabajado en el puesto de trabajo.

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro Nº 51: Manual de funciones del Asesor Jurídico

Puesto:

Asesor Jurídico**Código:**002**Relación Jerárquica:** Nivel Asesor**Supervisa:** No Aplica**Objetivo del Puesto**

Brinda sustento jurídico a las decisiones del Gerente General.

Perfil del Cargo**Responsabilidad por el manejo de información confidencial y por la oportunidad y calidad en la ejecución de las funciones asignadas.****Funciones**

- Representar a la Empresa cuando fuera solicitado su concurso para tratar asuntos de carácter legal.
- Asesorar al Gerente General en asuntos de carácter jurídico.
- Emitir opinión sobre temas jurídicos a solicitud de la Gerencia General.
- Elaborar los informes que se le solicite.
- Revisar los contratos en los que participa la entidad.
- Participar en la creación de políticas empresariales
- Presentar informes sobre los casos legales que se estén llevando a cabo.
- Verificar que la entidad cumpla con todas las normas y permisos necesarios para el desarrollo de su actividad económica.

Perfil del ocupante

Título: Abogado colegiado con Maestría en Derecho

Experiencia Laboral: 1 a 2 años en el ejercicio de la profesión.

Elaborado por: El autor**Fuente:** Investigación de Campo

Cuadro N° 52: Manual de funciones de Secretaria**Puesto:**

Secretaria-Contadora

Código:003**Relación**

Nivel Auxiliar

Jerárquica:**Supervisa:**

A todo el personal del nivel operativo del Bar

Objetivo del Puesto

Realiza labores de secretaria o de asistente directa del Gerente.

Perfil del Cargo

- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal del Bar y los clientes del mismo.

Funciones

- Atender vía telefónica y personalizada.
- Comunicar e información a nivel general.
- Elaborar informes de forma periódica sobre la situación de la entidad.
- Mantener al día los archivos, documentos e información financiera.
- Registrar los movimientos económicos del Bar.
- Recibir y registra correspondencia.
- Revisar y corregir documentos que ingresen o se emitan por parte de la empresa.
- Manejar con respeto la información personal e institucional que dispone.
- Atender a los visitantes, contactos telefónicos con actitud de prontitud, calidad eficiencia atendiendo los requerimientos de manera satisfactoria.

Perfil del ocupante**Título:** Abogado colegiado con Maestría en Derecho**Experiencia Laboral:** De 1 a 2 años en el ejercicio de la profesión.**Elaborado por:** El autor**Fuente:** Investigación de Campo

Cuadro N° 53: Manual de funciones del Barman



Puesto: Barman

Código:004

Relación Jerárquica:
Nivel Operativo

Supervisa: Gerente

Objetivo del Puesto

Proporcionar los servicios de bar a los clientes de conformidad a los solicitado por los clientes

Perfil del Cargo

Buena Relaciones Humanas

Funciones

- ✓ Conocer todos los tipos de bebidas que tiene el bar.
 - ✓ Conocer la preparación de bebidas compuestas.
 - ✓ Conocer el tipo de cristalería donde servir cada bebida.
 - ✓ Levantar inventarios para solicitar lo faltante en el almacén.
 - ✓ Elaborar una pequeña exposición de bebidas para promocionar y atraer clientes.
 - ✓ Cerrar el bar y proteger todos los artículos.
 - ✓ Realizar un inventario de las botellas abiertas y vendidas.
-

Perfil del ocupante

Título: Bachiller

Experiencia Laboral: Mínima 1 año en servicio y preparación de cócteles.

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 54: Manual de funciones del Mesero



Puesto: Mesero

Código:005

Relación Jerárquica:
Nivel Operativo

Supervisa: Barman

Objetivo del Puesto

Ser cortés y de buenos modales, con espíritu de servicio simpatía y personalidad, conocer los conceptos básicos de servicio al cliente como: servicio de bar y conocimiento básico de licores.

Perfil del Cargo

Trabajo en equipo, amable con el cliente y ganas de trabajar.

Funciones

- ✓ Asistir al trabajo debidamente aseado en general.
- ✓ Conocer el uso de su material y equipo de trabajo.
- ✓ Demostrar al cliente amabilidad y cortesía
- ✓ Sugerir los cocteles, y bebidas especiales del bar.
- ✓ Conocer la manera correcta de servir los cocteles y bebidas.
- ✓ Conocer y aplicar el sistema correcto de comandos para escribir las ordenes de pedido
- ✓ Limpiar mesas, ceniceros, lámparas de mesa, pisos, etc.
- ✓ Demostrar responsabilidad y respeto.
- ✓ Conocer el correcto manejo de la loza y cristalería.

Perfil del ocupante

Título: Bachiller

Experiencia Laboral: 2 años en la rama, disponibilidad de tiempo.

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 55: Manual de funciones del DJ**Puesto:** DJ**Código:**006**Relación Jerárquica:**
Nivel Operativo**Supervisa:**
Barman y Mesero**Objetivo del Puesto**

Controlar la cabina de audio, mezclar la mejor música para crear un ambiente de calidad.

Perfil del Cargo

Tener buena coordinación motora y concentración como toda actividad artística para seleccionar música de diferentes artistas y hacer sonar como una sola.

Funciones

- ✓ Conocer sobre mezcla de géneros musicales.
- ✓ Elegir dentro de un repertorio, los temas que más concuerden con cada situación y cada público.
- ✓ Mantener limpio todo el material audiovisual.
- ✓ Evitar acumular vasos de bebidas en su zona.
- ✓ Informar que no está permitido fumar.
- ✓ Verificar que los clientes se encuentre en un ambiente adecuado.
- ✓ Mantener a la gente activa
- ✓ Complacer a los clientes
- ✓ Conservar el material necesario
- ✓ Colocar al final dicha canción.

Perfil del ocupante**Título:** Egresado**Experiencia Laboral:** 2 años, en el cargo y disponibilidad de tiempo.**Elaborado por:** El autor**Fuente:** Investigación de Campo

Cuadro N° 56: Manual de funciones del Cajero



Puesto: Cajero

Código:008

Relación Jerárquica:
Nivel Operativo

Supervisa:

Objetivo del Puesto

Garantizar las operaciones de una unidad de caja, efectuando actividades de recepción y entrega de dinero en efectivo y demás objetos de valor, a fin de lograr la cancelación de los pagos que correspondan a través de caja.

Perfil del Cargo

- Conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez
- Manejo de computador, registradora y calculadora.

Funciones

- Registrar directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.
- Elaborar periódicamente relación de ingresos y egresos por caja.
- Realizar depósitos bancarios.
- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo.

Perfil del ocupante

Título: Bachiller, mas curso de contabilidad o de cajero.

Experiencia Laboral: 1 año máximo en rama similar.

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 57: Manual de funciones del Guardia**Puesto:** Guardia**Código:**007**Relación Jerárquica:**
Nivel Operativo**Supervisa:**
Gerente**Objetivo del Puesto**

Su misión fundamental es la de prevenir cualquier acción que atente o ponga en peligro el bienestar de las personas o bienes de la empresa a proteger, como así también la de brindar información y asistir o socorrer en caso de emergencias.

Perfil del Cargo

Ser puntual y prestar su servicio con prolijidad.

Funciones:

- ✓ Cumplir con las órdenes impartidas por sus superiores jerárquicos.
- ✓ Garantizar confidencialidad en todas sus tareas y obligaciones.
- ✓ Mantener el orden dentro de las instalaciones.
- ✓ Cuidar las instalaciones y bienes del lugar de trabajo.
- ✓ Evitar el consumo de alimento o bebidas alcohólicas durante el servicio.
- ✓ Verificar en el caso de portar armas o garrotes, los mismos deberán de estar correctamente asegurados al cinto y en perfectas condiciones.
- ✓ Proteger la integridad de los clientes
- ✓ Resguardar a los artistas invitados
- ✓ Expulsar personas que se encuentran ocasionando problemas de seguridad.
- ✓ Verificar que los clientes al momento de entrar al establecimiento cuenten con las cédulas de identidad.

Perfil del ocupante

Título: Bachiller en cualquier especialidad.

Experiencia Laboral: 3 años en funciones inherentes al cargo.

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Corresponde a la cuantificación para la adquisición de activos. El financiamiento de las inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto, provendrán de dos fuentes: aporte del socio de la empresa y la solicitud de un crédito a una entidad Bancaria de la localidad.

Inversión

Son las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase preparativa y operativa de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: fijos, diferidos. Las inversiones se clasifican en tres categorías: activos fijos; activos diferidos y capital de trabajo.

Inversiones en activos fijos

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de servicio o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos tenemos: equipamiento de planta y la dotación de los principales servicios básicos, etc.

a) Terreno

Cuadro N° 58: Terreno

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Terreno	1	19.000,00	19.000,00
Total			19.000,00

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

b) **Construcción de Edificio****Cuadro N° 59: Edificio**

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Construcción de un planta	1 Planta	40.000,00	40.000,00
Total			40.000,00

Elaborado por: El autor**Fuente:** Investigación de Campo

- c) **Equipos:** Aquí agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso de servicio.

Cuadro N° 60: Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Consolas de Sonido	2	500,00	1.000,00
Consolas de Luces	1	150,00	150,00
Cajas de audio	3	1.000,00	3.000,00
Luces	8	300,00	2.400,00
Refrigeradora	2	2.000,00	4.000,00
Congelador	1	1.500,00	1.500,00
Micrófonos	3	200,00	600,00
Total			12.650,00

Elaborado por: El Autor**Fuente:** Investigación de Campo

- d) **Muebles y Enseres:** Son aquellos muebles que se requieren para poder brindar confort al usuario cuando estos hagan uso del servicio.

Cuadro N° 61: Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Sillas	100	50,00	5.000,00
Muebles Grandes	10	300,00	3.000,00
Barra	1	3.000,00	3.000,00
Exhibidora de botellas	1	500,00	500,00
Taburetes	50	40,00	2.000,00
Mesas	25	80,00	2.000,00
Total			15.500,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Campo

- e) **Equipo de oficina.-** Concierno a los equipos necesarios para mejorar las actividades de la parte administrativa, y ofrecer un servicio rápido y de calidad.

