



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Contabilidad y Auditoría

**Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Discoteca en la Parroquia
de Vilcabamba**

**Trabajo de Integración Curricular previo
la obtención del título de Licenciada en
Contabilidad y Auditoría.**

AUTORA:

Tanya Gisella Granda Pérez

DIRECTOR:

Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva, MAE.

Loja – Ecuador

2023

Certificación

Loja, 18 de septiembre del 2023

Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva. MAE

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular: **Proyecto de factibilidad para la implementación de una discoteca en la parroquia de Vilcabamba**, de autoría de la estudiante **Tanya Gisella Granda Pérez**, con cédula de identidad Nro. **1105045064**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Contabilidad y Auditoría**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional d Loja, apruebo y autorizo su presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva. MAE.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Tanya Gisella Granda Pérez**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma: _____

Cédula de Identidad: 1105045064

Fecha: 18 de septiembre 2023.

Correo electrónico: tanya.granda@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0967900089

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Tanya Gisella Granda Pérez**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Discoteca en la Parroquia de Vilcabamba**, como requisito para optar el título de **Licenciada en Contabilidad y Auditoría**, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los dieciocho días del mes de septiembre del dos mil veintitrés.

Firma: _____

Autora: Tanya Gisella Granda Pérez

Cédula de Identidad: 1105045064

Dirección: Loja, Vilcabamba

Correo electrónico: Tanya.granda@unl.edu.ec

Celular: 0967900089

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva, MAE.

Dedicatoria

Le dedico este trabajo a mis padres que con mucho amor y cariño han sabido inculcarme valores para ser cada día una mejor persona, que gracias a sus enseñanzas y por su apoyo incondicional a pesar de la distancia fueron mi motivación e inspiración para culminar mi carrera universitaria.

A mis abuelitos que desde pequeña me supieron brindar amor y con su sabiduría aconsejarme y alentarme a nunca rendirme y seguir en pie con mis objetivos propuestos y gracias a ellos hoy cumpla uno de ellos, a mis hermanos por ser la razón de querer ser una mejor persona día con día y darles el ejemplo de cuando uno se propone algo se lo logra con esfuerzo y dedicación.

De la misma manera quiero agradecer a toda mi familia por su apoyo incondicional y por sus palabras de aliento que me supieron dar ánimos y ganas de seguir continuando mi carrera universitaria, por su comprensión en cada una de mis etapas hasta llegar al punto donde me encuentro.

Tanya Gisella Granda Pérez

Agradecimiento

El presente trabajo de integración curricular primeramente le agradezco a Dios por haberme guiado en cada uno de mis pasos y por haberme permitido haber llegado a este punto de mi vida.

A la Universidad Nacional de Loja, por haberme brindado la oportunidad de formarme profesionalmente en la Carrera de Contabilidad y Auditoría, a su personal docente y administrativo, quienes con responsabilidad, dedicación y experiencia académica me impartieron sus sabias enseñanzas y conocimientos a lo largo de la preparación de mi formación profesional.

Por último, a expreso mi más sincero agradecimiento al Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva MAE. que, con su asesoramiento, su paciencia y sabiduría ha sabido guiarme de manera acertada para la realización, cumplimiento y culminación del presente trabajo de integración curricular.

Tanya Gisella Granda Pérez

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas.....	viii
Índice de Figuras	xii
Índice de Anexos.....	xiii
1. Título	1
2. Resumen.....	2
2.1 Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
5. Metodología	44
6. Resultados.....	47
7. Discusión	135
8. Conclusiones	137
9. Recomendaciones	138
10. Bibliografía	139
11. Anexos	144

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Clasificación de la empresa</i>	7
Tabla 2. <i>Simbología del Organigrama</i>	29
Tabla 3. <i>Modelo del Presupuesto de Ingresos</i>	34
Tabla 4. <i>Modelo del Presupuesto de Egresos</i>	35
Tabla 5. <i>Estado de Resultados</i>	37
Tabla 6. <i>Estado de Flujos del Efectivo</i>	38
Tabla 7. <i>Población de las parroquias surorientales de la ciudad de Loja</i>	48
Tabla 8. <i>Datos para aplicar en la fórmula de muestreo</i>	50
Tabla 9. <i>Distribución muestral de las encuestas</i>	51
Tabla 10. <i>Edad de los encuestados</i>	51
Tabla 11. <i>Porcentaje de asistencia a centros de esparcimiento(bares/discoteca)</i>	52
Tabla 12. <i>Frecuencia de asistencia a Bares o discotecas</i>	53
Tabla 13. <i>Días de preferencia de asistencia</i>	54
Tabla 14. <i>Con cuantas personas asiste a centros de diversión (discoteca)</i>	55
Tabla 15. <i>Bebidas de preferencia para el consumo</i>	56
Tabla 16. <i>Precios sobre las bebidas alcohólicas en los bar/discotecas</i>	57
Tabla 17. <i>Asistencia a centros de diversión nocturna (Bar-discoteca)</i>	58
Tabla 18. <i>Gasto promedio</i>	59
Tabla 19. <i>Servicio que busca el cliente</i>	60
Tabla 20. <i>Preferencias de música para ambientar una discoteca</i>	61
Tabla 21. <i>Nivel de acogimiento de la nueva discoteca en el sector</i>	62
Tabla 22. <i>Medios de comunicación por los que se anunciaran promociones</i>	63
Tabla 23. <i>Servicios que brinda los establecimientos</i>	64
Tabla 24. <i>Capacidad del establecimiento</i>	65

Tabla 25. <i>Días laborables</i>	66
Tabla 26. <i>Gasto promedio</i>	67
Tabla 27. <i>Medios de publicidad</i>	68
Tabla 28. <i>Promociones que hace el establecimiento</i>	69
Tabla 29. <i>Costo de ingreso al establecimiento</i>	70
Tabla 30. <i>Tipo de atención a la clientela</i>	71
Tabla 31. <i>Proyección de la población demandante</i>	73
Tabla 32. <i>Proyección de la demanda potencial</i>	73
Tabla 33. <i>Proyección de la demanda real</i>	74
Tabla 34. <i>Proyección de la Demanda efectiva</i>	75
Tabla 35. <i>Oferta total</i>	76
Tabla 36. <i>Proyección de la oferta</i>	77
Tabla 37. <i>Cálculo de la demanda insatisfecha</i>	77
Tabla 38. <i>Participación en el mercado</i>	81
Tabla 39. <i>Propuesta de manual de funciones del Gerente</i>	93
Tabla 40. <i>Propuesta de manual de funciones de la Secretaria/Contadora</i>	94
Tabla 41. <i>Propuesta de manual de funciones del Guardia</i>	96
Tabla 42. <i>Propuesta de manual de funciones del desarrollador de Marketing</i>	97
Tabla 43. <i>Propuesta de manual de funciones del barman</i>	98
Tabla 44. <i>Maquinaria y Equipo</i>	99
Tabla 45. <i>Muebles y enseres</i>	99
Tabla 46. <i>Equipo de cómputo</i>	100
Tabla 47. <i>Resumen de los activos fijos</i>	100
Tabla 48. <i>Inversión en Activos diferidos</i>	101
Tabla 49. <i>Amortización de Activos diferidos</i>	102

Tabla 50. <i>Materia Prima directa</i>	103
Tabla 51. <i>Materia Prima indirecta</i>	103
Tabla 52. <i>Sueldos y salarios</i>	104
Tabla 53. <i>Suministro de trabajo</i>	104
Tabla 54. <i>Indumentaria para el personal de producción</i>	105
Tabla 55. <i>Sueldos y Salarios Administrativos</i>	105
Tabla 56. <i>Honorarios profesionales</i>	106
Tabla 57. <i>Servicios de seguridad</i>	106
Tabla 58. <i>Servicios Básicos</i>	107
Tabla 59. <i>Suministros de oficina</i>	107
Tabla 60. <i>Útiles de Aseo</i>	108
Tabla 61. <i>Arriendos</i>	108
Tabla 62. <i>Publicidad</i>	109
Tabla 63. <i>Vajilla y Menaje</i>	109
Tabla 64. <i>Resumen del capital de trabajo</i>	109
Tabla 65. <i>Resumen Total de Inversión</i>	110
Tabla 66. <i>Financiamiento</i>	110
Tabla 67. <i>Método Francés</i>	111
Tabla 68. <i>Amortización de crédito</i>	111
Tabla 69. <i>Precio del ingreso</i>	113
Tabla 70. <i>Precio de ventas</i>	114
Tabla 71. <i>Ingresos proyectados con el 22.4%</i>	114
Tabla 72. <i>Egresos proyectados</i>	115
Tabla 73. <i>Clasificación de los costos y de los gastos</i>	117
Tabla 74. <i>Punto de Equilibrio Año 1</i>	118

Tabla 75. Resultados Punto de Equilibrio Año 1	119
Tabla 76. Punto de Equilibrio Año 3	120
Tabla 77. Resultados Punto de Equilibrio Año 3	121
Tabla 78. Punto de Equilibrio Año 5	123
Tabla 79. Resultados Punto de Equilibrio Año 5	123
Tabla 80. Estados de resultados	125
Tabla 81. Flujo de caja	126
Tabla 82. Wacc	127
Tabla 83. Valor Actual Neto (VAN).....	128
Tabla 84. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	129
Tabla 85. Relación Beneficio Costo de la inversión de la empresa “Oasis”	130
Tabla 86. Período de Recuperación del Capital (PRC).....	131
Tabla 87. Tiempo de recuperación del capital.....	132
Tabla 88. Análisis de sensibilidad con la incrementación de 10,08% de costos	133
Tabla 89. Análisis de sensibilidad con la disminución de los ingresos	134
Tabla 90. Población parroquial	148
Tabla 91. Población parroquial	149
Tabla 92. Población parroquial	150
Tabla 93. Población parroquial	151
Tabla 94. Depreciación de los activos fijos	153

Índice de Figuras

Figura 1. Tipos de servicios.....	10
Figura 2. El ciclo operativo de la empresa de servicios	11
Figura 3. Pasos para crear un negocio como persona natural.....	26
Figura 4. Gráfica del Punto de Equilibrio	40
Figura 5. Edad de los encuestados	52
Figura 6. Porcentaje de asistencia a centros de esparcimiento (bares/discoteca).....	53
Figura 7. Frecuencia de asistencia a Bares o discotecas	54
Figura 8. Días de preferencia de asistencia	55
Figura 9. Con cuantas personas asiste a centros de diversión (discoteca).....	56
Figura 10. Bebidas de preferencia para el consumo	57
Figura 11. Precios sobre las bebidas alcohólicas en los bar/discotecas	58
Figura 12. Asistencia a centros de diversión nocturna (Bar-discoteca).....	59
Figura 13. Gasto promedio	60
Figura 14. Servicio que busca el cliente	61
Figura 15. Preferencias de música para ambientar una discoteca.....	62
Figura 16. Nivel de acogimiento de la nueva discoteca en el sector.....	63
Figura 17. Medios de comunicación por los que se anunciaran promociones	64
Figura 18. Servicios que brinda los establecimientos	65
Figura 19. Capacidad del establecimiento	66
Figura 20. Días laborables	67
Figura 21. Gasto promedio	68
Figura 22. Medios de publicidad.....	69
Figura 23. Promociones que hace el establecimiento	70
Figura 24. Costo de Ingreso al establecimiento.....	71

Figura 25. Tipo de atención a la clientela	72
Figura 26. Nombre de la empresa	78
Figura 27. Mapa del Ecuador y Mapa de la provincia e Loja	81
Figura 28. Ubicación de la discoteca en Vilcabamba	82
Figura 29. Distribución de planta	84
Figura 30. Componentes Tecnológicos	84
Figura 31. Diagrama del flujograma del proceso productivo	87
Figura 32. Organigrama estructural.....	92
Figura 33. Punto de Equilibrio Año 1	120
Figura 34. Punto de Equilibrio Año 3	122
Figura 35. Punto de equilibrio Año 5	124

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuestas al consumidor	144
Anexo 2. Entrevista a los dueños de establecimientos similares.....	147
Anexo 3. Población del sector suroriental de la ciudad Loja.....	148
Anexo 4. Depreciación de los activos fijos	152
Anexo 5. Resumen del Anteproyecto del Trabajo de Integración Curricular.....	154
Anexo 5 Certificado de aprobación del Trabajo de Integración Curricular	162
Anexo 6 Certificado de traducción del resumen (Abstract)	163

1. Título

Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Discoteca en la Parroquia de Vilcabamba

2. Resumen

El Trabajo de Integración Curricular tiene como finalidad determinar la factibilidad para la implementación de una discoteca en la Parroquia de Vilcabamba, misma que tendrá un aporte de servicio turístico e innovador para los habitantes de la zona, de la misma manera, este emprendimiento aporta ocio y recreación especialmente a las personas que buscan desestresarse. Para ejecutar el proyecto de factibilidad se utilizaron los métodos deductivo e inductivo que ayudaron a la recolección de información esencial y verídica que sirvió como base teórica y práctica para su desarrollo, mediante las técnicas de observación, encuesta y entrevista se obtuvieron datos importantes y directos sobre el mercado estudiado, siendo esto eje para la obtención de la segmentación de los tipos de demanda clasificada como: potencial, real y efectiva e insatisfecha, así mismo se especificó el plan de comercialización en base a las tendencias y preferencias que tiene el mercado.

Seguido de ello se realizó el estudio técnico en el cual se determinó la capacidad instalada en base a las operaciones que tendrá un promedio de 25.920 personas al año, y los componentes tecnológicos que se van a utilizar ya que son requerimientos importantes para iniciar las actividades económicas, de la misma manera se realizó un enfoque de macro y micro localización en donde se dispuso que el establecimiento estará ubicado en la parroquia de Vilcabamba, barrio San Francisco, Av. Loja.