Cuadro N° 62: Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Fax	1	80	80
Sumadora	1	30	30
Teléfono	1	50	50
Total			160

Elaborado por: Morocho Pauta David Hugo

Fuente: Investigación de Campo

- f) **Equipo de cómputo.-** Pertenece al equipo tecnológico que se necesita para realizar labores dentro de la empresa.

Cuadro N° 63: Equipo de Computo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	2	500	1000
Impresora	1	150	150
Software	1	500	500
Total			1.650,00

Elaborado por: Morocho Pauta David Hugo

Fuente: Investigación de Campo

- g) **Resumen activos fijos.-** Son los costos totales a los que se debe incurrir para la adquisición de los activos fijos.

Cuadro N° 64: Resumen de activos Fijos

Detalle	valor
Terreno	19.000,00
Edificio	40.000,00
Equipos	12.650,00
Muebles y enseres	15.500,00
Equipo de oficina	160,00
Equipo de Computación	1.650,00
Total	88.960,00

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 58 al 63

Depreciaciones de Activos fijos

Las depreciaciones de los activos fijos se constituyen en la pérdida de valor de los bienes a larga duración los mismo que se deprecian de la siguiente manera como se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 65: Depreciación de Activos Fijos

Activo	%Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	10%	10	12.650,00	1.265,00	1.138,50
Muebles y Enseres	10%	10	15.500,00	1.550,00	1.395,00
Equipo de Oficina	10%	10	160,00	16,00	14,40
Equipo de Computación	33%	3	1.650,00	544,50	368,50
Edificio	5%	20	40.000,00	2.000,00	1.900,00
Total depreciaciones			69.960,00	5.375,50	4.816,40

Elaborado por: El Autor

Fuente: Cuadro N° 58

Reinversión

Cuadro N° 66: Depreciación de Activos Fijos para tercer año

Activo	%Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Equipo de Computación	33%	3	1.732,50	571,73	386,93
Total depreciaciones			1.732,50	571,73	386,93

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de campo

Cuadro N° 67: Depreciación de Activos Fijos para sexto año

Activo	%Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Equipo de Computación	33%	3	1.819,13	600,31	406,27
Total depreciaciones			1.819,13	600,31	406,27

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de campo

Cuadro N° 68: Depreciación de Activos Fijos para noveno año

Activo	%Depreciación Anual	Vida Útil (Años)	Valor del Activo	Valor Residual	Depreciación Anual
Equipo de Computación	33%	3	1.910,08	630,33	426,58
Total depreciaciones			1.910,08	630,33	426,58

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de campo

Inversión en activos diferidos

Se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

Estas inversiones se las realizan sobre activos constitutivos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente

Activos Diferidos.- Corresponde a la suma de los egresos que se deben realizar por adelantado

Cuadro N° 69: Inversión en permisos de funcionamientos

Detalle	Total
Elaboración de proyecto	1000
Permisos de Funcionamiento	400
Patentes	100
Gastos de Organización	250
Total	1.750,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación de Campo

Activo Circulante o Capital de trabajo

Estos valores son a los que se deben incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar durante un período de tiempo establecido, en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la prestación de los servicios originados.

- a) **Materia prima directa:** La materia prima para el bar es la electricidad, ya que sin ella no se podría dar iluminación al área del servicio como tampoco podría funcionar la maquinaria y equipo del mismo.

Cuadro N° 70: Materia prima

Detalle	Cantidad	Unidades de medida	Valor unitario	Valor total
Vodka	12	Caja de 12 unidades	84,00	1.008,00
Ron	22	Caja de 12 unidades	144,00	3.168,00
Jinebra	25	Caja de 12 unidades	156,00	3.900,00
Wisky	18	Caja de 12 unidades	360,00	6.480,00
Tequila	10	Caja de 12 unidades	180,00	1.800,00
Total mensual				16.356,00
Total anual				196.272,00

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

b) Materia prima indirecta: Aquí se encuentran las inversiones de tipo indirecto para ofrecer el servicio del bar, los mismos que se citan a continuación.

Cuadro N° 71: Materia prima indirecta

Detalle	Cantidad	Unidades de medida	Valor unitario	Valor total
Creimas	50	Caja de 12 Unidades	8,00	400,00
Azúcar	1	Quintal	60,00	60,00
Limón	10	Cientos	3,50	35,00
Sal	4	Funda 2k	1,35	5,40
Total mensual				500,40
Total anual				6.004,80

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

c) Mano de obra directa: Corresponde a los trabajadores que se requiere para poder brindar el servicio, siendo para la empresa, necesaria una persona en el área del servicio.

Cuadro N° 72: Mano de obra directa

Descripción	Precio Mensual	Precio Anual
Barman	\$ 529,10	\$ 6.349,20
Total	\$ 529,10	\$ 6.349,20

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 73: Rol de pagos de la mano de obra directa

N°	Cargo	Sueldo	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS 12,15%	Total Ingresos	Total Neto a recibir
1	Barman	400,00	33,33	30,50	16,67	48,6	29,10	529,10
Total mensual								529,10
Total anual								6.349,20

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

d) Mano de obra indirecta: se constituye en aquellos gastos incurridos en el personal que no tienen contacto directo con el producto.

Cuadro N° 74: Mano de obra indirecta

Descripción	Precio Mensual	Precio Anual
Mesero	\$ 562,42	\$ 6.749,04
Guardia	\$ 562,42	\$ 6.749,04
DJ	\$ 562,42	\$ 6.749,04
Total	\$ 1.687,26	\$ 20.247,12

Elaborado por: EL autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 75: Rol de pagos de la mano de obra indirecta

N ^o	Cargo	Sueldo	Décim o tercero	Décim o Cuarto	Vacacione s	Aporte Patrona I IESS 12,15%	Total Ingreso s	Total Neto a recibir
1	Mesero	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	562,42	562,42
1	Guardi a	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	562,42	562,42
1	DJ	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	562,42	562,42
TOTAL MENSUAL								1.687,26
TOTAL ANUAL								20.247,12

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

- e) **Gastos administrativos:** Son los gastos correspondientes a la parte administrativa de una empresa, en donde se considera los rubros como útiles de oficina, gastos en arriendos entre otros.

Cuadro N° 76: Sueldo Administrativo

Descripción	Precio Mensual	Precio Anual
Gerente	\$ 1.027,70	\$ 12.332,40
Contadora	\$ 653,75	\$ 7.845,00
Cajero	\$ 529,10	\$ 6.349,20
Total	\$ 2.210,55	\$ 26.526,60

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro N° 77: Rol de pagos del personal Administrativo

Nº	Cargo	Sueldo	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS 12,15%	Total Ingresos	Total Neto a recibir
1	Gerente	800,00	66,67	30,50	33,33	97,20	1.027,70	1.027,70
1	Secretaria- Contadora	500,00	41,67	30,50	20,83	60,75	653,75	653,75
1	Cajero	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	529,10	529,10
Total mensual								2.210,55
Total anual								26.526,60

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

- f) **Servicios básicos:** Son las obras municipales, a las que por derecho se accede, por los cuales se debe pagar un determinado precio, de acuerdo a necesidades específicas.

Cuadro N° 78: Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Consumo energía eléctrica	800	kw	0,09	72,24	866,88
Consumo agua	100	m3	0,25	25	300
Consumo teléfono	300	minutos	0,05	15	180
Total				112,24	1346,88

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

- g) **Gastos de publicidad:** Corresponde al rubro destinado para pagar los servicios de publicidad del servicio.

Cuadro N° 79: Publicidad

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Cuñas Radiales	15	3,00	45	540
Prensa Escrita	4	8,50	34	408
Cuña Televisiva	2	35,00	70	840
Decoración	1	1.000,00	1000	1000
Letrero	1	300,00	300	
Total			1449	2788

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

h) Menaje para el servicio: Son los utensilios que se utilizan para el buen servicio del bar.

Cuadro N° 80: Menaje

Detalle	Cantidad	Unidades de medida	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Vasos Vodka	8	12 Unidades	16,00	128,00	1.536,00
Vasos para Ron	8	12 Unidades	16,50	132,00	1.584,00
Vasos para Ginebra	8	12 Unidades	16,00	128,00	1.536,00
Vasos para Wisky	7	12 Unidades	15,00	105,00	1.260,00
Vasos para Tequila	8	12 Unidades	13,00	104,00	1.248,00
Descorchadores	6	Unidad	3,00	18,00	216,00
Jarra de Cristal	8	Unidad	4,20	33,60	403,20
Recipiente para preparar cocteles	3	Unidades	22,00	66,00	792,00
Hieleras	6	Unidades	3,50	21,00	252,00
Total				735,60	8.827,20

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

i) Suministros de Oficina.- Se estima que para el material de oficina corresponde a los siguientes elementos que se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 81: Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Resma de papel bond	1	Unidad	3,15	3,15	37,8
Bloque de facturero	1	unidad	10	10	120
esferos gráficos	3	Unidad	0,35	1,05	12,6
Carpeta	3	unidad	0,5	1,5	18
Total				15,7	188,4

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

- j) **Suministros de Limpieza.-** En referencia a los suministros de limpieza que se requieren para el bar, se determinan los siguientes elementos que se detallan a continuación:

Cuadro N° 82: Suministros de Limpieza

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Escobas	3	2,50	7,50	90,00
Cepillo de limpieza de baño	2	1,25	2,50	30,00
Cesto de basura	4	1,50	6,00	72,00
Desinfectantes	2	5,00	10,00	120,00
Trapeador	2	2,75	5,50	66,00
Franelas	4	0,70	2,80	16,80
Jabón liquido	3	3,25	9,75	117,00
TOTAL		8,25	44,05	511,80

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

Resumen de Activos Circulantes

Cuadro N° 83: Resumen de activos circulantes

Detalle	Total	Total anual
Materia Prima Directa	16.356,00	196.272,00
Materia prima Indirecta	500,40	6.004,80
Mano de Obra Directa	529,10	\$ 6.349,20
Mano de Obra Indirecta	1.687,26	20.247,12
Sueldo y Salario	2.210,55	26.526,60
Servicios Básicos	112,24	1346,88
Menaje para el servicio	735,60	8.827,20
Suministros de Oficina	15,70	188,4
Suministros de limpieza	44,05	511,8
Promoción Publicidad	1.449,00	2788
Total	23.639,90	269.062,00