En el estudio económico/financiero se estableció un capital de trabajo de \$19.451,34 de este monto el 72% será financiado mediante un préstamo bancario y el 28% será capital propio. Para esta evaluación se aplicaron los siguientes indicadores: Valor Actual Neto, Tasa de Retorno, Relación Costo/beneficio, Costo de Oportunidad, Periodo de Recuperación de Capital y finalmente el Análisis de Sensibilidad que según los estándares dio como resultado que el proyecto de inversión a implementarse es rentable.

Palabras Clave: Demanda, Técnicas, Evaluación, Inversión, Financiamiento

2.1 Abstract

The Work of Curricular Integration aims to determine the feasibility for the implementation of a discotheque in the Parish of Vilcabamba, which will have a contribution of tourism and innovative service for the inhabitants of the area, In the same way, this venture brings leisure and recreation especially to people looking to de-stress. To execute the feasibility project, deductive and inductive methods were used to help gather essential and truthful information that served as a theoretical and practical basis for its development, through observation techniques, survey and interview obtained important and direct data on the market studied, being this axis for the segmentation of the types of demand classified as: potential, real and effective and unsatisfied, the marketing plan was also specified based on market trends and preferences.

This was followed by a technical study that determined the installed capacity based on operations, which will have an average of 25,920 people per year, and the technological components to be used as they are important requirements for starting economic activities, in the same way an approach of macro and micro location was realized where it was arranged that the establishment will be located in the parish of Vilcabamba, neighborhood San Francisco, Av. Loja.

The economic/financial study established a working capital of \$19,451.34 of this amount 72% will be financed by a bank loan and 28% will be equity capital. For this evaluation, the following indicators were applied: Net Present Value, Rate of Return, Cost/Benefit Ratio, Opportunity Cost, Period of Capital Recovery and finally the Sensitivity Analysis that according to the standards resulted in the investment project to be implemented is profitable.

Keywords: Demand, Techniques, Evaluation, Investment, Financing.

3. Introducción

En la actualidad Ecuador se enfrenta constantemente al desafío de aumentar la producción de bienes y servicios que mejoren el bienestar de la población, especialmente en las naciones en desarrollo por ello la economía actualmente se apoya en proyectos de inversión porque su mayor flujo eleva los niveles de empleo y estimula el consumo, consecuentemente tiene un efecto positivo sobre el desarrollo económico y el bienestar social del país. Por lo tanto, al tomar la decisión de iniciar o poner en marcha un proyecto se debe utilizar las herramientas como: estudio de mercado, técnico, económico y evaluación financiera para desarrollar adecuadamente el proyecto de inversión.

Una de las actividades dentro del sector de los servicios que se destaca en el Ecuador es el turismo, el mismo que abarca una amplia gama de actividades. En este país existen muchas provincias turísticas y una de ellas es la ciudad de Loja, que cuenta con una Parroquia denominada Vilcabamba la cual es considerada altamente turística, por tal razón, se ha considerado el Trabajo de Integración Curricular denominado: Proyecto de factibilidad para la implementación de una discoteca en la Parroquia de Vilcabamba, desarrollando una nueva forma de entretenimiento que permite a la ciudadanía pasar momentos agradables después de sus jornadas laborables, esto sin dejar a un lado la finalidad de asegurar la recuperación de la inversión realizada en un determinado tiempo para cumplir con las obligaciones puntualmente, sin dejar de lado que los habitantes gozaran de momentos de alegría y relajación junto a sus amigos y familiares con el servicio que se pretende ofrecer, creando fuentes de trabajo lo cual dinamiza la economía del sector.

La estructura y presentación del Trabajo de Integración Curricular, se ajusta a las disposiciones legales que constan en el Art. 226 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, que contiene las siguientes partes: **Título**, que es el nombre del trabajo; **Resumen**, presentado en castellano y traducido al inglés, es una síntesis del trabajo realizado, cumplimiento de objetivos y los procedimientos que permitieron su pleno desarrollo; **Introducción**, se destaca la relevancia del tema, el aporte a la economía de la parroquia de Vilcabamba; **Marco Teórico**, en el cual se plasma todos los conceptos básicos relacionados al proyecto de inversión; **Metodología**, que se utilizó en el proceso de investigación que sirvió de apoyo para el desarrollo del tema; **Resultados**, se describe los siguientes aspectos: el estudio de mercado, estudio técnico, administrativo y legal, estudio financiero y la evaluación del proyecto de inversión; **Discusión**, es la contrastación de la información relacionada a un proyecto de inversión; **Conclusiones**, están relacionadas con los objetivos planteados en la

investigación; **Recomendaciones**, están relacionadas con las conclusiones y constituyen las sugerencias para emprender en el proyecto de inversión; **Bibliografía**, que describe la fuente de información de libros, leyes y normativas para llevar a efecto un proyecto de inversión Anexos, en los que constan la documentación que sustenta el desarrollo práctico del presente trabajo de integración curricular.

4. Marco teórico

Empresa

Definición

Conforme señala Zapata (2017), define que la empresa es un ente económico con responsabilidad social, creado por uno o varios propietarios para realizar actividades de comercialización o producción de bienes o para prestar servicios, y requiere la ayuda de recursos humanos, financieros y tecnológicos. El propósito es la consecución de utilidades para sus dueños. (pág. 24).

Importancia

De acuerdo con Gaxiola et al. (2018), menciona que las empresas son elementos muy importantes en el desarrollo económico porque contribuyen al bienestar de las familias y comunidades mediante la creación de empleos, y a su vez, éstas adquieren de las empresas beneficios económicos y sociales que les ayudan a satisfacer sus necesidades personales. (pág. 17).

La dirección de las empresas

En base a lo sostenido por Pazmiño et al. (2020), la gestión empresarial es un proceso continuo que consiste en gestionar los distintos medios de producción de la empresa con el fin de alcanzar los objetivos fijados de la forma más eficiente posible. Dentro de las características fundamentales de las empresas se encuentra que:

- **Constan de una estructura:** para que las empresas cumplan la función institucional para la que fueron creadas, deben regular y definir sus actividades y establecer niveles o jerarquías para la toma de decisiones.
- **Están orientadas hacia el logro de objetivos:** las empresas son fundadas con una misión y deben fijar y lograr una serie de objetivos intermedios para lograr dicha misión. (pág. 9).

Funciones de la Empresa

Para el autor García (2016), señala que cuando hablamos de funciones, nos estamos refiriendo a las actividades o tareas que pone en funcionamiento la empresa; es decir, pensamos en aquellos trabajos que colaboran en la transformación del producto o el servicio. Para que la organización empresarial pueda conseguir sus objetivos, ninguna de las funciones como: directiva, productiva, financiera, RR. HH, comercial y administrativa, puede funcionar por si solas (pág. 13).

Clasificación

Existen gran diversidad de empresas conforme el autor Gaxiola et al. (2018) el cual manifiesta que las empresas se clasifican tomando en cuenta los siguientes criterios:

Tabla 1.

Clasificación de la empresa

Criterio de clasificación	Tipos de empresas
<i>De acuerdo a la función económica</i>	<ul style="list-style-type: none">• Primarias• Secundarias• Terciarias
<i>De acuerdo a su actividad</i>	<ul style="list-style-type: none">• Comerciales• Industriales• De servicios
<i>De acuerdo al sector al que pertenecen</i>	<ul style="list-style-type: none">• Públicas• Privadas• Mixtas
<i>De acuerdo a su tamaño</i>	<ul style="list-style-type: none">• Pequeña• Mediana• Grande
<i>De acuerdo con la constitución de su capital</i>	<ul style="list-style-type: none">• Unipersonales o individuales• Sociedades o compañías• Consorcios o Asociaciones de Empresas• Instituciones sin Fines de Lucro

Nota: La tabla representa la clasificación de la empresa. Tomado de (Gaxiola et al, 2018).

Por la función económica

- **Primarias.** Son las empresas de explotación (minera, forestal, productos del mar, etc.), las agropecuarias (agricultura y ganadería) y las de construcción.
- **Secundarias.** Son aquellas empresas que se dedican a la transformación de materias primas.
- **Terciarias.** Son las empresas dedicadas exclusivamente a la prestación de servicios como salud, educación, transporte, hospedaje, seguros, financieros, etc.

Por la actividad

- **Industriales.** La actividad básica de este tipo de empresas es la compra de materias primas para transformarlas en productos terminados para su posterior comercialización.

- **Comerciales.** Son aquellas empresas que se dedican a la adquisición de bienes o productos, con el objeto de comercializarlos sin realizar transformación alguna y obtener ganancias.
- **Servicios.** La actividad económica de este tipo de empresas es la generación o venta de productos intangibles.
- **Extractivas.** Son aquellas empresas que se dedican a la explotación de los recursos que se encuentran en el subsuelo.
- **Agropecuarias.** Son las empresas que realizan actividades de agricultura y ganadería, así como también se dedican a la explotación del campo y sus recursos renovables.

De acuerdo al sector al que pertenecen

- **Públicas.** Son entidades creadas por la Constitución o Ley, por Actos Legislativos Seccionales (Ordenanzas) para la prestación de servicios públicos, constituyéndose como personas jurídicas de derecho público.
- **Privadas.** Son personas naturales o jurídicas de derecho privado, que se dedican a la producción, comercialización de bienes y servicios.
- **Mixtas.** El capital de las empresas mixtas está constituido por aportes del sector privado y del sector público.

De acuerdo a su tamaño

De acuerdo al Reglamento del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), en el Art. 106.- Clasificación de las MYPIMES menciona que se toma en consideración de acuerdo a las categorías siguientes:

- **Microempresas.** Es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales o iguales o menores de trescientos mil (US \$ 300.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.
- **Pequeñas.** Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre trescientos mil uno (US \$ 300.001,00) y un millón (US \$ 1.000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.
- **Medianas.** Es aquella unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno (US \$ 1.000.001,00) y cinco millones (US \$ 5.000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

De acuerdo a la constitución del capital

- **Negocios Unipersonales o Individuales.** Pueden constituirse ante un juez de lo civil, como Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada, exclusivamente con un socio, quien se llama gerente propietario, el aporte de capital no podrá ser inferior a la remuneración básica mínima unificada multiplicada por diez, debe pagarse íntegramente al momento de la constitución.
- **Sociedades o Compañías.** Se constituyen con el aporte de capital de varias personas naturales o jurídicas, se clasifican en sociedades de hecho y de derecho.
- **Consortios o Asociaciones de Empresas.** Son asociaciones económicas en las que una serie de empresas buscan desarrollar una actividad conjunta mediante la creación de una nueva sociedad.
- **Instituciones sin Fines de Lucro.** Son aquellas que se constituyen con la finalidad de prestar servicios sin ánimo de lucro, con finalidad social, el financiamiento procede de donaciones o aportes de personas, instituciones y organizaciones de todo tipo.

Empresa de servicios

Según señala el autor Pacheco y Pérez (2018), una empresa de servicios es un tipo de organización con fines de lucro, que ofrece a sus clientes bienes inmateriales para satisfacer ciertas necesidades puntuales de un público en específico. Este tipo de empresas se distingue de las empresas productivas o industriales, las cuales generan productos y bienes tangibles

Características del servicio

Las características del servicio se basan en acciones para suministrar la satisfacción del cliente y a la vez procura que el servicio sea mejor que el de la competencia para obtener mayores utilidades para la empresa. Los autores Fischer y Espejo (2011), señalan que entre las principales particularidades que deben reunir los servicios sobresalen los siguientes:

- Eficacia
- Funcionalidad
- Rapidez
- Oportunidad
- Atención al usuario
- Honradez
- Confiabilidad

Actividades que realizan empresas de servicios

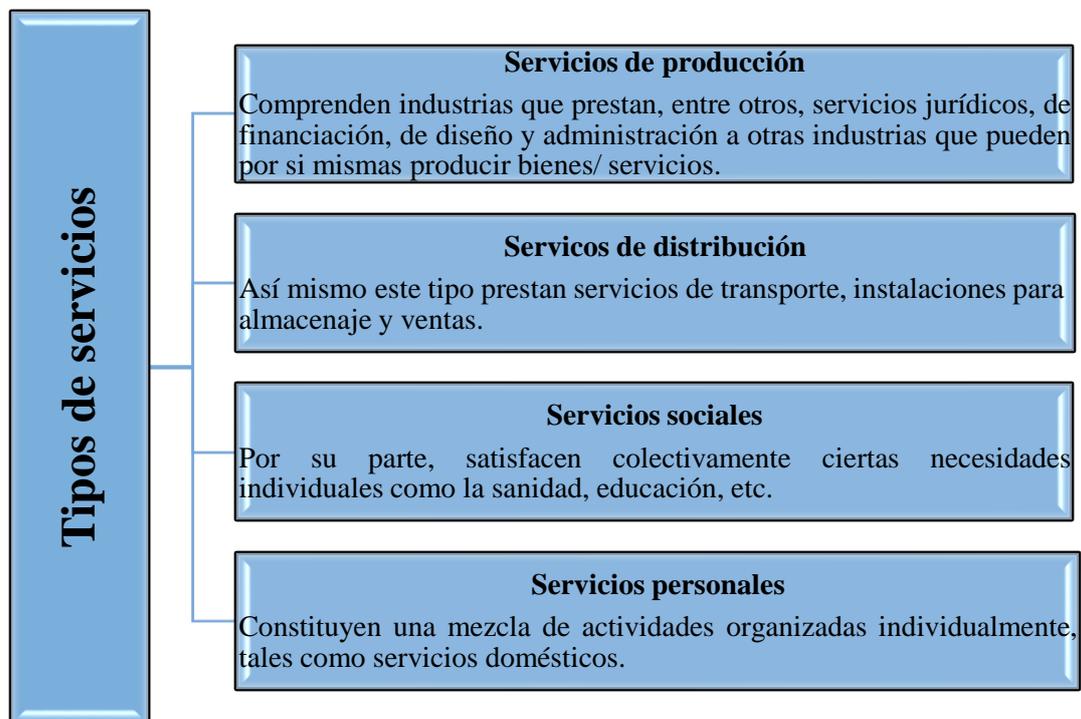
Al prestar el servicio, existen condiciones generales y garantías a las que se deben sujetar tanto el consumidor como la empresa, para que haya conformidad entre ambas partes. Por ello la empresa, para tener una mayor identificación, adopta un signo distintivo denominado marca, que coloca en lugares estratégicos; además, cuenta con personal que reúne las características solicitadas (págs. 133-134).

Clasificación de los servicios

Según Moreno at al., (2011), existen una gran variedad de tipos de servicios las cuales las distingue por cuatro categorías:

Figura 1

Tipos de servicios.



Nota: El gráfico representa los tipos de servicios. Tomando de (Moreno at al., 2011).

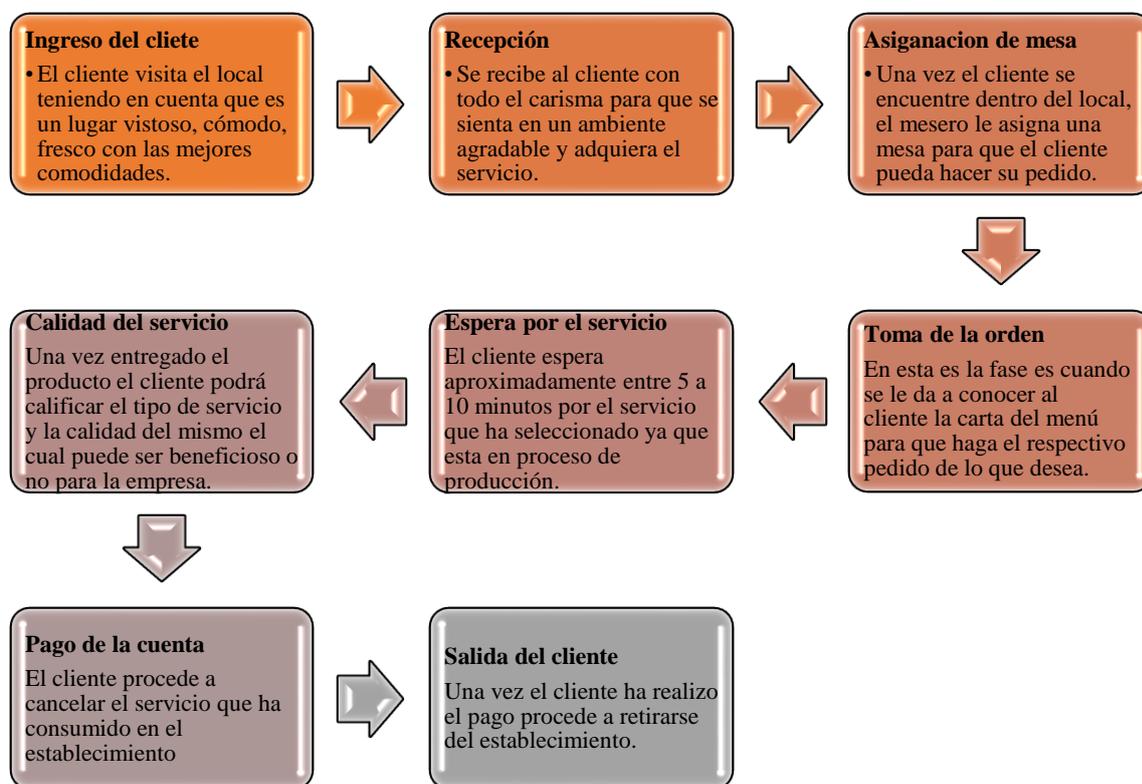
Ciclo de la empresa de servicios

El ciclo de servicio es el conjunto de actividades que el cliente se ve obligado a realizar para adquirir un producto o servicio, así mismo el ciclo de servicio una herramienta básica que utilizan las empresas para analizar el servicio tal como lo considere el cliente, con el fin de mantener y mejorar el nivel de satisfacción que busca el cliente frente a su producto o servicio.

Según Salinas et al. (2017) el ciclo operativo de una empresa comercial consiste en comprar y vender productos o servicios como se demuestra en el gráfico siguiente:

Figura 2

El ciclo operativo de la empresa de servicios



Nota: Se detalla el ciclo operativo de la empresa de servicios. Tomado de (Salinas et al, 2017).

Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (1994), menciona que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. En este sentido, el turismo se ha considerado generalmente como una

Importancia

Según Moreno y Coromoto (2011), mencionan que la actividad turista, de acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores

vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, y el impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. (pág. 136).

La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo.

Clasificación

El Ministerio de Turismo (2018), menciona que los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- Cafetería
- Bar
- Restaurante
- Discoteca
- Establecimiento móvil
- Plazas de comida
- Servicio de Catering

Discoteca

Al definir el concepto de discoteca se puntualiza que es un “establecimiento para escuchar música grabada y/o en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile” (pág. 8).

Tipos de discoteca

Según Sánchez (2016), expresa que existen distintos tipos de discotecas, clasificadas ya sean por su tipo de géneros musicales, capacidad, público al que va dirigido o preferencia sexual:

Discotecas urbanas

Se le llaman «Discotecas Urbanas» a las que están orientadas exactamente solo a géneros urbanos como: Hip-Hop, DanceHall, Reggaeton, Electrónica, Reggae, R&B, entre otros. Su público también lleva un vestuario relajado y des complicado, no muy elegante, pero si bien presentados.

Discotecas tipo fonda

Estas discotecas están caracterizadas por tener una decoración de fonda, sus colores alegres, enmarcando costumbres de los pueblos y personajes, manejan una gran variedad en su ambiente musical, que va desde Guascas, Parrandera, Rancheras, Vallenatos hasta, para Planchar, Salsa, Merengue.

Discotecas electrónicas

Son todas aquellas discotecas en la cuales sólo vas a oír géneros electrónicos, habrá algunas más inclinadas por el «House», o por el «Techno» etc.

Discotecas para las comunidades que se identifican como: lesbianas, gay, bisexuales o transgéneros (LGTB).

Son sitios de rumbas inclinados para para personas con preferencias sexuales distintas a las heterosexuales, aunque no quiere decir que los «hetero» no pueden asistir a ellas, su público es el LGTB.

Proyecto de inversión

Según señala el autor Villanueva (2020), un proyecto es una serie de eventos con un comienzo y un final bien definidos que tiene como objetivo lograr un objetivo claro y es llevado a cabo por personas dentro de parámetros definidos como tiempo, costo, recursos y calidad. El proyecto se crea cuando pretendemos hacer algo que no hacemos todos los días, por lo que es necesaria la planificación. (pág. 49).

Objetivo

Serrano (2020), señala que el propósito del proyecto se define desde el momento en que nace la idea que dio origen al proyecto. Se realizan todos los esfuerzos para lograr y alcanzar las metas planificadas; Sin embargo, es posible que no se logren o no se logren por completo debido a factores o eventos fuera del control de la dirección del proyecto.

Importancia

Un proyecto de inversión es un plan en el que se asignan fondos con el objetivo de producir bienes o servicios que satisfagan necesidades humanas, así mismo la importancia de un proyecto de inversión es invertir el exceso de flujo de efectivo en un producto, servicio o ambos que será rentable a mediano o largo plazos, teniendo en cuenta los factores de riesgo que pueden afectar la creación de valor y riqueza a quienes aportan el capital del proyecto.

Características

Los proyectos de inversión hablan de una agenda que está directamente relacionada con la creación de riqueza. Suelen tener las siguientes características:

- Tienen un objetivo claramente definido que lograr, sin embargo, hay que tener claro que este puede no ser el caso.
- Tienen un principio y un fin definidos, es decir, son temporales.
- Son de carácter irreversible.
- Se asignan y se comprometen recursos económicos. (págs. 6-7)

Estructura de un proyecto.

Villagrán et al, (2018) plantea que el proyecto consta de tres partes que son importantes para la realización y ejecución del mismo:

- **Estudio de mercado:** abarca consumidores, competidores, proveedores y distribuidores.
- **Estudio técnico:** se centrado en el tamaño del proyecto, ubicación, proceso de producción, distribución física y estructura organizacional del proyecto
- **Estudio financiero:** incluye la evolución financiera, económica y social.

Ciclo de vida de un Proyecto

Para el ciclo de vida de un proyecto, como para la fabricación de cualquier producto o la prestación de un servicio, pasa por un ciclo de vida o etapas de desarrollo e implementación. Según Iosune y Iñigo (2010).

- **Diseño:** En esta fase se definen los objetivos del proyecto, sus especificaciones técnicas y su alcance. Por otro lado, analizamos información relacionada con posibles funciones y tareas, es decir, analizamos la experiencia previa de proyectos similares.
- **Planificación:** Analiza posibles riesgos o posibles problemas, define las actividades y tareas a realizar en el proyecto para lograr los objetivos, determina los recursos necesarios y elabora un plan de seguimiento
- **Ejecución:** Consiste en realizar la planificación realizada en el paso anterior. Esta fase combina el trabajo administrativo y técnico que se debe realizar para lograr los objetivos del proyecto.
- **Seguimiento y control:** es la implementación del plan de monitoreo desarrollado en la fase de planificación ¿Por qué esta fase? Es difícil, por no decir imposible, de

implementar en su forma diseñada, por lo que se debe monitorear el nivel de implementación de las actividades, los recursos utilizados y el desarrollo del presupuesto.

- **Evaluación y cierre:** Es el momento de evaluar los resultados alcanzados, valorar si se han alcanzado los objetivos marcados en el proyecto y finalizar el proyecto elaborando el informe final y disolviendo el grupo de trabajo. (pág. 14)

Fases del Proyecto de inversión

Según el autor Córdoba (2011), menciona que generalmente los proyectos de inversión se inician con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscársele solución coherente. De la misma manera, los proyectos de inversión atraviesan por cuatro grandes fases: (pág. 6).

1ª Fase: Preinversión

De acuerdo con los autores Sapag y Sapag (2008), mencionan que la preinversión consiste en identificar, formular y evaluar el proyecto y establecer cómo se llevaría a cabo para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen. Esta fase corresponde al estudio de factibilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos.

Etapas de idea. En esta etapa se identifica el problema o la necesidad que se va a satisfacer y se identifican las alternativas básicas mediante las cuales se resolverá el problema aprovechando las oportunidades de negocios.

Etapas de perfil. El estudio de perfil es el más preliminar, estático, y basado en información secundaria y cualitativa. Es la gran visión o identificación de la idea, que se elabora a partir de información existente. En términos monetarios sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de campo.

Etapas de Prefactibilidad. Conocida como anteproyecto, es un análisis que profundiza la investigación en las fuentes secundarias y primarias en el estudio de mercado. Es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

Etapas de factibilidad. En esta etapa se perfecciona la alternativa recomendada, generalmente con base en la información recolectada. Es el nivel más profundo, conocido como proyecto definitivo. Contiene básicamente toda la información del anteproyecto.

Etapa de diseño. Una vez decidida la ejecución del proyecto, en esta etapa se elabora el diseño definitivo. La preinversión facilita un proceso de evaluación de decisión orientado a verificar la pertinencia, viabilidad y conveniencia del proyecto antes de asignarle los recursos solicitados.

2ª fase: inversión o ejecución

Meza (2013), considera que la fase de inversión corresponde al proceso de implementación del proyecto, una vez seleccionado el modelo a seguir, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha. Dentro de este contexto se debe considerar lo siguiente:

- La compra del terreno, la construcción de la planta de producción, oficinas e instalaciones.
- La compra e instalación de maquinaria, equipos y herramientas.
- Selección y administración de sistemas operacionales y administrativos.
- Selección, contratación, inducción y capacitación de personal.
- Operación inicial del negocio. (pág. 20)

3ª Fase: operación

Padilla (2011) determina que la fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al mismo. (pág. 13)

4ª Fase: evaluación de resultados

Meza (2013), determina que, si el proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar, después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto.

Estudio de factibilidad

La factibilidad se puede utilizar para averiguar si el proyecto ayudará a la empresa u organización a lograr sus objetivos generales y si se puede lograr con los recursos disponibles en ese momento. La viabilidad por otro lado, es detallada y requiere más recursos que la factibilidad, pero reduce significativamente la incertidumbre y expresa tanto costos como beneficios a largo plazo (Salmón Aceves, 2018, pág. 17).

Objetivos

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos. Según Luna y Chaves (2001), son los siguientes que se deben tomar en cuenta al realizar estudio de factibilidad.

- Saber si podemos producir algo.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias. (pág. 4)

Tipos de factibilidad

Según Padilla (2011), para recomendar la aprobación de cualquier proyecto, se deben examinar al menos tres factores de factibilidad que determinan el éxito o fracaso de la inversión: factibilidad técnica, legal y financiera.

La factibilidad técnica. Determina si es posible física o materialmente hacer un proyecto. Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.

La factibilidad económica. Determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto.