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 70 al 82

Resumen de Inversión

Para poder llevar a cabo las actividades de la franquicia del ROSSO BAR se requerirá de la siguiente inversión:

Cuadro N° 84: Resumen de Inversión total

Detalle	Total	Porcentaje
Activos Fijos		
Terreno	19.000,00	
Edificio	40.000,00	
Equipos	12.650,00	
Muebles y enseres	15.500,00	
Equipo de oficina	160,00	
Equipo de Computación	1.650,00	
Total Activos Fijos	88.960,00	77,80%
Activos diferidos		
Elaboración de proyecto	1.000,00	
Permisos de Funcionamiento	400,00	
Patentes	100,00	
Gastos de Organización	250,00	
Total Activos Diferidos	1.750,00	1,53%
Activos Circulantes		
Materia Prima Directa	16.356,00	
Materia prima Indirecta	500,40	
Mano de Obra Directa	529,10	
Mano de Obra Indirecta	1.687,26	
Sueldo y Salario	2.210,55	
Servicios Básicos	112,24	
Arriendo	0,00	
Menaje para el servicio	735,60	
Suministros de Oficina	15,70	
Suministros de limpieza	44,05	
Promoción Publicidad	1.449,00	
Servicios Profesionales	0,00	
Total Activos Circulantes	23.639,90	20,67%
Total Inversión	114.349,90	100,00%

Elaborado por: El autor**Fuente:** Cuadro N° 64, 69 y 83

Financiamiento

El determinar el monto de inversión necesaria para poder llevar a cabo el proyecto de implementación de la franquicia del ROSSO BAR en Catamayo, es importante determinan las fuentes de financiamiento que permitirán canalizar estos recursos para la ejecución del proyecto. Para lo cual se clasifican en dos fuentes de financiamiento interno y externo

Fuente de financiamiento

Fuente Interna

La fuente interna hace referencia al aporte del capital del dueño del negocio, el mismo que es del 34,55% de la inversión total lo que da un valor de \$39.590,98 dólares americanos.

Fuente Externa

La fuente externa tiene relación con el crédito a solicitarse el mismo que tendrá un plazo de cinco años, con una tasa de efectiva máxima para proyecto de inversión de las PYMES que es de 11.83% interés anual y cuotas semestrales de amortización. El mismo que tiene una aportación del 65,45% lo que representa la cantidad de 75.000 dólares americanos.

Cuadro N° 85: Fuentes de Financiamiento

Financiamiento	Valor	%
Fuente Interna	39.349,90	34,41%
Fuente Externa	75.000,00	65,59%
TOTAL	114.349,90	100,00%

Elaborado por: El autor

Fuente: Banco de Guayaquil

Cuadro N° 86: Amortización de Crédito

Capital	75.000,00
Interés	11,83%
Amortización	Semestralmente
Numero de Pagos	10
Interés del periodo	5,92%
Dividendo	$D=(C*i*(1+i)^n /((1+i)^n - 1))$ 6.493,79

Periodos	Saldo anterior	Dividendo	Interés	Amortización	Saldo final
0	75.000,00				75.000,00
1	75.000,00	6.493,79	4.436,25	2.057,54	72.942,46
2	72.942,46	6.493,79	4.314,55	2.179,25	70.763,21
3	70.763,21	6.493,79	4.185,64	2.308,15	68.455,06
4	68.455,06	6.493,79	4.049,12	2.444,68	66.010,38
5	66.010,38	6.493,79	3.904,51	2.589,28	63.421,10
6	63.421,10	6.493,79	3.751,36	2.742,44	60.678,67
7	60.678,67	6.493,79	3.589,14	2.904,65	57.774,02
8	57.774,02	6.493,79	3.417,33	3.076,46	54.697,56
9	54.697,56	6.493,79	3.235,36	3.258,43	51.439,12
10	51.439,12	6.493,79	3.042,62	3.451,17	47.987,95
11	47.987,95	6.493,79	2.838,49	3.655,31	44.332,65
12	44.332,65	6.493,79	2.622,28	3.871,52	40.461,13
13	40.461,13	6.493,79	2.393,28	4.100,52	36.360,61
14	36.360,61	6.493,79	2.150,73	4.343,06	32.017,55
15	32.017,55	6.493,79	1.893,84	4.599,96	27.417,59
16	27.417,59	6.493,79	1.621,75	4.872,04	22.545,55
17	22.545,55	6.493,79	1.333,57	5.160,22	17.385,32
18	17.385,32	6.493,79	1.028,34	5.465,45	11.919,87
19	11.919,87	6.493,79	705,06	5.788,73	6.131,14
20	6.131,14	6.493,79	362,66	6.131,14	- 0,00

Elaborado por: El autor

Fuente: Banco de Guayaquil

Cuadro Nº 87: Proyección de Costos

COSTOS DE PRODUCCION	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	196.272,00	203.534,06	211.064,82	218.874,22	226.972,57	235.370,55	244.079,26	253.110,20	262.475,27	272.186,86
Materia Prima Indirecta	6.004,80	6.226,98	6.457,38	6.696,30	6.944,06	7.200,99	7.467,43	7.743,72	8.030,24	8.327,36
Mano de Obra Directa	6.349,20	6.615,87	6.893,73	7.183,27	7.484,97	7.799,34	8.126,91	8.468,24	8.823,90	9.194,51
TOTAL COSTO PRIMO	208.626,00	216.376,91	224.415,93	232.753,79	241.401,60	250.370,88	259.673,60	269.322,16	279.329,42	289.708,73
GASTOS DE FABRICACIÓN										
Mano de Obra Indirecta	20.247,12	21.097,50	21.983,59	22.906,90	23.868,99	24.871,49	25.916,10	27.004,57	28.138,76	29.320,59
Suministro de Limpieza	511,80	530,74	550,37	570,74	591,85	613,75	636,46	660,01	684,43	709,76
Menaje	8.827,20	9.153,81	9.492,50	9.843,72	10.207,94	10.585,63	10.977,30	11.383,46	11.804,65	12.241,42
Amortización de Activos Diferidos	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
Depreciación Maquinaria y Equipo	1.138,50	1.138,50	1.138,50	1.138,50	1.138,50	1.138,50	1.138,50	1.138,50	1.138,50	1.138,50
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	30.899,62	32.095,54	33.339,97	34.634,86	35.982,29	37.384,38	38.843,36	40.361,54	41.941,34	43.585,27
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	26.526,60	27.640,72	28.801,63	30.011,30	31.271,77	32.585,18	33.953,76	35.379,82	36.865,77	38.414,14
Suministros de oficina	188,40	195,37	202,60	210,10	217,87	225,93	234,29	242,96	251,95	261,27
Servicios Básicos	1.346,88	1.396,71	1.448,39	1.501,98	1.557,56	1.615,19	1.674,95	1.736,92	1.801,19	1.867,83
Depreciación Muebles y Enseres	1.395,00	1.395,00	1.395,00	1.395,00	1.395,00	1.395,00	1.395,00	1.395,00	1.395,00	1.395,00
Depreciación Equipo de Oficina	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40
Depreciación Equipo de Computación	368,50	368,50	368,50	5.402,73	5.402,73	5.402,73	5.431,31	5.431,31	5.431,31	5.461,33
Depreciación Edificio	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	31.739,78	32.910,70	34.130,52	40.435,50	41.759,32	43.138,43	44.603,71	46.100,41	47.659,62	49.313,96
GASTOS DE VENTA										
Publicidad y propaganda	2.788,00	2.891,16	2.998,13	3.109,06	3.224,09	3.343,39	3.467,09	3.595,37	3.728,40	3.866,35
TOTAL GASTOS VENTA	2.788,00	2.891,16	2.998,13	3.109,06	3.224,09	3.343,39	3.467,09	3.595,37	3.728,40	3.866,35
GASTOS FINANCIEROS										
Interes del prestamo	8.750,80	8.234,76	7.655,87	7.006,48	6.277,98	5.460,76	4.544,01	3.515,59	2.361,91	1.067,72
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	8.750,80	8.234,76	7.655,87	7.006,48	6.277,98	5.460,76	4.544,01	3.515,59	2.361,91	1.067,72
COSTO TOTAL	282.804,20	292.509,07	302.540,42	317.939,69	328.645,29	339.697,83	351.131,77	362.895,07	375.020,70	387.542,03

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación de Campo

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Para el todo el proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se ha determinado establecer el precio unitario en referencia al costo total de producción dividido para las unidades a producirse dando como resultado para el primer año \$9,16 y se le añadirá un 25% de utilidad.

Presupuestos de Ingresos

Cuadro N° 88: Presupuesto de ingreso

Años	Costos Totales	Cantidad en unidades anuales	Costo Unitario	Margen de utilidad 25%	Precio Venta al Público	Ventas Totales
1	282.804,20	31.200	9,06	2,27	11,33	353.505,25
2	292.509,07	33.150	8,82	2,21	11,03	365.636,34
3	302.540,42	35.100	8,62	2,15	10,77	378.175,52
4	317.939,69	37.050	8,58	2,15	10,73	397.424,61
5	328.645,29	37.050	8,87	2,22	11,09	410.806,61
6	339.697,83	37.050	9,17	2,29	11,46	424.622,29
7	351.131,77	37.050	9,48	2,37	11,85	438.914,71
8	362.895,07	37.050	9,79	2,45	12,24	453.618,84
9	375.020,70	37.050	10,12	2,53	12,65	468.775,87
10	387.542,03	37.050	10,46	2,61	13,07	484.427,54

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 45 y Cuadro N° 87

Clasificación de Costos

Los costos se clasifican en costos fijos y variables se distribuyen de conformidad a la relación de la capacidad productiva de la empresa.

Costos Fijos.- Son aquellos gastos que se originan constantemente independientemente del nivel de producción.

Costos variables.- Son aquellos elementos que varían de conformidad con el volumen de producción.