La factibilidad política. Corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.

La factibilidad social. Establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida.

Estudio de mercado

Mondragón Puerto (2017), menciona que la investigación de mercado es una actividad de investigación destinada a apoyar, analizar, planificar y comunicar datos relevantes sobre los consumidores para apoyar la toma de decisiones en situaciones específicas. La investigación

de mercado es uno de los elementos fundamentales del proyecto ya que apoya la toma de decisiones.

Objetivos

Urbina (2013), plantea que los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado.
- Determine la cantidad de bienes o servicios de la nueva instalación de producción que la comunidad estaría dispuesta a comprar a los precios dados.
- Saber qué recursos se utilizan para entregar bienes y servicios a los usuarios.

Importancia

Para los autores Pacheco y Pérez (2018), la importancia de la investigación de mercado radica en que permite evitar costos, tomar decisiones acertadas en el mercado real, comprender el entorno en el que se desenvuelven económicamente las empresas y seguir diferentes rumbos. Saber si un proyecto satisface una necesidad real, revela las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras y muestra dónde domina la competencia. (pág. 51).

Tipos de mercado

Hablar de mercados puede llevarnos a encontrar un sinnúmero de definiciones distintas, cada una de ellas con un enfoque disciplinario diferente. Para los autores Fischer y Espejo (2011), determinan que los mercados se pueden clasificar de acuerdo a su situación geográfica, por el tipo de consumo y el tipo de demanda.

Desde el punto Geográfico

- **Mercado Local:** Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana
- **Mercado Regional:** Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- **Mercado Nacional:** Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- **Mercado Global:** Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.

De acuerdo al tipo de cliente

- **Mercado del Consumidor:** En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal.

- **Mercado del Productor o Industrial:** Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
- **Mercado del Revendedor:** Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios.
- **Mercado del Gobierno:** Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones.

De acuerdo al tipo de producto

- **Mercado de Productos o Bienes:** Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles (una computadora, un mueble, un auto, etc....).
- **Mercado de Servicios:** Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción.
- **Mercado de Ideas:** Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado.

Demanda

Sarmiento (2018), considera que un término general para el comportamiento de los compradores y compradores potenciales de un producto en particular en un mercado definido, así mismo la cantidad demandada de un bien en particular está estrechamente relacionada con el precio del bien. Si el precio aumenta, la cantidad disminuirá y viceversa.

Factores que afectan a la demanda

La cantidad demandada de un producto en particular fluctúa debido a cambios en el precio de ese producto y la acción de otros factores. Los siguientes factores influyen en la demanda de bienes y servicios.

- Cambios en la población
- Cambios en las preferencias de los consumidores
- Cambio en los precios de bienes sustitutos o bienes complementarios
- Ingreso del consumidor (pág. 18).

Análisis de la demanda

De acuerdo a los autores Carrillo et al., (2019), señalan que el análisis de la demanda cuantifica el volumen de productos o servicios requeridos, la disposición de pago, frecuencia y usos de lo que el proyecto va a ofertar. Es conveniente también realizar un análisis de la elasticidad de la demanda en función de la cantidad de producto requerido comparado con del precio del producto. (pág. 45)

Demanda potencial

Para el autor Sánchez (2020), la demanda potencial representa la cantidad máxima que podría alcanzar un producto a cubrir determinadas condiciones y requerimientos de los demandantes en cierto periodo de tiempo (pág. 25).

Demanda real

Pasaca (2017) señala que la demanda real “Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.” (pág. 23). Es importante notar que no todos aquellos consumidores que tienen una necesidad y las características específicas para comprar un producto serán consumidores reales, pero sí son consumidores disponibles.

Demanda efectiva

Conforme señalan Fischer y Espejo (2011), son todos aquellos consumidores que tienen una necesidad específica y cuentan con las características necesarias para consumir un producto pertenecen al mercado disponible, que pueden formar parte del mercado real y potencial, y al cual se dirigen todos los esfuerzos y acciones mercadológicos de la empresa, con la finalidad de que todos ellos logren convertirse en consumidores reales del producto.

Demanda insatisfecha

Pasaca (2017), dice que “constituye aquella parte de la demanda que no es atendida por el mercado, ya sea por falta de producto o carecer de las características requeridas por el demandante”. (pág. 46)

Oferta

Según el autor Urbina (2013), menciona que la oferta determina o mide las cantidades y condiciones en las que la economía pone a disposición del mercado bienes o servicios. La oferta, como la demanda, es una función de muchos factores como son los precios en el mercado del producto.

Tipos de oferta

Se muestra la siguiente clasificación de la oferta.

1. **Oferta competitiva o de mercado libre.** - Esto se debe principalmente al hecho de que hay tantos fabricantes de los mismos artículos, lo que hace que los fabricantes sean una competencia libre.
2. **Oferta oligopólica.** - se caracteriza por un pequeño número de fabricantes que dominan el mercado.
3. **Oferta monopólica.** - Dado que solo hay un productor de bienes o servicios, tienen control total sobre el mercado, imponiendo la calidad, el precio y la cantidad.

Proyección de la oferta

Al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que, de cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno. (págs. 40-42)

Producto

Según el autor López (2019), menciona que un producto es el artículo que se ofrece a la venta. Un producto puede ser un servicio o un artículo. Puede ser físico o virtual. Cada producto tiene una vida útil después de la cual necesita reemplazo y un ciclo de vida después del cual debe reinventarse. Una marca se puede renovar, relanzar o ampliar para que sea más relevante para el segmento y los tiempos, a menudo manteniendo el producto casi igual.

Precio

Cada producto implica un costo y cada uno se vende a un precio. El precio que se puede cobrar depende del mercado, la calidad, la comercialización y el segmento al que se dirige.

Tipos de precio

Conforme señala Urbina (2013), el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros y hay que distinguir qué precio es y cómo se ve influido por cambiar las condiciones en las que se. Según Urbina los precios se tipifican como:

1. **Internacional.** - Utilizado para la importación y exportación de mercancías.
2. **Regional externo.** - Es el precio vigente sólo en parte de un continente.
3. **Regional interno.** - Es el precio vigente en sólo una parte del país

4. **Local.** - Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas.
5. **Nacional.** - Es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados (pág. 45)

Promoción

Según expresan los autores Fischer y Espejo (2011), “la promoción (P) es dar a conocer el producto al consumidor. Se debe persuadir a los clientes de que adquieran los artículos que satisfagan sus necesidades. Los productos no sólo se promueven a través de los medios masivos de comunicación, también por medio de folletos, regalos y muestras, entre otros. Es necesario combinar estrategias de promoción para lograr los objetivos, incluyendo la promoción de ventas, la publicidad, etc.”

Plaza

En la plaza se señala que “es necesario establecer las bases para que el producto llegue del fabricante al consumidor, estos intercambios se dan entre mayoristas y detalles. Es importante el manejo de materiales, transporte, almacenamiento, todo esto con el fin de tener el producto óptimo al mejor precio, en el mejor lugar y al menor tiempo” (págs. 17-18)

Publicidad

Para el autor López (2019), la publicidad es poner un negocio frente al público y los medios de comunicación para que pueda mostrar sus productos, servicios y noticias de la empresa. El objetivo es atraer a los miembros del público objetivo y hacerles conocer una empresa para que quieran hacer negocios con ella.

Estudio técnico

En el estudio técnico se resuelven todos los aspectos relacionados con la funcionalidad y usabilidad del proyecto por lo que “Se proporciona información para cuantificar el nivel de inversión y costos operativos, y se desarrollan actividades como la determinación del tamaño óptimo de la planta (capacidad), la planificación del proyecto y la asignación de la planta, todo lo cual contribuye a la capacidad de producción mediante los recursos disponibles.” (Díaz, 2019, pág. 140)

Objetivo

Para el autor Aranday (2018), menciona que “Su objetivo básico es demostrar la factibilidad del proyecto y justificar la selección de las mejores alternativas para abastecer el mercado, sujeto a limitaciones de recursos, ubicación y tecnología que sea accesible para el correcto funcionamiento de la empresa”.

Viabilidad técnica

La viabilidad técnica en los proyectos de inversión, exige un fundamento sólido para cada uno de los aspectos que lo integran como son:

- Estudio de las materias primas
- Tamaño del proyecto
- Localización del proyecto
- Proceso de producción (pág. 26).

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es una variable de gestión que define el alcance del proceso. “Es un factor determinante definido como el grado y la medida en que se aplican formalmente las prácticas de gestión de proyectos que debe tener en cuenta para la planificación del proyecto, lo que garantiza que los planes y las actividades sean relevantes y que los recursos se utilicen y asignen correctamente en el proyecto que se desea invertir” (Villagrán et al, 2018, pág. 30)

Capacidad instalada

Según expresa Córdoba (2011), “la capacidad instalada es el espacio físico disponible de una empresa medida en la cantidad de personas que pueden ingresar en un período de tiempo por ello es importante conocerla para mejorar la planificación y la programación del servicio, brindar atención optima y más precisos”(pág. 107). Pero en la práctica, la cantidad que puede generar casi nunca es un número fijo.

Capacidad utilizada

Según los autores Pérez et al., (2017), menciona que la capacidad utilizada es la tasa a la que se cumplen o utilizan los niveles previstos que se utilice el espacio físico, proporciona una idea del valor de la producción y los recursos que se utilizan en un momento dado. Determina la capacidad de la empresa para hacer frente a un aumento en la producción de salida sin aumentar los costos.

Localización

La localización se refiere a selección del sitio más adecuado para el proyecto, es decir, “aquella que, frente a otras alternativas posibles, produzcan el mayor nivel de beneficio para los usuarios y la comunidad, con el menor costo social, dentro de un marco de factores determinantes o condicionantes” (Canelos, 2003, pág. 45).

Según el autor Prieto (2015), se debe tener en cuenta los pasos que se siguen en la ubicación del proyecto, los cuales se resumen así:

- Definir y relacionar todos los requerimientos que faciliten el normal funcionamiento u operación de la planta en cuanto a espacio.
- Identificar todos los factores que incidan en los requerimientos de la planta determinada.
- Analizar los factores cuyo costo permita la ubicación de menor costo y mayores ganancias o beneficios.
- Estudiar los factores que sean de mayor complejidad para su cuantificación
- Hacer una integración de los factores buscando la localización óptima (pág. 94)

Macro localización

Rojas (2015), señala que la macro localización de un proyecto o empresa consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe el área geográfica general en la que se encontrará un proyecto. Ciudades y regiones emergen a través de la simbiosis de beneficios generados por la agrupación de empresas y personas.

Lo recomendable es abordar la dificultad desde un ámbito general (macro) para luego aplicarlo al caso específico requerido, es decir, partimos de lo general a lo particular o micro.

- País
- Provincia
- Cantón
- Parroquia
- Sector

Micro localización

Según el autor Pietro (2015), una vez determinada la zona donde se desarrollará el asentamiento industrial, es decir, después de realizar una macro localización, se realiza un estudio detallado de diversas alternativas de suelo para localizaciones concretas o micro localizaciones.

Ingeniería de proyecto

Para los autores Pérez et al., (2017) mencionan que la ingeniería de proyectos consiste en definir la ubicación del área del servicio, el diseño óptimo de la fábrica, la adquisición de los equipos y maquinarias, la descripción del proceso operativo, etc.

Este tema se refiere exclusivamente al diseño y disposición dentro de la discoteca en el cual se considera tres pasos importantes:

- Recoge información necesaria para lograr obtener herramientas necesarias para la aplicación de tecnologías para brindar un servicio óptimo.
- Determinar la necesidad del área de atención al cliente como equipos, muebles y enseres para la obtención de ofertas y de la misma manera realizar presupuestos.
- Elaborar un plano de distribución de la planta, para localizar las áreas de atención al cliente para que la empresa de servicio brinde un servicio de calidad.

Componente Tecnológico

Pasaca (2017), al referirse al componente tecnológico, hace hincapié que consiste en establecer la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo sea este industrial, comercial o de servicio, los cuales deben de estar acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

Estudio organizacional

Los estudios organizacionales y legales presentan de manera ordenada y clara las actividades realizadas en el proyecto, organizan la gestión de los recursos humanos y el desarrollo organizacional, identifican los procedimientos de gestión y su aplicación para la realización del proyecto. (Díaz, 2019, pág. 140)

Estructura legal

De acuerdo al autor Aranday (2018), en esta sección define el tipo de entidad bajo la cual opera el negocio. Esto se debe a que es importante utilizar las funciones financieras, fiscales y legales de para determinar la mejor entidad para su negocio.

Constitución de Empresas

Es importante considerar que, en nuestro país y su legislación legal vigente, permite que los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación o razón social de dos figuras legales, de acuerdo Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo MTEP (2021), indica que:

Persona natural. El emprendedor ejerce derechos y contrae obligaciones por sus propios derechos, es decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.

Licencias y permisos

En esta parte es la sección más complicada debido a los trámites burocráticos requeridos por las autoridades, sin embargo, es muy importante cumplir con las leyes impuestas por el gobierno, ya que brindan seguridad para operar correctamente y evitar multas y sanciones en casos muy graves (Aranday, 2018, pág. 43)

Pasos para crear un negocio como persona natural

De acuerdo Servicio de Rentas Internas (SRI), para la creación de un negocio como persona natural debe seguir los siguientes pasos:

Figura 3

Pasos para crear un negocio como persona natural



Nota: En el gráfico representa los pasos para la creación de un negocio como persona natural. Tomado de SRI.

Registro Único de Contribuyentes RUC

La obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), en el SRI es la primera obligación tributaria si se pretende ejercer actividades económicas en el país. (La función de este documento es registrar e identificar a los contribuyentes, naturales o jurídicas, frente a la Administración Tributaria, a efectos del pago de impuestos por el ejercicio de alguna actividad económica ya sea permanente o temporal que se realice dentro de país). Procedimiento para realizar el trámite en línea:

1. Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec.
2. Ingresar a SRI en línea.
3. Ingresar número de identificación y clave.
4. Escoger la opción inscripción.
5. Aceptar términos y condiciones.
6. Ingresar información general del contribuyente.

7. Ingresar medios de contacto.
8. Ingresar dirección de domicilio.
9. Ingresar dirección del establecimiento matriz.
10. Ingresar actividades económicas.
11. Ingresar actividad económica principal.
12. Resumen información ingresada.
13. Confirmación de inscripción de RUC

Requisitos municipales

Requisitos para obtener el registro de patente, mediante la inscripción del Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET), para efectos de cumplir con las declaraciones del sistema impositivo municipal:

- Formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado
- Copia de cédula y certificado de votación
- Copia del RUC
- Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos.
- Si el emprendedor es un artesano calificado, debe adjuntarse copia de la calificación artesanal vigente, emitida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Permisos de funcionamiento

La Licencia Única para el ejercicio de Actividades Económicas (LUAE), es una licencia que debe ser obtenida por el Emprendedor de forma anual, a través de las Administraciones Zonales del Municipio de Loja, según la categoría de la actividad económica:

- a) Simplificado (bajo riesgo)
- b) Ordinario (mediano riesgo)
- c) Especial (alto riesgo)

Estructura organizacional

Según los autores Dessler y Varela (2018), señalan que es necesario determinar deliberada y sistemáticamente la distribución de funciones y departamentos del proyecto. Crear

un soporte ficticio que determine roles e identifique líneas de mando, subordinación y coordinación de esfuerzos entre las partes que integran la empresa y sus empleados.

Niveles Jerárquicos de la autoridad

Se indica que la estructura organizacional implica el establecimiento de los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel directivo. Corresponde a funciones superiores como la presidencia, la administración general y el despacho parroquial también, incluye un vicepresidente, director adjunto o vicescanciller que son responsables además de la representación legal del proyecto, así mismo realizan la definición de objetivos estratégicos y su eficacia en la realización de las propuestas.

Nivel asesor o staff. Apoyar a la alta dirección a través de actividades relacionadas con la comunicación o documentación empresarial, las jerarquías de apoyo típicamente incluyen secretarías, pero como consultores o personal, pueden incluir talento humano, legal, contable, marketing, etc.

Nivel administrativo. - Se ocupa de la eficiencia organizativa en términos de cumplimiento de los planes y gestión del desempeño del personal operativo.

Nivel operativo. - Una empresa de servicios tiene posiciones con contacto directo con clientes, estos empleados manejan los procesos centrales de la empresa, también conocidos como core business (págs. 91-93).

Estructura empresarial

Niveles jerárquicos de la empresa

Los niveles se utilizan para definir procesos básicos e identificar el lugar relativo que ocupan en el organigrama. Las posiciones dentro de un mismo plano horizontal son de igual importancia, jerarquizadas y se representan de izquierda a derecha, y al final están los procesos de apoyo (Brume González, 2019, pág. 45)

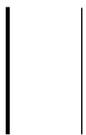
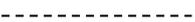
Organigramas

Carrillo et al., (2019), define al organigrama estructural como la representación gráfica de la estructura de una empresa; es decir, es una ilustración visual que expresa los niveles jerárquicos, la distribución de departamentos, cargos, líneas de mando y coordinación entre los elementos estructurales de la organización. Identifica los cargos indispensables para garantizar la eficiencia y alcanzar la eficacia del proyecto de la siguiente manera:

- **Departamento.** Es una agrupación de cargos que comparten objetivos comunes dentro de la organización; cuenta con estructura propia y limitada autonomía.
- **Cargo.** Representa un conjunto de funciones con un objetivo específico dentro de la organización
- **Puesto de trabajo.** Hace referencia al espacio físico en el cual el colaborador desempeña sus funciones.
- **Función.** Es un conjunto de tareas que permiten el cumplimiento del objetivo por el cual un cargo que creado dentro de la estructura orgánica del proyecto.
- **Línea de mando.** Expresa la relación de autoridad, subordinación y supra ordinación; identifica como se dan las ordenes dentro de la estructura orgánica del proyecto. (págs. 93-94)

Tabla 2.

Simbología del Organigrama

Nombre	Simbología	Significado
Rectángulo		El rectángulo es la figura geométrica más utilizada para representar los cargos de la estructura orgánica de un proyecto
Círculo		El círculo se utiliza generalmente para indicar el número de plazas que ocupan un mismo cargo
Línea continua vertical		La línea se utiliza para expresar la línea de mando y relaciones de autoridad entre cargos; si el cargo de menor jerarquía se conecta con una línea solida con el cargo superior, indica que existe subordinación del inferior; y que el superior tiene autoridad para ordenar
Línea continua horizontal		La línea lateral a la derecha se utiliza generalmente para expresa la existencia de un nivel de apoyo o de staff, como el caso de un secretaria o asistente.
Líneas descontinuas horizontales		La línea lateral a la derecha se utiliza generalmente para expresa la existencia de un nivel de apoyo o de staff, como el caso de un secretaria o asistente.

Nota: La tabla representa la simbología y significado de cada uno de los elementos para elaborar un organigrama. Tomado de (Carrillo et al, 2019, pág. 95)

Manual de procedimientos

Es un documento formal de comunicación organizacional que contiene el detalle del conjunto de procedimientos que el personal de una organización debe observar en el

desempeño de las tareas diarias. Contar con un manual de procedimientos permite disminuir los riesgos de errores, reduce la merma y mejora el desempeño general de los colaboradores, puesto que identifica con detalle los pasos a seguir para el cumplimiento de un proceso. (Carrillo et al, 2019, pág. 99)

Estudio económico-financiero

Según el autor Díaz (2019), menciona que el estudio financiero incluye información sobre variables socioeconómicas a nivel macro y micro que afectan el flujo de caja del proyecto. Todas las suposiciones hechas en estudios anteriores se cuantifican aquí.

Inversión del proyecto

Una inversión de proyecto es el capital utilizado para operar un negocio, ya sea este propio o de terceros de la misma manera consiste en el valor total de los bienes, servicios, efectivo en caja y necesarios para llevar a cabo las funciones de producir, distribuir y vender bienes y/o servicios. Por tanto, el análisis y cálculo de las inversiones en investigación de pre-inversión tiene un carácter productivo y no especulativo, invertidas para crear o aumentar capital adquiriendo bienes para generar satisfacción. (Pacheco & Pérez, 2018, pág. 179)

Inversión fija

Villagrán et al., (2018) define la inversión fija como la compra de capital fijo. Se mide como una variable de flujo, es decir, como una cantidad por unidad de tiempo. Así, la inversión fija es la acumulación de activos físicos como maquinaria, terrenos, edificios, instalaciones, vehículos o tecnología (pág. 51).

Activo. Son todos los valores (dinero), servicios, bienes y derechos controlados por la empresa como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener beneficios económicos futuros, los mismos que serán valorados razonablemente en términos monetarios (Zapata, 2017, pág. 58).

Activo fijo. Los activos fijos materiales o tangibles son bienes de naturaleza corpórea, ya sean muebles o inmuebles, que se usan en la empresa durante un período de tiempo largo, en general superior al ejercicio económico y que contribuyen a la consecución de los objetivos que la empresa tiene marcados. Un bien en concreto sólo puede ser calificado de activo fijo o de activo circulante en razón a la función que cumple en la empresa. El autor Valiente (2010), menciona que generalmente, las cuentas de activos fijos son:

- *Inmuebles:* terrenos, edificios, oficinas, construcciones; inclusive aeronaves y barcasas
- *Vehículos:* autos, camionetas, y otros tipos de transporte terrestre.

- Instalaciones y maquinarias y muebles
- Equipos de cómputo y software (pág. 69)

Inversión diferida

Villagrán et al., (2018), menciona que este tipo de inversión se refiere a las inversiones realizadas en activos intangibles constituidos por servicios o derechos adquiridos que son necesarios para poner el proyecto en marcha.

Activo diferido. Esta clasificación se refiere a las erogaciones que tiene la empresa, que no se pueden considerar gastos hasta que pase el tiempo para el cual se tuvo por objetivo la inversión, por ejemplo; rentas pagadas por anticipado, primas de seguro, gastos en papelería. Como bien se indica el tiempo es factor para amortizar los valores, y dependiendo del tiempo pactado se convertirá en gasto (Gutiérrez, 2019).

Inversiones Temporales

Son inversiones en documentos a corto plazo que se pueden convertir rápidamente en efectivo, como por ejemplo certificados de depósitos, bonos o documentos negociables (Riofrío et al, 2017).

Capital de trabajo.

De acuerdo con los autores Carrillo et al., (2019), definen al capital de trabajo como un apoyo financiero que garantiza liquidez financiera para llevar a cabo el proyecto. Esta es la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente. Teniendo en cuenta los costos esperados en forma de costos de mano de obra, costos de materia prima y costos de administración, generalmente se calcula sobre un período de tres meses (pág. 109).

Inversión total

Córdova (2011), señala que se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto (pág. 192).

Depreciación

Según Registro Oficial, (2019), referente a la depreciación de activos fijos, manifiesta que: la depreciación de activos fijos dependerá de la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

Tipos de depreciación

Según los autores Arroyo y Rivas (2017), indica que existen dos tipos de depreciación con propósito distinto.

- *Depreciación en libros:* Es utilizado por una empresa o empresa en su contabilidad financiera interna para rastrear un activo o el valor de un activo durante su vida útil.
- *Depreciación impositiva:* Gasto de depreciación utilizado para determinar los impuestos a pagar por una empresa según las leyes fiscales promulgadas por el gobierno.

Financiamiento

Pacheco y Pérez (2018), señala que se debe definir su necesidad de financiamiento, sus fuentes y los términos bajo los cuales se otorgará para la implementación de su proyecto. Un esquema de financiamiento de proyectos implica un análisis del costo de capital para determinar las opciones más favorables para la empresa, el recurso más accesible y económico para las operaciones (pág. 179)

Fuentes internas

Cevallos et al., (2022), señala que las fuentes internas están constituidas por los accionistas que aportan el capital inicial más los aportes posteriores y las utilidades generadas y que se retendrán en la empresa una vez que opere y sobre las que no se declaran dividendos en efectivo. Este tipo de recursos se caracterizan por su estabilidad, es decir que no tienen fecha específica de devolución y no generan por su utilización costo (intereses).

Fuentes extras

Las constituyen entidades extrañas al proyecto de inversión que le confían recursos y se dividen en dos categorías: proveedores y entidades crediticias como bancos e instituciones financieras (págs. 116-117).

Calificación de las fuentes de financiamiento

Para Aranday (2018), pueden existir varias fuentes de financiamiento en un proyecto de inversión como:

- Bancos.
- Arrendadoras.
- Proveedores.
- Gobierno.

- Emisión de bonos

Pasivos

Los pasivos se definen como todas las obligaciones o deudas presentes de la empresa, adquiridas en forma legal, surgidas a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de las cuales y, para cancelarlas, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos. (Zapata, 2017, pág. 58)

Amortización

Los autores Arroyo y Rivas (2017), define la amortización como al acto de cancelar poco a poco una deuda mediante pagos realizados a lo largo de un periodo de tiempo y son aplicadas a los activos diferidos como seguros gastos de constitución o estudios.

Sistemas de amortización

Meza (2013), señala que, en el pago de un crédito cualquiera, el deudor se compromete a cubrir dos rubros: primero, el costo financiero (pago de intereses), que es pago por el uso del dinero tomado en préstamo durante el plazo pactado. A continuación, presentamos los sistemas de amortización más utilizados en Colombia para los créditos comerciales y bancarios.

Amortización con abono constante a capital (sistema alemán). Este es uno de los sistemas de amortización utilizados por los bancos para sus créditos ordinarios y de consumo, como también para la amortización de los créditos de vivienda. Aunque los intereses pueden ser cobrados en forma vencida o anticipada, la amortización al capital es constante, es decir, cada período se abona al capital una cantidad constante igual al monto del préstamo dividido entre el número de períodos de pago.

Amortización gradual (sistema francés). En este sistema, llamado también sistema simple o crédito plano, los pagos son iguales y periódicos, o sea que hace referencia a una anualidad o serie uniforme. Es el sistema más utilizado en los créditos comerciales para la financiación de vehículos y electrodomésticos (págs. 72-74).

Ingresos

Se define a los ingresos como los beneficios que recibe el proyecto durante todo el tiempo de operación. Estos ingresos hacen referencia no sólo a la venta del producto o servicio, sino que existen otros beneficios que también deben considerarse de tal forma que al hacer la evaluación financiera del proyecto se obtenga una rentabilidad más real (pág. 105)

Presupuesto de ingresos

Los presupuestos de ingresos permiten la elaboración de pronósticos que se espera repongan las partidas económicas resultantes de la venta de bienes o servicios que la empresa ofrece en el mercado, así mismo la composición del presupuesto de ingresos se basa en datos obtenidos de estudios de mercado. Se establecen porcentajes de propiedad esperados para cada producto, estos datos se traducen en pronósticos de ventas mensuales, para un total de pronósticos de ventas. (Carrillo et al, 2019, pág. 109)

Tabla 3.