Cuadro N° 89: Presupuesto Costos Fijos y Variables

COSTOS DE PRODUCCION	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLES
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		196.272,00		226.972,57		272.186,86
Materia Prima Indirecta		6.004,80		6.944,06		8.327,36
Mano de Obra Directa		6.349,20		7.484,97		9.194,51
TOTAL COSTO PRIMO		208.626,00		241.401,60		289.708,73
GASTOS DE FABRICACIÓN						
Mano de Obra Indirecta		20.247,12		23.868,99		29.320,59
Suministro de Limpieza	511,80		591,85		709,76	
Menaje	8.827,20		10.207,94		12.241,42	
Amortización de Activos Diferidos	175,00		175,00		175,00	
Depreciación Maquinaria y Equipo	1.138,50		1.138,50		1.138,50	
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	10.652,50	20.247,12	12.113,29	23.868,99	14.264,68	29.320,59
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	26.526,60		31.271,77		38.414,14	
Suministros de oficina	188,40		217,87		261,27	
Servicios Basicos	1.346,88		1.557,56		1.867,83	
Servicios Profesionales	0,00		0,00		0,00	
Depreciacion Muebles y Enseres	1.395,00		1.395,00		1.395,00	
Depreciacion Equipo de Oficina	14,40		14,40		14,40	
Depreciacion Equipo de Computacion	368,50		5.402,73		5.461,33	
Depreciación Edificio	1.900,00		1.900,00		1.900,00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	31.739,78		41.759,32		49.313,96	
GASTOS DE VENTA						
Publicidad y propaganda	2.788,00		3.224,09		3.866,35	
TOTAL GASTOS VENTA	2.788,00		3.224,09		3.866,35	
GASTOS FINANCIEROS						
Interes del prestamo	8.750,80		6.277,98		1.067,72	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	8.750,80		6.277,98		1.067,72	
COSTO TOTAL	53.931,08	228.873,12	63.374,69	265.270,59	68.512,71	319.029,32
TOTAL	282.804,20		328.645,29		387.542,03	

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 81

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominados por algunos autores como Punto Muerto, por en el no hay ni pérdida ni ganancias.

PUNTO DE EQUILIBRIO - AÑO N° 1

Método Matemático

- En Función de las Ventas

$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$
--

$$PE = \frac{53.931,08}{1 - \frac{228.873,12}{353.505,25}}$$

$$PE = \frac{53.931,08}{1 - 0,647439097}$$

$$PE = \$152.969,54$$

- En Función de la Capacidad Instalada

Fórmula:

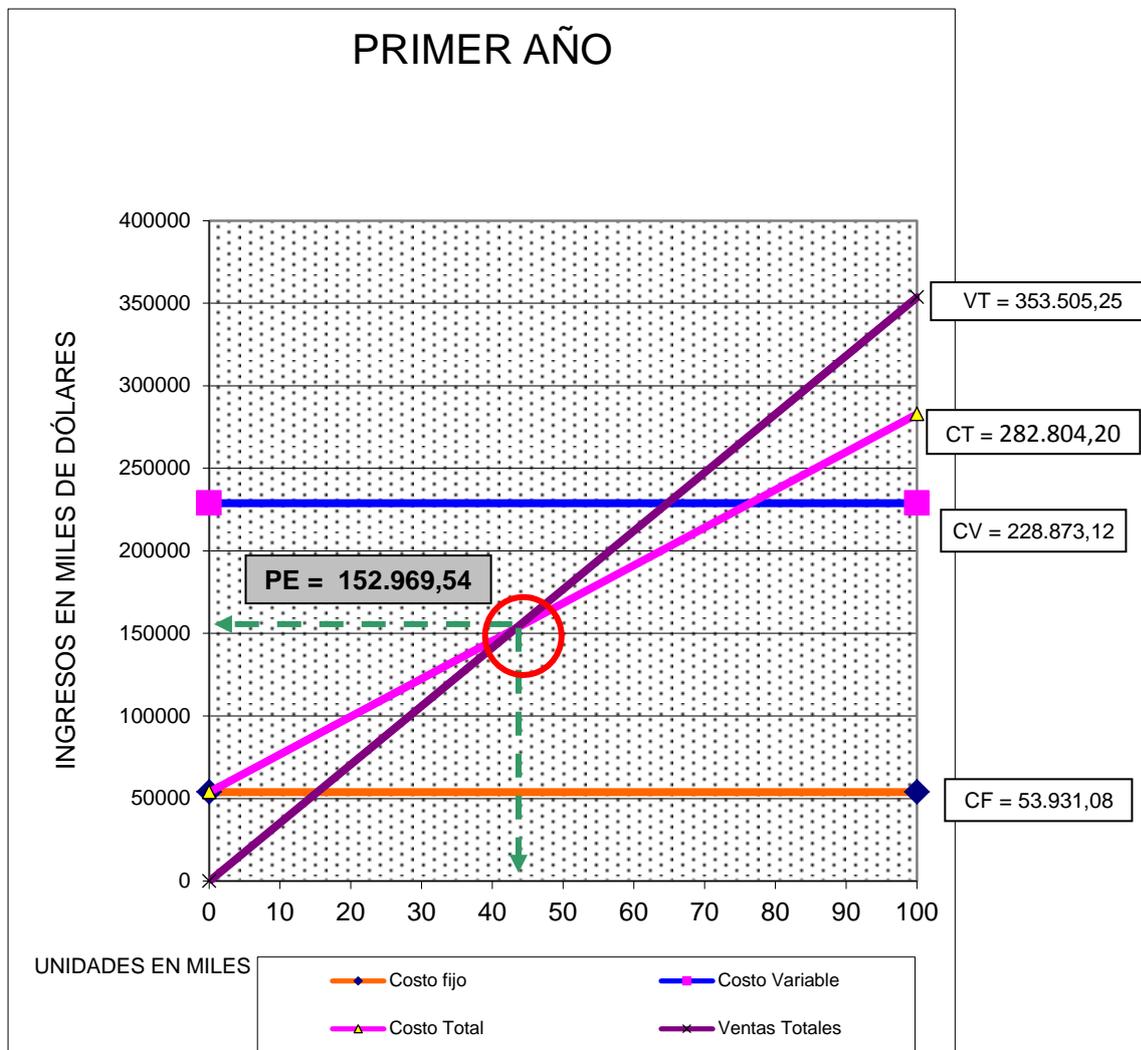
$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$

$$PE = \frac{53.931,08}{353.505,25 - 228.873,12} \times 100$$

$$PE = 43,27 \%$$

Método Gráfico

Gráfico N° 46: Punto de equilibrio Año 1



Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 89

Análisis

El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 43,27% y con un ingreso en las ventas de USD. 152.969,54 en este punto la empresa no gana ni pierde.

PUNTO DE EQUILIBRIO - AÑO N° 5

Método Matemático

- En Función de las Ventas

$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$
--

$$PE = \frac{63.379,69}{1 - \frac{265.270,59}{410.806,61}}$$

$$PE = \frac{63.379,69}{1 - 0,645731065}$$

$$PE = \$178.902,76$$

- En Función de la Capacidad Instalada

Fórmula:

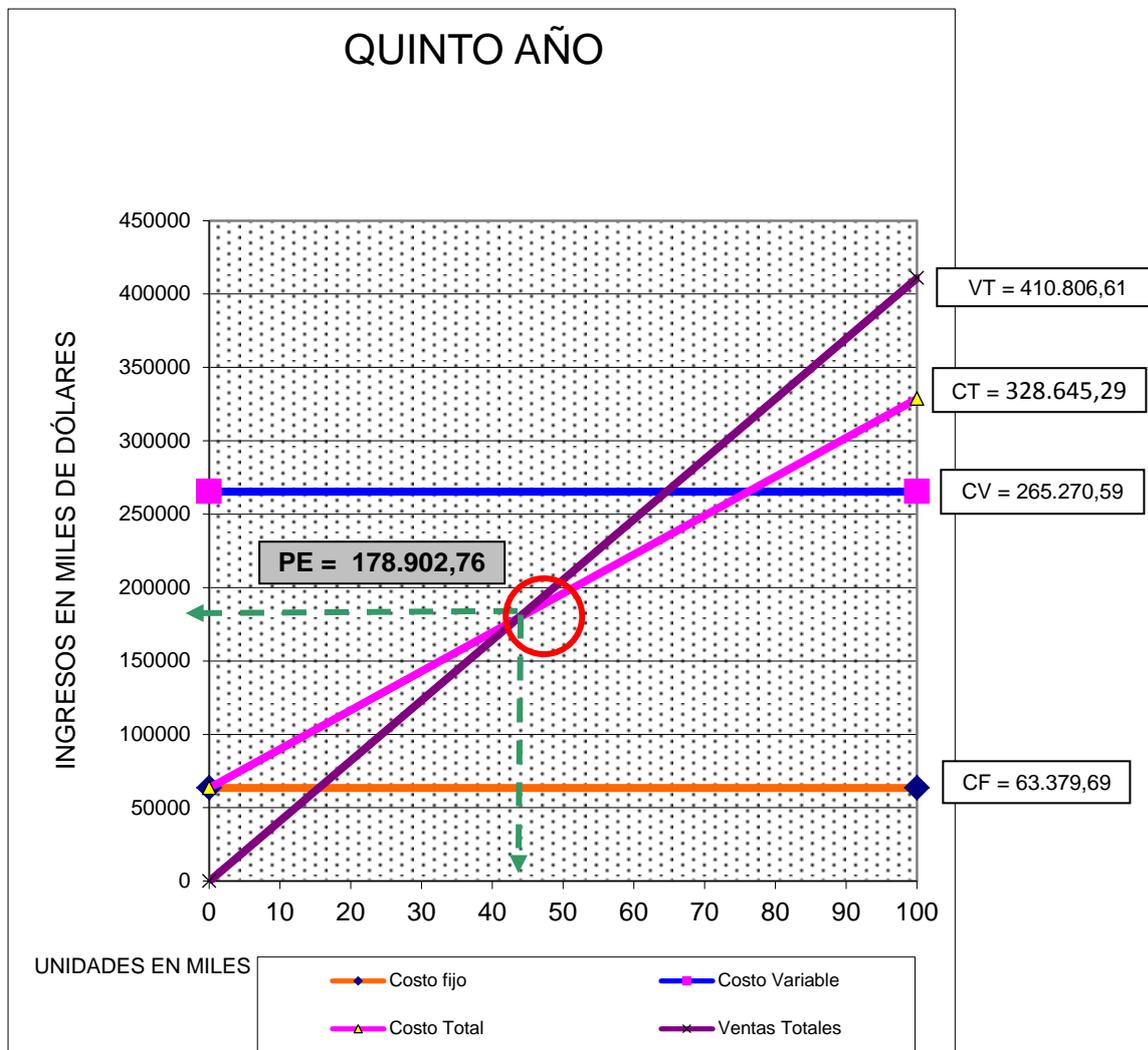
$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$

$$PE = \frac{63.379,69}{410.806,61 - 265.270,59} \times 100$$

$$PE = 43,55 \%$$

Método Gráfico

Gráfico N° 47: Punto de equilibrio Año 5



Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 89

Análisis

El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 43,55% y con un ingreso en las ventas de USD. 178.902,76 en este punto la empresa no gana ni pierde.

PUNTO DE EQUILIBRIO - AÑO N° 10

Método Matemático

- En Función de las Ventas

$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos Totales}}}$
--

$$PE = \frac{68.512,71}{1 - \frac{319.029,32}{484.427,54}}$$

$$PE = \frac{68.512,71}{1 - 0,658569741}$$

PE = \$202.663,85

- En Función de la Capacidad Instalada

Fórmula:

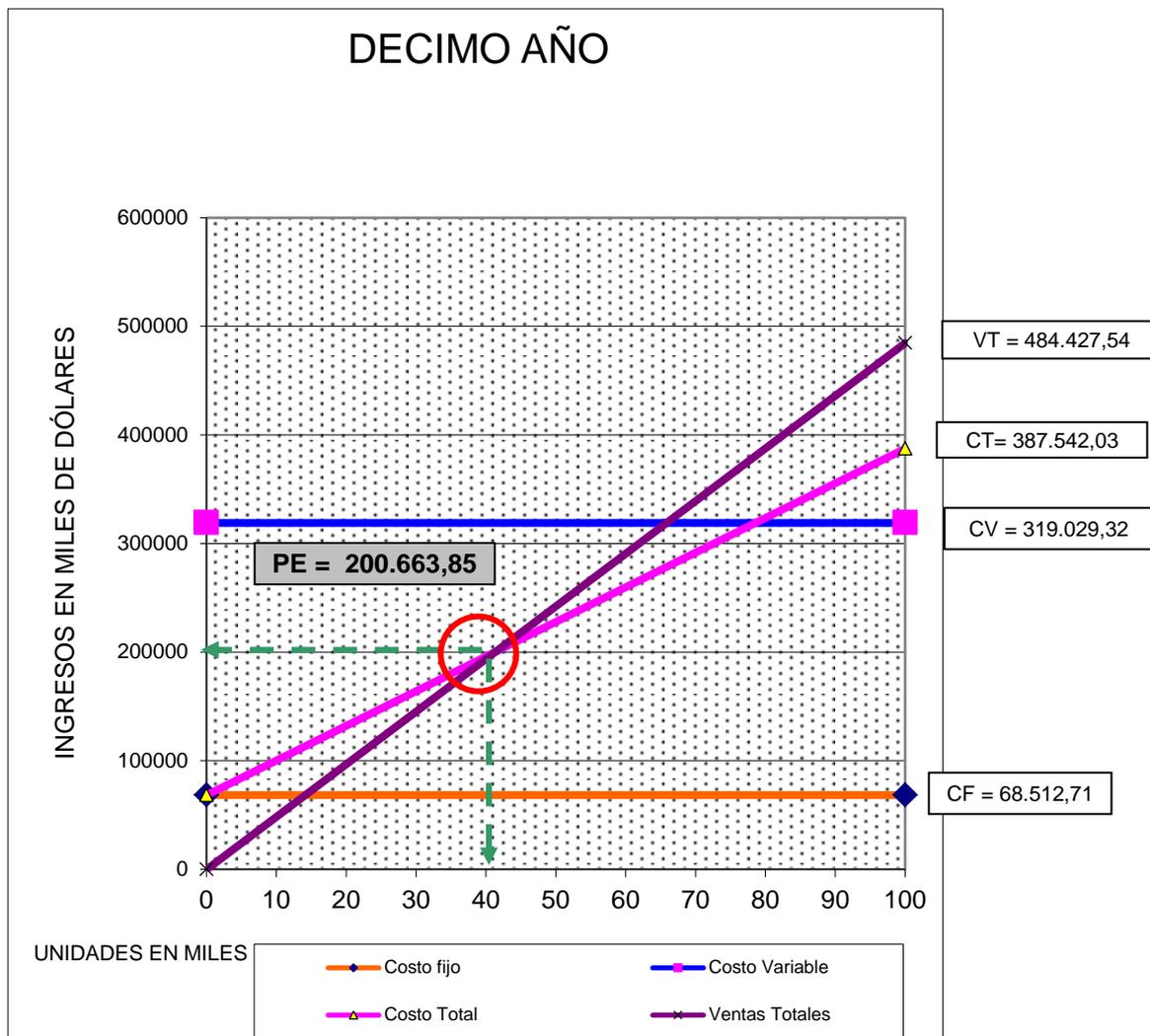
$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$

$$PE = \frac{68.512,71}{484.427,54 - 319.029,32} \times 100$$

PE = 41,42 %

Método Gráfico

Gráfico N° 48: Punto de equilibrio Año 10



Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 89

Análisis

El Punto de Equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una Capacidad Instalada del 41,42% y con un ingreso en las ventas de USD. 200.663,85 en este punto la empresa no gana ni pierde.

Estados financieros Proforma

Cuadro N° 90: Estado de perdida y Ganancia

Especificaciones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS										
Ingres por Ventas	353.505,25	365.636,34	378.175,52	397.424,61	410.806,61	424.622,29	438.914,71	453.618,84	468.775,87	484.427,54
EGRESOS										
Total Egresos	282.804,20	292.509,07	302.540,42	317.939,69	328.645,29	339.697,83	351.131,77	362.895,07	375.020,70	387.542,03
Utilidad Bruta	70.701,05	73.127,27	75.635,10	79.484,92	82.161,32	84.924,46	87.782,94	90.723,77	93.755,17	96.885,51
(-) 15% Utilidad a trabajadores	10.605,16	10.969,09	11.345,27	11.922,74	12.324,20	12.738,67	13.167,44	13.608,57	14.063,28	14.532,83
(=) Utilidad antes de Imp. A la Renta	60.095,89	62.158,18	64.289,84	67.562,18	69.837,12	72.185,79	74.615,50	77.115,20	79.691,90	82.352,68
(-)22% Impuesto a la Renta	13.221,10	13.674,80	14.143,76	14.863,68	15.364,17	15.880,87	16.415,41	16.965,34	17.532,22	18.117,59
Utilidad antes de Reserva Legal	46.874,80	48.483,38	50.146,07	52.698,50	54.472,96	56.304,92	58.200,09	60.149,86	62.159,68	64.235,09
(-) 10% de Reserva legal	4.687,48	4.848,34	5.014,61	5.269,85	5.447,30	5.630,49	5.820,01	6.014,99	6.215,97	6.423,51
Utilidad Neta	42.187,32	43.635,04	45.131,47	47.428,65	49.025,66	50.674,42	52.380,08	54.134,87	55.943,71	57.811,58

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 88 y 89

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El flujo de caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Cuadro N° 91: Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		353.505,25	365.636,34	378.175,52	397.424,61	410.806,61	424.622,29	438.914,71	453.618,84	468.775,87	484.427,54
Credito del Banco de Guayaquil	75.000,00										
Capital propio	39.349,90										
Valor de Rescate				544,50			571,73			600,31	2.831,00
Total de Ingresos	114.349,90	353.505,25	365.636,34	378.720,02	397.424,61	410.806,61	425.194,02	438.914,71	453.618,84	469.376,18	487.258,54
EGRESOS											
Activo Fijo	88.960,00										
Activo Diferido	1.750,00										
Activo Circulante	23.639,90										
Reinversión					1.732,50			1.819,13			1.910,08
Presupuesto de Operación		282.804,20	292.509,07	302.540,42	317.939,69	328.645,29	339.697,83	351.131,77	362.895,07	375.020,70	387.542,03
TOTAL EGRESOS	114.349,90	282.804,20	292.509,07	302.540,42	319.672,19	328.645,29	339.697,83	352.950,89	362.895,07	375.020,70	389.452,11
UTILIDAD BRUTA		70.701,05	73.127,27	76.179,60	77.752,42	82.161,32	85.496,18	85.963,82	90.723,77	94.355,49	97.806,43
15% Utilidad a los Trabajadores		10.605,16	10.969,09	11.426,94	11.662,86	12.324,20	12.824,43	12.894,57	13.608,57	14.153,32	14.670,96
Utilidad antes de impuestos		60.095,89	62.158,18	64.752,66	66.089,56	69.837,12	72.671,76	73.069,24	77.115,20	80.202,16	83.135,46
22% Impuesto a la Renta		13.221,10	13.674,80	14.245,59	14.539,70	15.364,17	15.987,79	16.075,23	16.965,34	17.644,48	18.289,80
UTILIDAD NETA		46.874,80	48.483,38	50.507,08	51.549,86	54.472,96	56.683,97	56.994,01	60.149,86	62.557,69	64.845,66
Amortización Activo Diferido		175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
Depreciación Activo		4.816,40	4.816,40	4.816,40	5.402,73	5.402,73	5.402,73	5.431,31	5.431,31	5.431,31	5.461,33
FUJO DE CAJA		51.866,20	53.474,78	55.498,48	57.127,58	60.050,68	62.261,69	62.600,32	65.756,17	68.164,00	70.481,99

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 88 y 89

EVALUACIÓN FINANCIERA

Valor Actual Neto (VAN)

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el **VAN** es mayor a uno se hace la inversión
- Si el **VAN** es menor a uno se rechaza la inversión
- Si el **VAN** es igual a uno es indiferente para la inversión

Cuadro N° 92: Valor Actual Neto

<i>Periodo</i>	<i>Flujo Neto</i>	<i>Factor Actualización</i> 11,83%	<i>Valor Actualizado</i>
0			
1	51.866,20	0,8453	43.842,94
2	53.474,78	0,7996	42.759,47
3	55.498,48	0,7150	39.683,15
4	57.127,58	0,6394	36.526,88
5	60.050,68	0,5718	34.334,15
6	62.261,69	0,5113	31.832,52
7	62.600,32	0,4572	28.619,91
8	65.756,17	0,4088	26.882,52
9	68.164,00	0,3656	24.918,97
10	70.481,99	0,3269	23.040,66
		Sumatoria	332.441,16
		Inversión inicial	114.349,90
		VAN	218.091,26

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 91

$VAN = \text{Sumatoria Flujo Neto} - \text{Inversión}$

$VAN = 332.441,16 - 114.349,90$

$VAN = 218.091,26$

El valor actual neto en el presente proyecto es de 218.091,26; por lo tanto se acepta el proyecto.