Modelo del Presupuesto de Ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCTO "A"					
PRODUCTO "B"					
PRODUCTO "C"					
Ingreso Anual	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----

Nota: La tabla representa el modelo del Presupuesto de Ingresos. Tomado de (Carrillo et al, 2019)

Egresos

De acuerdo con el autor Zapata (2017), menciona que los costos "Constituyen los usos, consumos, utilizaciones y devengo de bienes y servicios indispensables y necesarios para poder gestionar las actividades de una entidad; esto se evidencia contablemente, al disminuirse el activo o incrementarse el pasivo" (pág. 339)

Presupuesto de egresos

Según Pacheco (2018) el presupuesto de egresos "Implica un proceso de costeo mediante el cual se determinan los valores de los materiales, de la mano de obra directa y demás costos indirectos, que absorben todos y cada uno de los productos que se ofertan". La elaboración de un plan de gastos también comienza con una estimación de las ventas calculada

a partir de una investigación de mercado, a la que se debe agregar el inventario final esperado de la empresa.

Tabla 4.

Modelo del Presupuesto de Egresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos administrativos					
Sueldos					
Servicios básicos					
Útiles de oficina					
Total Gasto Administrativo	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----
Gastos de ventas					
Publicidad					
<i>Total Gasto de Venta</i>	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----
Total Gastos	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----

Nota: La tabla muestra el modelo del Presupuesto de Egresos. Tomado de (Carrillo et al, 2019)

Estructuración del presupuesto de egresos

Carrillo (2019) señala que, para la estructuración del presupuesto de egresos, es necesario detallar conceptos relacionados para que pueda comprender mejor el tema.

Costo de producción. Son todos los gastos necesarios para fabricar un producto o prestar un servicio, desde el costo de las materias primas hasta el costo de la mano de obra dentro de estos encontramos los siguientes costos:

- **Costos Directos.** Representa los insumos y materias primas utilizadas en producción de un bien y forman parte de los mismos
- **Costos Indirectos.** Insumos y materiales que intervienen en la fabricación de un producto y son parte integrante del mismo, pero no cumplen las características de identificación, uso y valor.

- **Mano de obra directa.** Está representado por personal operativo directamente involucrado en la producción de bienes o la prestación de servicios.
- **Mano de obra indirecta.** Son todos los trabajadores que dan apoyo o realizan tareas de dirección en la actividad productiva, pero no participan directamente en el proceso de producción de bienes y servicios.

Costo de administración. Son los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa, tomados en un sentido amplio, significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos generales de oficina.

Costos de venta. Son los gastos que ayudan directamente a la venta y entrega de las mercaderías. En este sentido vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia.

Costos financieros. Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica.

Estados financieros

La Norma Internacional de Contabilidad NIC 1, menciona que los estados financieros con propósito general son informes presentados por la administración de la empresa (denominados “estados financieros”) que pretenden cubrir las necesidades de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información (pág. 7).

Estado de resultados integral

La Norma Internacional de Contabilidad NIC 1, indica que una entidad presentará todas las partidas de ingresos y gastos reconocidas en un periodo: en un único estado del resultado integral. Los efectos de las diferentes actividades, operaciones y sucesos correspondientes a la empresa, difieren en cuanto a su estabilidad, riesgo y capacidad de predicción, por lo que cualquier información sobre los elementos que componen los resultados ayudará a comprender el desempeño alcanzado en el periodo, así como a evaluar los posibles beneficios a obtener en el futuro.

Tabla 5.*Estado de Resultados*

“ABC” ESTADO DE RESULTADOS DEL.... AL... DE... EXPRESADO EN DÓLARES						
CUENTAS	INVERSION	OPERACIONAL				
	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Ingreso de Ventas						
(-) Costo de Producción						
(=) Utilidad Bruta en ventas						
Gastos Operativos (Gastos de administración y ventas)						
(=) Utilidad Operativa						
Gastos Financieros						
(=) Utilidad antes de impuestos						
(-)15% Utilidad a Trabajadores						
(=) Utilidad liquida del ejercicio						
Fecha.....						
GERENTE			CONTADOR			

Nota: La tabla representa el Estado del Resultado. Tomado de las NIC 1 (2019).

Flujo de caja

Esta identidad indica que los flujos de caja proveniente de los activos de una empresa son igual al flujo de caja pagados a los prestamistas de la empresa. En otras palabras, el efectivo generado por la empresa a partir de sus actividades se utiliza tanto para pagar a los acreedores como a los propietarios de la empresa operativa. (Riofrío et al, 2017, pág. 50)

Estado de flujos del efectivo

La Norma Internacional de contabilidad NIC 1, indica que la información sobre los flujos de efectivo proporciona a los usuarios de los estados financieros una base para evaluar la capacidad de la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo y las necesidades de la entidad para utilizar esos flujos de efectivo.

Tabla 6.*Estado de Flujos del Efectivo*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas					
Total de Ingresos					
EGRESOS					
Costo de Operación					
Total de Egresos					
Utilidad Bruta					
(-) 15% Trabajadores					
Utilidad antes de impuesto					
Amrt. De Activo Diferido					
Depreciaciones					
FLUJO DE CAJA					

Nota: La tabla muestra cómo debería estar estructurado el Estado de Flujos del Efectivo. Tomado de NIC 1 (2019).

Costos

Para el autor Salmón (2018), los costos y la financiación del proyecto forman un conjunto de medidas encaminadas a la planificación, seguimiento y control de los costes incurridos durante la vida del proyecto, que incluye inicialmente su valoración y evaluación. Según ellos, los costos son considerados como un proceso cuyas estrategias se adaptan a cada situación específica.

Clasificación de los costos

La clasificación de los costos son los siguientes:

Costos variables. Son aquellos que aumentan de manera directamente proporcional al uso del bien o servicio conforme avanza la actividad, es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que, si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

Costos fijos. Los costos fijos son aquellos que no están directamente relacionados con la cantidad de actividad en la empresa, en cuanto a los costos variables se calcula mediante el monto se determina de acuerdo con la cantidad de actividad en la empresa (pág. 114).

Evaluación financiera

Punto de equilibrio

De acuerdo con el autor Villarán (2009), mencionan que establece el nivel mínimo de producción y de ventas que, en valor unitario o monetario, debe lograr la empresa para poder generar utilidad contable. Al comparar el punto de equilibrio con el nivel previsto en el plan de ventas, se tiene una idea del margen de seguridad y de riesgo de la empresa (pág. 144).

La fórmula utilizada para determinar el punto de equilibrio es:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

- **PE** = Punto de equilibrio
- **CFT** = Costos fijos totales
- **1** = Constante matemática
- **CVT** = Costo variable total
- **VT** = Ventas totales

En Función de la Capacidad Instalada.

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - CVT} * 100$$

Donde:

CFT= Costo Fijo Total

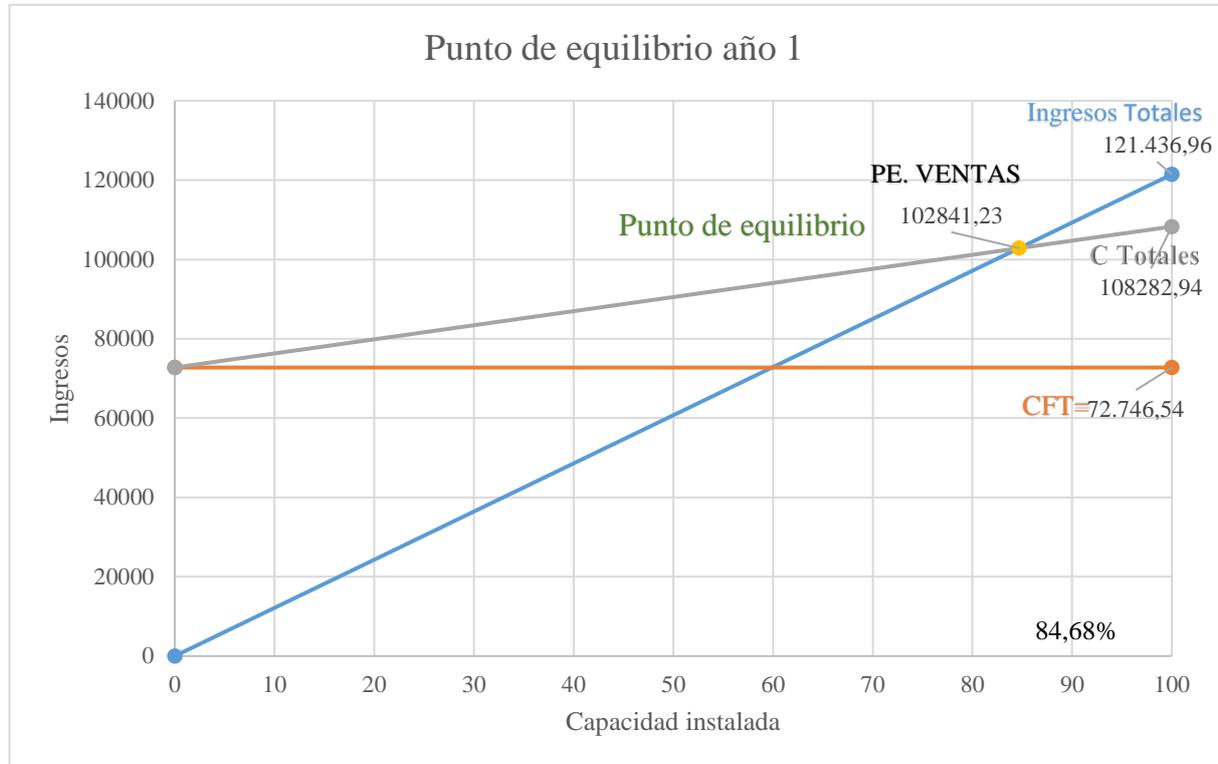
VT= Ventas Totales

CVT= Costo Variable Total

Representación gráfica

Figura 4

Gráfica del Punto de Equilibrio



Nota: El gráfico representa el punto de Equilibrio de la empresa según sus ventas y su capacidad instalada.

Valor actual neto

Para el autor Ávila (2020), indica que el VAN de una inversión se define como la diferencia entre el valor presente de los flujos futuros del proyecto y la inversión inicial necesaria para ejecutar el mismo. Es un indicador que mide el beneficio económico de un proyecto dado su flujo de fondos y su tasa de descuento. La tasa de descuento podría ser diferente para cada periodo, pero para simplicidad se asumirá que esta es igual en todos los periodos considerados.

Fórmula

$$\text{VAN} = -I_0 \frac{\text{FFN}_1}{(1+r)} + \frac{\text{FFN}_2}{(1+r)^2} + \frac{\text{FFN}_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{\text{FFN}_N}{(1+r)^n}$$

El criterio del VAN establece que:

- Si el VAN es mayor que cero ($VAN > 0$), entonces el proyecto es factible ya que la rentabilidad generada es mayor que la rentabilidad requerida.
- Si el VAN es menor que cero ($VAN < 0$), entonces el proyecto no es factible ya que la rentabilidad generada es menor que la rentabilidad requerida.
- Si el VAN es cero ($VAN = 0$), entonces estamos en el punto mínimo de aceptación, ya que la rentabilidad generada es igual a la rentabilidad requerida (págs. 37-38)

La tasa interna de retorno (TIR)

Ponce (2019), menciona que este método consiste en encontrar la tasa de interés a la cual se cumplen las condiciones necesarias para iniciar o aprobar un proyecto de inversión. Tiene la ventaja sobre otros métodos como la del VPN, que en éste se elimina el cálculo de la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO) lo que le otorga una propiedad ventajosa en la gestión financiera.

Fórmula:

$$TIR = -I_0 \frac{FFN_1}{(1 + TIR)} + \frac{FFN_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{FFN_3}{(1 + TIR)^3} + \dots + \frac{FFN_N}{(1 + TIR)^n}$$

Si se utilizaría la TIR como criterio de decisión, este criterio establece que:

- Si la TIR es mayor que la tasa de descuento ($TIR > r$), entonces el proyecto es viable ya que la rentabilidad generada es mayor que la rentabilidad requerida.
- Si la TIR es menor que la tasa de descuento ($TIR < r$), entonces el proyecto no es viable ya que la rentabilidad generada es menor que la rentabilidad requerida.
- Si la TIR es igual a la tasa de descuento ($TIR = r$), estamos en el nivel mínimo de aceptación ya que rentabilidad generada igual a rentabilidad que se requiere (Avila, 2020, pág. 42).

Periodo de recuperación de capital

Para los autores Pacheco y Pérez (2018), indica el tiempo en que se amortiza la inversión por flujos de efectivo contables. Más rápido significa menos incertidumbre, dependiendo del ciclo de vida de la industria en la que se encuentra la empresa evaluada dentro del proyecto.

Fórmula

$$PRC = \text{Año que cubre la inversión} \frac{\text{Inversion} - \Sigma \text{ primeros flujos}}{\text{Flujo del periodo que supera la Inversión}}$$

Si se utilizaría la PRC como criterio de decisión, este criterio establece que:

- Si el PRC es menor que el horizonte económico, la inversión inicial se recupera antes del plazo total, por lo tanto, el proyecto es aceptable y más conveniente.
- Si el PRC es mayor que el horizonte económico, la inversión inicial no se recupera antes del plazo total, por lo tanto, el proyecto no es aceptable.
- Si el PR es igual al horizonte económico, se cubre la inversión inicial en el plazo total y el proyecto es indiferente.

Relación beneficio/costo

Rojas (2015), señala que este método considera el valor temporal del dinero para explicar el calendario de flujos de efectivo (o beneficios) que ocurren desde la realización del proyecto. La relación B/C es una razón de los beneficios descontados con respecto a los costos descontados.