Periodo de Recuperación de Capital

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original. En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

Cuadro N° 93: Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL			
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0	114.349,90		
1		51.866,20	51.866,20
2		53.474,78	105.340,97
3		55.498,48	160.839,45
4		57.127,58	217.967,03
5		60.050,68	278.017,71
6		62.261,69	340.279,41
7		62.600,32	402.879,73
8		65.756,17	468.635,90
9		68.164,00	536.799,90
10		70.481,99	607.281,89

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 91

$$\begin{aligned}
 \text{PRC} &= \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}} \\
 \text{PRC} &= 2 + \frac{114.349,90 - 51.866,20}{51.866,20} \\
 \text{PRC} &= 2 + \frac{62.483,70}{51.866,20} \\
 \text{PRC} &= 2 + 1,20 \\
 \text{PRC} &= 3,20
 \end{aligned}$$

- 3,20= 3 años
- 0,20 x 12 = 2,40 = 4 meses
- 0,40 x 30 = 12,00 = 12 días

Análisis

La inversión del proyecto se recuperará en 3 años, 4 meses y 12 días

Tasa Interna De Retorno

Se interpretar como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión. Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

Cuadro N° 94: Tasa Interna de retorno

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 47,45%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 47,50%	VAN MAYOR
0	114.349,90				
1	51.866,20	0,6782	35.175,45	0,6780	35.163,52
2	53.474,78	0,4599	24.595,71	0,4596	24.579,04
3	55.498,48	0,3119	17.311,98	0,3116	17.294,38
4	57.127,58	0,2116	12.085,56	0,2113	12.069,18
5	60.050,68	0,1435	8.615,77	0,1432	8.601,18
6	62.261,69	0,0973	6.058,32	0,0971	6.046,01
7	62.600,32	0,0660	4.131,08	0,0658	4.121,28
8	65.756,17	0,0448	2.942,92	0,0446	2.934,95
9	68.164,00	0,0304	2.068,96	0,0303	2.062,66
10	70.481,99	0,0206	1.450,88	0,0205	1.445,97
	SUMATORIA		114.436,62		114.318,16
	INVERSIÓN INICIAL		114.349,90		114.349,90
	VAN		86,72		-31,74

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 91

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANMenor}{VAN Menor - VAN Mayor} \right)$$

$$TIR = 47,45 + 0,05 \left(\frac{86,72}{33,56 - (-31,74)} \right)$$

$$TIR = 47,45 + 0,05 \left(\frac{86,72}{118,46} \right)$$

$$TIR = 47,45 + 0,05 (0,73)$$

$$TIR = 47,49\%$$

Análisis

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de **47,49%** siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

Relación Beneficio / Costo

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el periodo del proyecto.

- ✓ Si R (B/C) es mayor a uno se acepta el proyecto
- ✓ Si R (B/C) es igual a uno el proyecto es indiferente
- ✓ Si R (B/C) es menor a uno no se acepta el proyecto

Cuadro N° 95: Relación Beneficios Costo

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACT. ACT. 13,50%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACT. 13,50%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	282.804,20	0,845	239.056,80	353.505,25	0,8453	298.821,00
2	292.509,07	0,800	233.895,94	365.636,34	0,7996	292.369,93
3	302.540,42	0,715	216.325,86	378.175,52	0,7150	270.407,32
4	319.672,19	0,639	204.395,61	397.424,61	0,6394	254.109,83
5	328.645,29	0,572	187.903,89	410.806,61	0,5718	234.879,87
6	339.697,83	0,511	173.677,21	424.622,29	0,5113	217.096,51
7	352.950,89	0,457	161.363,76	438.914,71	0,4572	200.665,11
8	362.895,07	0,409	148.359,20	453.618,84	0,4088	185.449,00
9	375.020,70	0,366	137.097,74	468.775,87	0,3656	171.372,18
10	389.452,11	0,327	127.312,43	484.427,54	0,3269	158.360,03
			1.829.388,44			2.283.530,77

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 91

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = \frac{2.283.530,77}{1.829.388,44}$$

$$R (B/C) = 1,25 \quad \text{Dólares}$$

Análisis

Del resultado obtenido se deduce que la relación Beneficio-Costo para el proyecto es mayor que 1, por lo tanto es financieramente aceptable la ejecución del proyecto, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,25 centavos de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 12,24% en los costos y una disminución del 6,82% en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Análisis de sensibilidad con el incremento del 12,24% en los costos

Cuadro N° 96: Análisis de sensibilidad con incremento en costos

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTADO 12,24%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR
					32,17%		32,22%	
0								
1	282.804,20	317.391,15	353.505,25	36.114,10	0,7566	27.323,97	0,7563	27.313,64
2	292.509,07	328.282,93	365.636,34	37.353,41	0,5724	21.382,79	0,5720	21.366,62
3	302.540,42	339.541,11	378.175,52	38.634,41	0,4331	16.733,07	0,4326	16.714,09
4	319.672,19	358.768,10	397.424,61	38.656,51	0,3277	12.667,51	0,3272	12.648,36
5	328.645,29	368.838,60	410.806,61	41.968,00	0,2479	10.405,28	0,2475	10.385,62
6	339.697,83	381.242,88	424.622,29	43.379,41	0,1876	8.137,41	0,1872	8.118,97
7	352.950,89	396.116,79	438.914,71	42.797,92	0,1419	6.074,25	0,1416	6.058,19
8	362.895,07	407.277,14	453.618,84	46.341,70	0,1074	4.976,33	0,1071	4.961,29
9	375.020,70	420.885,73	468.775,87	47.890,14	0,0812	3.890,90	0,0810	3.877,68
10	389.452,11	437.082,10	484.427,54	47.345,43	0,0615	2.910,38	0,0612	2.899,39
					SUMATORIAS	114.501,89		114.343,85
					INVERSIÓN INICIAL	114.349,90		114.349,90
					VAN	151,99		-6,05

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 91

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor} \right)$$

$$NTIR = 32,17 + 0,05 \left(\frac{151,99}{61,40 - (-96,51)} \right)$$

$$NTIR = 32,17 + 0,05 \left(\frac{151,99}{158,04} \right)$$

$$NTIR = 32,17 + 0,05 (0,96)$$

$$NTIR = 32,22\%$$

TIR DEL PROYECTO =47,49%

$$\text{Diferencias TIR} = 47,49 - 32,22 = 15,21 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 15,21 / 47,49 = 32,07\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 32,07 / 32,22 = \mathbf{0,995}$$

Análisis

En el presente proyecto se considera que el porcentaje máximo en el incremento en los costos **12,24%** ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos por cuanto se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 y es positivo indicando que el proyecto es rentable.

Análisis de sensibilidad con disminución del 6,82% en los costos

Cuadro N°97: Análisis de Sensibilidad con disminución

PERIODO	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DECREMENTADO 6,82%	COSTO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ.	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ.	VAN MAYOR
					32,17%		32,22%	
0								
1	353.505,25	329.396,19	282.804,20	46.591,99	0,7566	35251,56	0,7563	35238,23
2	365.636,34	340.699,94	292.509,07	48.190,87	0,5724	27586,65	0,5720	27565,79
3	378.175,52	352.383,95	302.540,42	49.843,53	0,4331	21587,89	0,4326	21563,41
4	397.424,61	370.320,25	319.672,19	50.648,06	0,3277	16597,06	0,3272	16571,97
5	410.806,61	382.789,60	328.645,29	54.144,31	0,2479	13424,20	0,2475	13398,84
6	424.622,29	395.663,05	339.697,83	55.965,22	0,1876	10498,35	0,1872	10474,55
7	438.914,71	408.980,73	352.950,89	56.029,83	0,1419	7952,23	0,1416	7931,21
8	453.618,84	422.682,04	362.895,07	59.786,96	0,1074	6420,12	0,1071	6400,73
9	468.775,87	436.805,36	375.020,70	61.784,66	0,0812	5019,78	0,0810	5002,72
10	484.427,54	451.389,58	389.452,11	61.937,47	0,0615	3807,37	0,0612	3792,99
						114.447,37		114.338,24
						114.349,90		114.349,90
						97,47		-11,66

Elaborado por: El autor

Fuente: Cuadro N° 91

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor} \right)$$

$$NTIR = 32,17 + 0,05 \left(\frac{97,47}{97,47 - (-11,66)} \right)$$

$$NTIR = 32,17 + 0,05 \left(\frac{97,47}{109,13} \right)$$

$$NTIR = 32,17 + 0,05 (0,89)$$

$$NTIR = 32,21\%$$

TIR DEL PROYECTO = 47,49%

$$\text{Diferencias TIR} = 47,49 - 32,21 = 15,28 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 15,28 / 47,49 = 32,18\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 32,18 / 32,21 = \mathbf{0,999}$$

Análisis

En el presente proyecto se considera que el porcentaje máximo de disminución de ingresos es del **6,82%** ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos por cuanto se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 y es positivo, lo que indica que el proyecto es rentable.

h. CONCLUSIONES

Al finalizar el desarrollo del presente trabajo investigativo se determinaron las siguientes conclusiones:

- Al efectuar el Estudio de Mercado se puede determinar que existe una demanda efectiva de 539.173 y una oferta de 79.483, datos que permitieron determinar que existe una demanda insatisfecha de 459.690.
- La franquicia de Rosso Bar se ubicará en el Cantón Catamayo en las calles 18 de Noviembre y en la calle Bolívar. Tendrá una capacidad instalada para 39.000 personas, para el primer año se hará uso del 80% dando una capacidad utilizada de 31.200 personas al año.
- La empresa Rosso Bar se constituirá legalmente, constará de una estructura organizacional que está conformado por un nivel legislativo que se constituye en gerente de la empresa, el nivel ejecutivo lo conforman el asesor jurídico, un nivel asesor que es la secretaria contadora, y un nivel operativo que son el área de barra, Barman, Cabina del DJ, de seguridad y el área de venta, para lo cual se determinó un manual de funciones para cada nivel organizacional.
- En el estudio Financiero se pudo determinar que se requieren en activos fijos un valor de \$88.960,00 en activos diferidos una cantidad de \$1.750,00 y en activos de capital \$23.639,90 lo que da un total de

presupuesto de inversión de 114.349,90. El mismo que se financia en un 34,41% por el dueño del proyecto y el 65,59% serán financiados por entidades bancarias.

- Se efectuó la evaluación financiera mediante los indicadores de evaluación obteniendo los siguientes resultados: en el Valor actual neto (VAN) de 218.091,26; tasa interna de retorno (TIR) es de 47,49%, el periodo de recuperación de capital será de 3 años 2 meses y 12 días, relación beneficio - costo será de \$1,25 centavos y el Análisis de Sensibilidad será sensible con un aumento de 12,24% en costos y una disminución del 6,82% en ingresos

i. RECOMENDACIONES

Al determinar las conclusiones del presente trabajo de tesis se establecen las siguientes recomendaciones:

- Efectuar campañas de publicidad y promoción con la finalidad de poder acoger al máximo la demanda insatisfecha y así posicionar exitosamente a la entidad en el mercado competitivo.
- Se recomienda aprovechar el máximo de la capacidad instalada con el propósito de poder obtener una mayor rentabilidad que le permita mejorar la situación económica de la entidad para que pueda extender y así fomentar el desarrollo socioeconómico del sector.
- Se sugiere que el personal de trabajo del Bar realizar las actividades establecidas en el manual de funciones respetando el nivel jerárquico con el objetivo que el servicio de la entidad lleve a cabo de manera eficiente satisfaciendo los requerimientos de las personas, lo cual contribuye a la identidad del negocio.
- Se recomienda poner en práctica el presente proyecto de inversión, ya que desde el punto de vista financiero demuestra rentabilidad para la empresa, además se podrá mejorar la situación económica de Catamayo, fomentado fuente de trabajo.

j. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, García. (2004) Planificación y desarrollo de proyectos. México.
- Avendaño, Cruz. Rafael. (2013) Investigaciones de un bar
- Baca, U. G. (2012). *Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición. Pg. 3
- Casado, Ana Belén (2000) Dirección de Marketing
- Cueva, Carlos (2001) Enfoque gerencial y de Gestión. PP. 14
- Espinoza, Fernández. Saúl. 2010. Los proyectos de inversión. Costa Rica. Tecnología de Costa Rica. pág. 19-28
- Ettinger, K. (2010). *Administración y Productividad*. Toronto
- Fernández, Saúl. (2007) Los proyectos de inversión
- Fundamentos de Marketing.- KOTLER, Philip.-Edic.-2013.- PP.-712
- García, Francisco & Gil, Mario. (2004). Hostelería y Turismo
- García, Pedro. (2016) Operaciones básicas y servicios en bar y cafetería.
- ILPES, (2006) Guía para la presentación de proyectos
- ILPES, Planificación económica y social. PP.121
- Kriesberg, Martin (2000) Mejoramiento de los sistemas de comercialización. PP. 3
- López, Mario Hernán. (2004) Los proyectos Sociales.
- Lusthaus, Charles (2002) Evaluación organizacional.
- Miño, J. (2013). *Planificación estratégica*. Editorial Tembuilder
- Morales, César. (2012). Bar. <http://es.slideshare.net/Nekpausini/bar-14533961>
- Pérez, Luis- MARKETING SOCIAL. PP.60

- Ramírez & Cajigas. (2004) Proyectos de inversión competitivos. Colombia
- Rosales, José (2002) Elementos de microeconomía
- Vaca, U. G. (2014). *Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición
- Van, H. J. (2012). *Fundamentos Administracion Financiera*. México: Perarson Educación
- Rojas, Medina Ricardo Alfredo. 2007. Sistemas de Costos Un proceso para su implementación. Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Pág. 9
- Finnerty, John. Fundamentos de administración financiera.PP.387

k. ANEXOS

ANEXO 1: FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

a. TEMA:

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA ROSSO BAR PARA EL CANTÓN CATAMAYO, PROVINCIA DE LOJA”

b. PROBLEMÁTICA

En la actualidad la realidad económica por la que está atravesado el Ecuador está originando la creación de nuevas empresas, donde las pequeñas y medianas entidades se han convertido en una fuente principal de ingresos económicos para el país.

Los pequeños y medianos emprendedores mediante sus empresas han logrado crear fuentes de trabajo permitiendo mejora la calidad de vida de una población, constituyéndose en un motor de la economía ecuatoriana.

Los seres humanos por naturaleza tienen a relacionarse entre sí, es decir que están acostumbrados a vivir en una sociedad a crear grupos de amigos con los cuales realizan diferentes actividades para distraerse y divertirse en su tiempo libre.

En la actualidad en un mundo de globalización que habitamos, el stress es una enfermedad que afecta a la sociedad en general, donde las personas buscan diversas actividades recreativas como son el asistir a lugares donde puedan

escuchar música, ingerir alimentos y bebidas con el propósito de bajar las tensiones y sentirse mejor.

Los bares son establecimientos escogidos por las personas como un sitio de distracción y recreación, ya que en él pueden conversar mientras degustan de diversos tipos de licores o bebidas.

En el Cantón Catamayo se ha podido apreciar que existen pocos sitios que ofrezcan este servicio, donde puedan las familias o grupos de amigos divertirse y salir de la rutina diaria. A demás estas instalaciones no ofrecen un servicio de calidad, como es la infraestructura, atención al clientes entre otros ocasionando insatisfacción sobre las necesidades de diversión de la población Catamayense.

Por lo antes expuesto se ha determinado como problema central de la presente investigación: ***La inexistencia de un bar que ofrezca un servicio de calidad ocasionan insatisfacción en las necesidades de diversión en la población de Catamayo.***, por tal motivo se ha determinado desarrollar el presente trabajo investigativo, para proveer un sitio de diversión de calidad para las personas del sector y lugares aledaños.

c. OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un proyecto de inversión para la implementación de una Franquicia Rosso Bar en el cantón Catamayo de la provincia de Loja.

ESPECIFICOS

- Realizar el estudio de mercado, con el fin de determinar la demanda, la oferta y establecer la demanda insatisfecha, para la implementación de una la implementación de una Franquicia Rosso Bar en la ciudad de Catamayo
- Realizar el estudio técnico, para determinar el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto.
- Diseñar el estudio organizacional, donde se establece la estructura administrativa para el funcionamiento de la Franquicia de Rosso Bar.
- Determinar mediante el estudio financiero, los presupuestos, la inversión y las fuentes de financiamiento para la implementación y puesta en marcha del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera, para determinar la rentabilidad del proyecto mediante la aplicación de los indicadores de evaluación tales como: Valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de capital, relación beneficio - costo y Análisis de Sensibilidad.

d. METODOLOGÍA

Para desarrollar el presente proyecto de investigación, se utilizaran algunos métodos como:

MÉTODO DEDUCTIVO

Considera que las conclusiones se hallan implícitas dentro de las premisas; en otras palabras nos dice que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas; cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión será verdadera.

A través de este método se puede partir de lo general a lo particular, tomando datos sobre los proyectos de inversión, leyes, reglamentos; con el objetivo de desarrollar de la mejor manera cada uno de los estudios.

MÉTODO INDUCTIVO

Es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares; es un método muy usual donde se obtiene por cuatro fases; la observación de los hechos, la clasificación y el estudio de los hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización y la contrastación

Por medio de este método se reconocerán los problemas específicos, recopilando información para analizar información recurrente al ROSSO BAR; y se podrá conocer las particularidades de los servicios que va a prestar el bar.

MÉTODO DESCRIPTIVO

Define, clasifica, cataloga o caracteriza el objeto de estudio. Cuando tiene la finalidad de conseguir descripciones generales diremos que es de tipo nomotético, y

cuando la finalidad es la descripción de objetos específicos diremos que es ideográfica. Hace referencia a las condiciones existentes que determinan el estado actual de las condiciones existentes en medio, constituyéndose en la realidad encontrada con sus diversas limitantes y fortalezas existentes; es decir permitirá detallar cada una de las fases de los métodos aplicados en el proyecto de inversión

MÉTODO SINTÉTICO

Este método reconstruye el todo en sus aspectos y relaciones esenciales permite una mayor comprensión de los elementos constituyentes. Cuando se dice que va de lo abstracto a lo concreto significa que los elementos aislados se reúnen y se obtiene un todo concreto real.

Este método va desde lo abstracto a lo concreto; servirá para la recopilación de información que se obtendrá en la evaluación del proyecto.

MÉTODO ANALÍTICO

Este método consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar la causa, naturaleza y efectos.

Permitirá analizar la información recopilada, analizando e interpretando las diferentes operaciones a realizarse en el proyecto, utilizando en la formulación las respectivas conclusiones y recomendaciones.

MÉTODO ESTADÍSTICO

Es un proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto.

Con este método se podrá cuantificar de forma exacta las operaciones y movimientos aritméticos realizados en la aplicación de encuestas tanto a los demandantes como ofertantes.