Fórmula:

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

Si se utilizaría la B/C como criterio de decisión, este criterio establece que:

- Si la relación entre los ingresos y los egresos es = 1 el proyecto se considera indiferente y queda a criterio del inversionista.
- Si la relación entre ingresos y los egresos es mayor a 1 el proyecto se considera factible y por lo tanto viable.
- Si la relación ente ingresos y los egresos es menor a 1 el proyecto no se considera factible y por lo tanto no es rentable (pág. 170)

Análisis de sensibilidad

Esto refleja cambios en los ingresos y/o gastos de los proyectos empresariales. Estas fluctuaciones pueden ocurrir como consecuencia de disminuciones o aumentos realizados voluntaria o involuntariamente por el empresario. Estas fluctuaciones pueden ocurrir durante la fase de instalación o puesta en marcha del proyecto debido a impactos macroeconómicos o microeconómicos ya que los cálculos propuestos originalmente en el proyecto pueden subestimar o sobreestimar. (Ruíz, 2011, pág. 162)

Fórmula:

$$\text{Análisis de sensibilidad} = \frac{VANn - VaNe}{VaNe} * 100$$

Si se utilizaría la TIR como criterio de decisión, este criterio establece que:

- Si la sensibilidad es mayor a 1 el proyecto debe rechazarse ya que no es rentable.
- Si la sensibilidad es igual a 1 el proyecto debe esperar y queda a criterio del inversionista

5. Metodología

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizaron los siguientes métodos y técnicas de investigación los cuales permitieron obtener información importante y verídica que sirvió como base teórica y práctica para el desarrollo del proyecto, para determinar su factibilidad.

Científico

Mediante la recopilación de información se elaboró los referentes teóricos, a través de la revisión de libros, revistas, normas, leyes y publicaciones de estudios relacionadas al tema, con el fin de aportar nuevas perspectivas que estos sirvan de guía para clasificaciones y cálculos utilizados para el desarrollo del proyecto, lo cual permitió incrementar el conocimiento en los temas referentes al proyecto de inversión para la creación de una empresa de servicios de ocio en la parroquia de Vilcabamba.

Deductivo

Se lo empleó para el desarrollo de cada uno de los estudios que integran el proyecto de factibilidad, estructurando primeramente el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio y Evaluación Económico/financiero, con la información de los resultados obtenidos se llegó a conclusiones coherentes que permitieron determinar la viabilidad que este tendrá al ponerlo en marcha.

Inductivo

Fue de utilidad para establecer el tamaño de la muestra, con datos generales y reales obtenidos de la población a nivel local, mediante la información obtenida de las técnicas de recolección de datos, tales como: la encuesta y entrevista que permitieron conocer aspectos concretos y específicos; como los gustos y preferencias de los consumidores sobre el servicio los cuales fueron de gran utilidad para evaluar la factibilidad del negocio.

Analítico

Se lo utilizó para analizar y examinar las fases dentro del desarrollo de la investigación, a través de la revisión de documentos, leyes, normas, reglamentos y demás disposiciones legales que regulan las actividades de la discoteca, con el fin de realizar el informe de viabilidad del estudio, se aplicó los indicadores financieros con el propósito de evaluar los resultados para formular las conclusiones y recomendaciones adecuadas en base a la información obtenida para el proyecto de inversión.

Sintético

Fue de gran utilidad para resumir y presentar la información obtenida en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular, a través de los resultados obtenidos se procedió a realizar las conclusiones, con el fin de evaluar la viabilidad del proyecto de inversión para la implementación de una discoteca en la parroquia de Vilcabamba.

Estadístico

Se utilizó para organizar y analizar datos numéricos en el estudio de mercado, el cual permitió la tabulación y representación gráfica de las encuestas aplicadas en la localidad objeto de estudio, de la misma manera, ayudo a determinar la aceptación del nuevo servicio de ocio que se desea ejecutar en la parroquia Vilcabamba

Matemático

Para determinar la factibilidad del proyecto de inversión y si este es viable, se debe realizar proyecciones mediante el desarrollo y cálculo matemático de cada uno de los indicadores de evaluación económico-financiero para finalmente determinar si el proyecto va a generar los beneficios suficientes para poner en marcha la inversión.

Técnicas

Las técnicas que se utilizaron fueron:

Encuesta

Se aplicó 363 encuestas dirigidas a distintos segmentos, es decir, se aplicaron a personas comprendidos en el rango de edad 18 a 44 años en la parroquia de Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Quinara con el fin de conocer sus gustos y preferencias sobre el servicio que se pretende ofrecer.

Entrevista

Se aplicó entrevistas con preguntas abiertas y de libre expresión, dirigidas a tres propietarios que cuentan con establecimientos similares y, por tanto, brindan los mismos servicios como la discoteca en la parroquia de Malacatos y bares en Vilcabamba, con la finalidad de conocer y determinar la oferta existente en este mercado.

Observación

Esta técnica se aplicó una vez que se realizó las visitas a establecimientos similares al proyecto que se desea implementar con la finalidad de apreciar y observar la forma en la cual se lleva a cabo el funcionamiento del negocio y de cómo se ofrecer la atención a los clientes que van a consumir el servicio; de igual manera se observó el tipo de instrumentos e implementos a utilizarse en un futuro, de esta manera se obtuvo información pertinente para la ejecución del mismo.

Muestra.

Se la utilizó con el fin de obtener la información que permitió el cálculo del tamaño de la muestra, es decir, la cantidad de encuestas que fueron aplicadas a la población de las siguientes parroquias Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Quinara para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{\Sigma^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

Z= Nivel De Confianza

Σ = Error estándar

Población

La población seleccionada para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular está comprendida en personas de 18 a 44 años de edad en la parroquia de Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Quinara.

Revisión Bibliográfica

Permitió recolectar la información bibliográfica de las últimas publicaciones de los libros, folletos, artículos y demás fuentes para la elaboración del marco teórico del Trabajo de Integración Curricular.

6. Resultados

Contexto empresarial

La parroquia Vilcabamba se encuentra ubicada en el sector sur oriental de la ciudad Loja, sus 4.778 habitantes gozan de un clima de tipo subtropical seco, y situado a 1700 metros sobre el nivel del mar, debido a que su temperatura promedio es de 20° centígrados este sector es considerado como uno de los mejores destinos para vacacionar o pasar un fin de semana ameno. Fue fundada el 1 de septiembre de 1576 por el español Luis Fernando de la Vega. En esta parroquia se atribuye la buena salud de los longevos al agua de los ríos que la rodean, capaz de eliminar el colesterol y curar el reumatismo y posee un elevado porcentaje de influencia de turistas nacionales e internacionales.

El proyecto de inversión que se aspira a implementar pertenece al sector terciario, ya que se pretende brindar un servicio de diversión a los pobladores de la parroquia Vilcabamba y parroquias aledañas, de ahí su importancia del sector del ocio y entretenimiento, ya que esto ayudará al desarrollo de la economía del sector sur oriental del cantón Loja, generando fuentes de trabajo e ingreso a partir de la prestación de servicios que ofrecerá este centro de esparcimiento y generar beneficios tanto a los pobladores como a sus inversionistas

La parroquia Vilcabamba es conocida por ser el “valle de la longevidad” y por su clima característico de ser suave por lo que sus moradores se dedican a diversas actividades productivas principalmente como la agricultura y la ganadería, estadísticamente el 32% de la población se dedican a estas actividades del sector primario, sin embargo, el turismo en la parroquia Vilcabamba se ha convertido en una actividad con un alto potencial, el 51% de los habitantes que se dedican a este sector. Por lo se ha convertido, gradualmente, en las principales actividades económicas desarrolladas por los locales de la parroquia Vilcabamba por tal razón implementar y aperturar un establecimiento turístico como un centro de esparcimiento (discoteca) deja grandes posibilidades de incrementar fuentes de empleo para la localidad.

En la localidad que se desea ejecutar el proyecto existen diferentes tipos de bares pequeños como Paddy's Bar-Grill y Breiky's Bar” los cuales son los más frecuentados por los moradores y turistas, ya que no existe un centro de esparcimiento en la parroquia de Vilcabamba. Por otro lado, en la parroquia Malacatos existe la discoteca “Sucursal del cielo”.

Estos establecimientos muestran un grado de competitividad imperfecta ya que al no existir gran competencia tiene la influencia decisiva en lo que respecta a la fijación del precio

de los servicios de bares y discotecas. Por ende, al no existir gran porcentaje de competidores aumentan las oportunidades de éxito en la ejecución del presente proyecto.

Estudio de mercado

Análisis y estudio de la demanda

La población objeto de estudio

La población que será objeto de estudio se centra en la Parroquia de Vilcabamba y lugares aledaños, de acuerdo con los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010, se tomó como referencias las parroquias como: Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara y Malacatos pertenecientes al cantón Loja, las cuales tienen una tasa de crecimiento poblacional del 2.3%; al pertenecer al sector de los servicios y ser una discoteca no se tendrá en cuenta a los jóvenes menores de 18 años debido a la prohibición de ingreso a este tipo de establecimientos por lo cual, se procedió a segmentar la población en hombres y mujeres entre el rango de 18 a 44 años de edad, siendo un total de 5190 personas que podrían hacer uso del servicio que se oferta.

Tabla 7.

Población objeto de estudio de las parroquias surorientales de la ciudad de Loja

PARROQUIAS	POBLACIÓN
<i>Vilcabamba</i>	2.154
<i>Malacatos</i>	2.214
<i>San Pedro de Vilcabamba</i>	408
<i>Quinara</i>	414
Total	5.190

Nota: La tabla representa la población objeto de estudio de las parroquias sur orientales de la ciudad de Loja. Tomado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), 2019/2023

Proyección de la población

Para realizar la proyección de la población se tiene en cuenta los habitantes de la parroquia Vilcabamba y parroquias aledañas, tal información fue tomada del plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT) 2019/2023 de cada parroquia, pues este PDOT toma la información proporcionada en el INEC, misma que señala que existe una tasa de crecimiento poblacional del 2,3%, utilizando la siguiente fórmula:

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

En donde:

Pf = población final (2010)

Po = población inicial (2010= 5.190 personas)

i = tasa de crecimiento anual (2,3%)

n = período analizado (5 años)

Aplicación de la formula

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

$$Pf = 5.190 (1+0,023)^{12}$$

Pf = 6.818 personas mayores de 18 años

La población del presente proyecto de inversión está establecida por 6.818 personas la cual se encuentra dentro del rango de 18 a 44 años de edad del sector rural que residen en la parroquia Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Quinara en el año 2022.

Muestra

Debido a que la población es bastante extensa se procedió a calcular el tamaño de la muestra representativa, por medio de la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{\sum^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

Z= Nivel De Confianza

\sum = Error estándar

Procedimiento

Tabla 8.

Datos para aplicar en la fórmula de muestreo

<i>Datos para fórmula de muestreo</i>	
N =	<i>6.818</i>
P =	<i>0.5</i>
Q =	<i>0.5</i>
Z =	<i>95% (1,96)</i>
Σ =	<i>5 % (0,05)</i>

Nota: La tabla representa los datos para aplicar en la fórmula de muestreo. Tomado de INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021).

Remplazando en la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{\Sigma^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * (6818) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2(6818 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) * (6818) * (0,25)}{(0,0025) * (6817) + (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = \frac{6548,0072}{18,0029}$$

$$n = 362,71$$

$$n = \mathbf{363}$$

Al aplicar la fórmula dio un resultado de 363 encuestas necesarias para aplicar en la investigación en las diferentes parroquias surorientales de la ciudad de Loja, la cual nos permitirá obtener información fundamental para el análisis e interpretación de los gustos y preferencias de la población objeto de estudio y de la misma manera para determinar la demanda de mercado, en la siguiente tabla se representa el numero de la distribución muestral de las encuestas realizadas a cada parroquia.

Distribución muestral de las encuestas

Tabla 9.

Distribución muestral de las encuestas

Parroquias	Población	Porcentaje	Encuestas
<i>Vilcabamba</i>	2.830	41,51%	151
<i>Malacatos</i>	2.908	42,65%	156
<i>San Pedro de Vilcabamba</i>	536	7,86%	28
<i>Quinara</i>	544	7,98%	29
	<i>6.818</i>	<i>100%</i>	<i>363</i>

Nota. La tabla representa la distribución muestral en las diferentes parroquias surorientales de la ciudad de Loja. Tomado del PDOT 2019/2023

Resultados de las encuestas aplicadas a la población de la Parroquia Vilcabamba y Parroquias aledañas.

Se realizó una encuesta a la población objeto de estudio de las parroquias surorientales de la ciudad de Loja con el fin de obtener información importante y específica del mercado, necesarias para determinar la demanda del servicio, los gustos y preferencias de los consumidores. Se obtuvo los siguientes resultados.

1. ¿Cuál es su edad?

Tabla 10.