TÉCNICAS

OBSERVACIÓN

Con esta técnica se podrá observar de una manera general, las circunstancias, las necesidades para realizar un análisis.

ENCUESTA

Es una técnica aplicada bajo un cuestionario de preguntas realizadas a un grupo determinando de ofertantes y demandantes.

POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Para determinar la población del cantón Catamayo, fue necesario recurrir a los resultados del Censo Poblacional de la ciudad de Loja realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2010. Población que asciende a un total que se demuestran en la siguiente tabla:

Tabla N°1

Población de Catamayo 2010	Tasa de Crecimiento
30.638	1.40

Elaborado por: El Autor
Fuente: INEC 2010

Para incrementar el margen de seguridad del proyecto de la población total se ha tomado la población comprendido entre el rango de edad de 20 a 49 años quienes se convierten en nuestros clientes potenciales, mismas que están dentro o que son parte de la Población Económicamente Activa (PEA). Esta es demostrada en la siguiente tabla.

Tabla Nº 2

Población Total de Catamayo año 2010	Porcentaje de participación de edad entre 20 a 49 años	Población de Estudio
30.638	37.7	11.550.53

Elaborado por: El Autor
Fuente: INEC 2010

Los datos presentados son del año 2010, para la cual se hace necesario realizar la proyección.

Fórmula para la proyección de la población

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

Dónde:

Pf = Población Final

Po= Población Inicial

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Número de años

$$p = Po(1 + i)n$$

$$P = 11.550,53(1 + 1.40\%)1$$

$$P = 11.550,53 (1 + 0,014)^1$$

$$P = 11.712,23$$

Tabla N° 3: Población proyectada

AÑO	POBLACIÓN TOTAL
2010	11.550,53
2011	11.712,23
2012	11.876,21
2013	12.042,47
2014	12.211,07
2015	12.382,02
2016	12.555,37

Datos para el cálculo de la muestra

Tabla N° 4

Población de Catamayo	habitantes
Tasa de crecimiento anual en el cantón Catamayo.	1,40%
Tasa margen de error	5%
Años de vida útil	5 años
Ano base	2016

Elaborado por: El Autor

Fuente: INEC 2010

Fórmula para obtener la muestra

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

Dónde:

M= Muestra

N= Número de población

1= Constante

e (2)= margen de error:

Aplicando la fórmula

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

$$M = \frac{12.555,37}{1 + 12.555,37(5\%)^2}$$

$$M = \frac{12.555,37}{1 + 12.555,37 (0,0025)}$$

$$M = \frac{12.555,37}{32.3884225}$$

$$M = 388$$

Aplicando la fórmula correspondiente y con la proyección para el año 2016 nos da como resultado que se debe aplicar 388 encuestas en la población de Catamayo.

ANEXO 2: MODELO DE ENCUESTA A CLIENTES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado amigo/a con el fin de cumplir con los requerimientos académicos del décimo módulo, carrera de Administración de empresas Modalidad de Estudios a Distancia de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro empeñado en elaborar un Plan de inversión para la apertura de una Franquicia ROSSO Bar en el cantón Catamayo; para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

ENCUESTA CLIENTES

1. **¿Usted trabaja?** Marque con una X una sola opción

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

2. **¿Indique cuáles son sus ingresos promedio?** Marque con una X una sola opción

001 a 500	<input type="checkbox"/>	501 a 1000	<input type="checkbox"/>	1001 a 1500	<input type="checkbox"/>	1501 a 2000	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	------------	--------------------------	-------------	--------------------------	-------------	--------------------------

3. **¿Usted acude a centros de diversión nocturna?** Marque con una X una sola opción

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

4. **¿Si usted acude a centros de diversión ha visitado alguna vez un bar?** Marque con una X una sola opción

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

5. **¿Con quién usted preferentemente acostumbra a visitar un bar?** Marque con una X una sola opción

Amigos	<input type="checkbox"/>	Novio/a	<input type="checkbox"/>	Familia	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------

6. **¿Qué tipo de servicios les gustaría a usted que le brinden al momento de visitar un bar?** Marque con una X una sola opción

Artistas	<input type="checkbox"/>	Cokteleria	<input type="checkbox"/>	Alimentación	<input type="checkbox"/>	Karaoke	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	---------	--------------------------

7. **¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza semanalmente al momento de visitar un bar?** Marque con una X una sola opción

\$01 a \$10	<input type="checkbox"/>	\$11 a \$20	<input type="checkbox"/>	\$21 a \$30	<input type="checkbox"/>	\$31 a \$40	<input type="checkbox"/>	\$41 a \$50	<input type="checkbox"/>	\$51 a \$100	<input type="checkbox"/>
-------------	--------------------------	-------------	--------------------------	-------------	--------------------------	-------------	--------------------------	-------------	--------------------------	--------------	--------------------------

8. **¿Cuándo Ud. Visita un Bar, preferentemente que factor toma en cuenta?** Marque con una X una sola opción

Precios	<input type="checkbox"/>	Presentación	<input type="checkbox"/>	Atención brindada	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	--------------	--------------------------	-------------------	--------------------------

9. **¿De abrirse una nueva Franquicia de ROSSO bar en la ciudad de Catamayo. Usted visitaría este lugar?** Marque con una X una sola opción

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

10. **¿Cada que tiempo asistiría al bar?** Marque con una X una sola opción

Semanalmente	<input type="checkbox"/>	Mensualmente	<input type="checkbox"/>	Trimestralmente	<input type="checkbox"/>	Semestralmente	<input type="checkbox"/>	Anualmente	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	-----------------	--------------------------	----------------	--------------------------	------------	--------------------------

11. **¿Por qué medios de comunicación existentes, le gustaría conocer de este nuevo Bar?** Marque con una X una sola opción

Radio	<input type="checkbox"/>	TV	<input type="checkbox"/>	Prensa	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	----	--------------------------	--------	--------------------------	-------	--------------------------

12. **¿Indique cuál es su radio de preferencia?** Marque con una X una sola opción

WWWGMILENIO	<input type="checkbox"/>	Boquerón	<input type="checkbox"/>	Semillas de Amor	<input type="checkbox"/>
-------------	--------------------------	----------	--------------------------	------------------	--------------------------

13. **¿Cuál es el horario preferido para escuchar la radio?** Marque con una X una sola opción

Mañana	<input type="checkbox"/>	Tarde	<input type="checkbox"/>	Noche	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------

14. ¿Indique cuál es su canal de preferencia? Marque con una X una sola opción

Multicanal	<input type="checkbox"/>	UV Televisión	<input type="checkbox"/>	Canal Ciudadano TV	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------	---------------	--------------------------	--------------------	--------------------------

15. ¿Cuál es el horario preferido para ver la TV? Marque con una X una sola opción

Mañana	<input type="checkbox"/>	Tarde	<input type="checkbox"/>	Noche	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------

16. ¿Indique cuál es su prensa escrita de preferencia? Marque con una X una sola opción

La hora	<input type="checkbox"/>	La crónica	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	------------	--------------------------

17. ¿Le gustaría que el nuevo bar ofrezca promociones a sus clientes?
Marque con una X una sola opción

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

18. ¿Qué tipo de promociones preferentemente le gustaría que le dé el nuevo Bar? Marque con una X una sola opción

Descuentos	<input type="checkbox"/>	Promoción 2 x 1	<input type="checkbox"/>	Entrada gratis	<input type="checkbox"/>
------------	--------------------------	-----------------	--------------------------	----------------	--------------------------

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3: MODELO DE ENCUESTA A OFERTANTES

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Estimado amigo (a) el presente es un proyecto de inversión que tiene como finalidad de conocer cuál es la oferta que apertura de una Franquicia ROSSO Bar en el cantón Catamayo, además me servirá para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas; le recordamos que la información es confidencial y de usos exclusivo para fines académicos, le solicitamos a usted su colaboración y le garantizamos que la misma no le llevara mucho tiempo contestarla:

ENCUESTA OFERENTES

1. **¿Cómo se llama su establecimiento?**

2. **¿Qué tiempo lleva su establecimiento en el mercado?**

Menos de 1 año		De 1 a 3 años		De 4 a 6 años		De 7 a 9 años		Más de 10 años	
----------------	--	---------------	--	---------------	--	---------------	--	----------------	--

3. **¿Qué ofrece en su establecimiento?** Marque con una X una sola opción

Licorería		Alimentación		Karaoke		Pista de Baile	
-----------	--	--------------	--	---------	--	----------------	--

4. **¿Qué días atiende su establecimiento?** Marque con una X una sola opción

Lunes a sábado		Martes a sábado		Miércoles a sábado		Jueves a sábado	
----------------	--	-----------------	--	--------------------	--	-----------------	--

5. **¿Cuántas horas atiende al público?** Marque con una X una sola opción

6 horas		8 horas		10 horas	
---------	--	---------	--	----------	--

6. **Para cuantas personas tiene capacidad su establecimiento?** Marque con una X una sola opción

De 50 a 100		De 101 a 150		De 151 a 200		Más de 200	
-------------	--	--------------	--	--------------	--	------------	--

7. **¿Cuántas personas atiende semanalmente en su establecimiento?**

Marque con una X una sola opción

De 50 a 100		De 101 a 150		De 151 a 200		Más de 200	
----------------	--	-----------------	--	-----------------	--	---------------	--

8. **¿Cuánto cobra usted por ingresar a su establecimiento?** Marque con una

X una sola opción

1 a 3 dólares		4 a 5 dólares		Más de 6 dólares	
---------------	--	---------------	--	---------------------	--

9. **¿Qué medio publicitario utiliza para dar a conocer su establecimiento?**

Marque con una X una sola opción

Radio		Prensa		Redes Sociales	
-------	--	--------	--	----------------	--

10. **¿Brinda algún tipo de promoción a sus clientes?** Marque con una X una

sola opción

SI		NO	
----	--	----	--

GRACIAS POR SU COLABORACION

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	30
f. RESULTADOS.....	37
g DISCUSIÓN.....	65
h. CONCLUSIONES.....	151
i. RECOMENDACIONES	153
j. BIBLIOGRAFÍA.....	154
k. ANEXOS.....	156
INDICE	170