Edad de los encuestados

Rango	Xm	F	%	Xm.f
<i>18-24</i>	21	184	51%	3.864
<i>25-29</i>	27	120	33%	3.240
<i>30-34</i>	32	30	8%	960
<i>35-39</i>	37	18	5%	666
<i>40-44</i>	43	11	3%	473
		<i>363</i>	<i>100%</i>	<i>9.203</i>

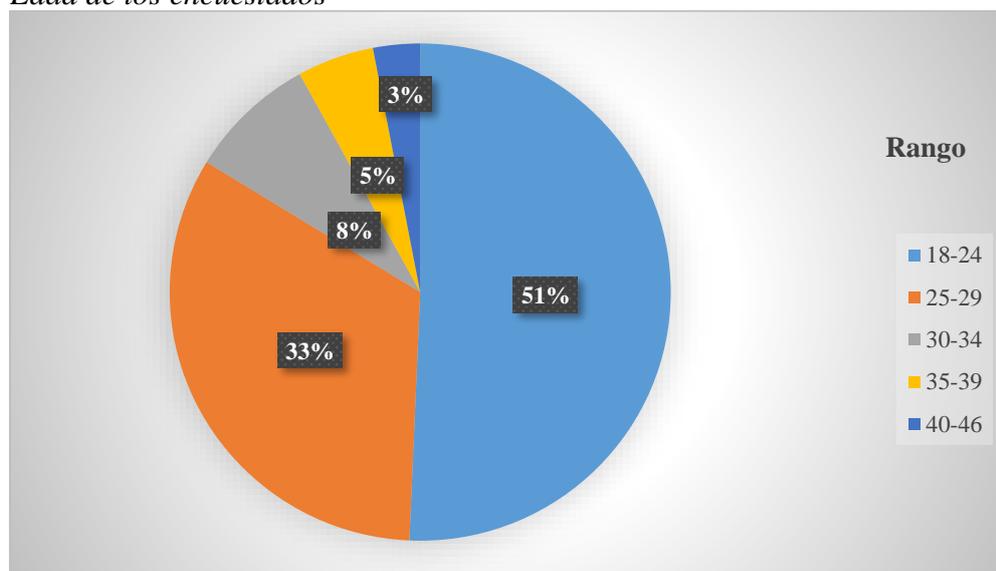
Nota: La tabla muestra la frecuencia del rango de edad de los encuestados

Promedio de rango de edades

$$\frac{\sum F(Xm)}{\#Encuestas} = \frac{9.203}{363} = 25 \text{ Promedio de edad}$$

Figura 5

Edad de los encuestados



Análisis: El objetivo de la primera pregunta es establecer los rangos de edad en los cuales se puede encontrar los posibles clientes del emprendimiento. Por lo que observar es que existe un 51% de personas entre 18 a 24 años de edad; seguidamente el 33% de la población lo conforman las personas entre 25 a 29 años de edad y al aplicar la formula del promedio de rango de edades arrojó un resultado de que las personas encuestadas se encuentran en un promedio de 25 años.

Para que la ejecución de este proyecto tenga éxito deseado, se tiene que centrar en los gustos y preferencias en los rangos de edad antes señalados ya que serán lo posibles clientes potenciales.

2. ¿Asiste a centros de esparcimiento como bares y discotecas?

Tabla 11.

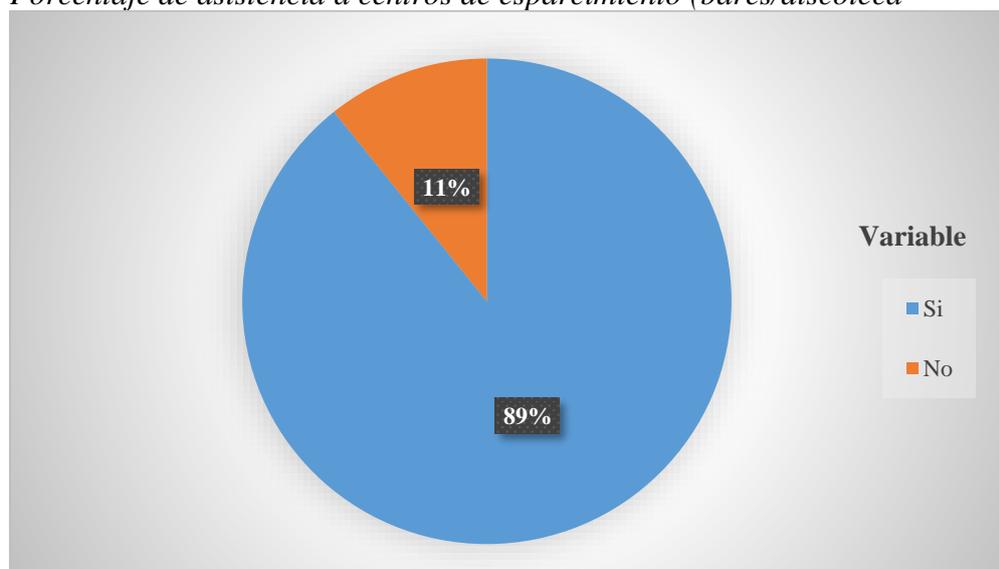
Porcentaje de asistencia a centros de esparcimiento(bares/discoteca)

<i>Variable</i>	X	%
<i>Si</i>	324	89%
<i>No</i>	39	11%
TOTAL	363	100%

Nota: La tabla indica el porcentaje de asistencia a esparcimientos (bares/discotecas) de la población encuestada en el 2022.

Figura 6

Porcentaje de asistencia a centros de esparcimiento (bares/discoteca



Análisis: Al apreciar la tabla N. ^a 11 se puede determinar que el 89% de las personas encuestadas si les gusta asistir a centros de diversión nocturna como los bares o discotecas, dando como resultado la demanda real, de manera que buscan pasar un momento agradable y de diversión, tan solo el 11% de la población encuestada no le gusta ir por razones desconocidas.

3. ¿Con que frecuencia asiste a estos tipos de lugares?

Tabla 12.

Frecuencia de asistencia a Bares o discotecas

<i>Variable</i>	X	%
<i>Semanal</i>	166	46%
<i>Quincenal</i>	112	31%
<i>mensual</i>	59	16%
<i>Anual</i>	26	7%
TOTAL	362	100%

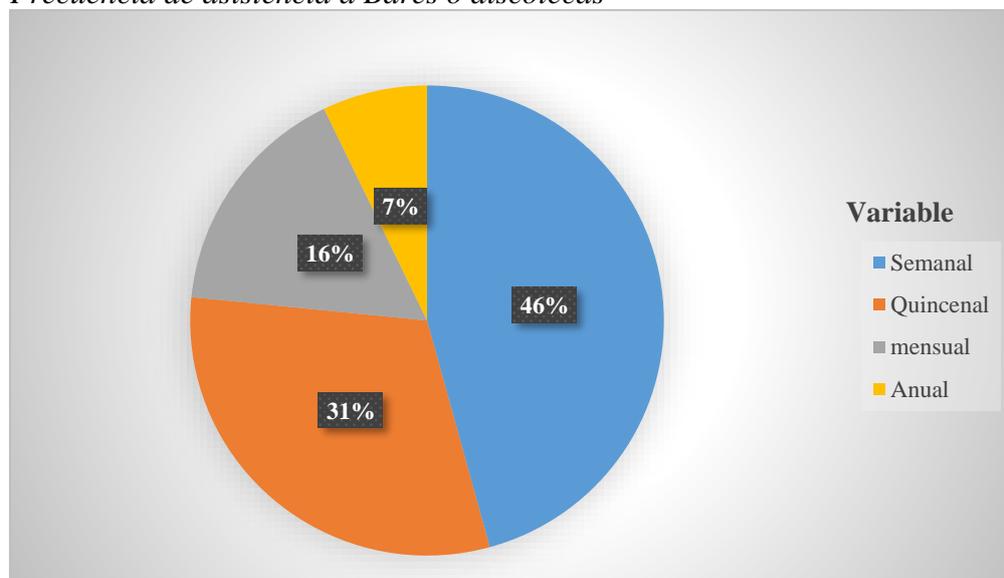
Nota: La tabla representa el nivel con que asisten a bares y discotecas la población encuestada en el 2022.

Promedio de asistencia por año

$$\frac{\sum F(Xm)}{\#Encuestas} = \frac{8392}{363} = 23 \text{ veces al año}$$

Figura 7

Frecuencia de asistencia a Bares o discotecas



Análisis: Se estableció esta pregunta con la finalidad de conocer el nivel con el que frecuentan los centros de diversión nocturna, como son los bares y discotecas, por lo que se ha determinado que las personas suelen asistir de manera semanal un 46% y quincenal acaparando así un total de 31% de la población estudiada. Mientras que de manera mensual asiste un porcentaje de 16% y tan solo el 7% de las personas encuestadas asisten a estos centros de manera anual.

Por ende, el resultado es positivo y se ha determinado que el proyecto de implementar una discoteca es factible debido a que existe un mínimo porcentaje de personas que acuden a este tipo de lugares.

4. ¿Qué días prefiere asistir al centro de diversión nocturna?

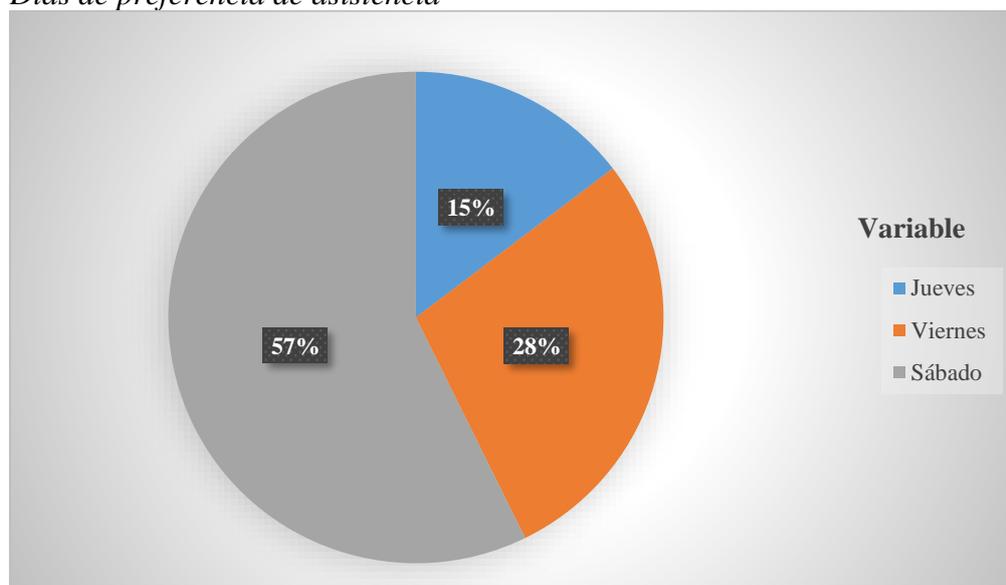
Tabla 13.

<i>Días de preferencia de asistencia</i>		
Variable	X	%
<i>Jueves</i>	53	15%
<i>Viernes</i>	102	28%
<i>Sábado</i>	208	57%
TOTAL	363	100%

Nota: La tabla muestra los días que prefieren asistir al centro de diversión nocturna la población encuestada en el 2022.

Figura 8

Días de preferencia de asistencia



Análisis: Al obtener los resultados de las encuestas aplicadas se ha podido determinar que un total de 28% de la población prefiere asistir los días viernes a centros de diversión nocturna como bares y discotecas, mientras que el 57% asisten los días sábados, por lo que existe una mayor afluencia de personas durante fines de semana.

5. Cuando asiste a estos centros de diversión nocturna (bares/discotecas) ¿Con cuantas personas lo hace?

Tabla 14.

Con cuantas personas asiste a centros de diversión nocturna (discoteca)

Variable	X	X.f	%
1	14	14	4%
2	57	114	16%
3	110	330	30%
4	120	480	33%
5	62	310	17%
TOTAL	363	1248	100%

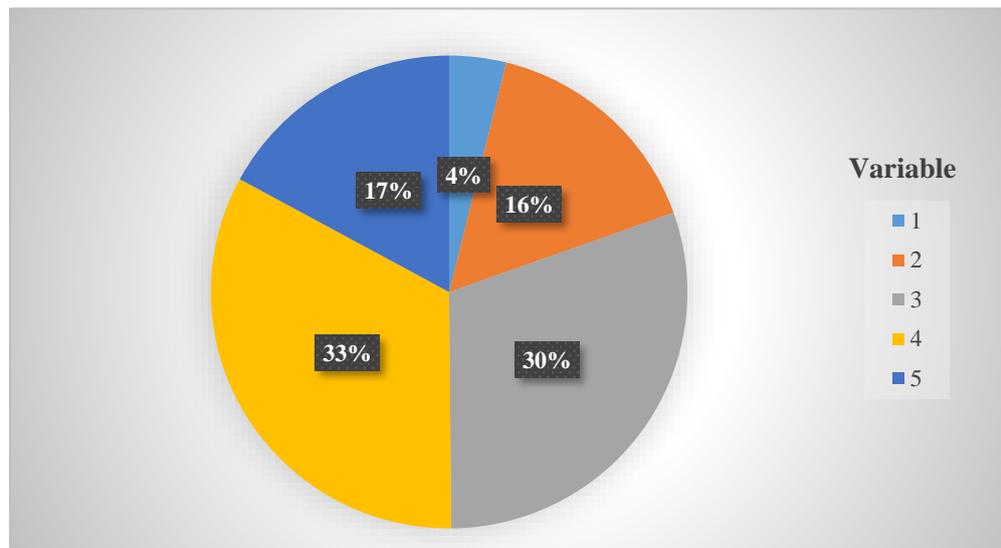
Nota: La tabla indica con cuantas personas asiste normalmente el encuestado a los centros de diversión nocturna como bares y discotecas.

Promedio de acompañantes

$$\frac{\sum F(X_m)}{\#Encuestas} = \frac{1248}{363} = 3 \text{ Total de personas en promedio}$$

Figura 9

Con cuantas personas asiste a centros de diversión nocturna (discoteca)



Análisis: Al observar la tabla N. ^a 14 se ha podido determinar que el 33% de las personas encuestadas asisten a los centros de diversión nocturna acompañados con cuatro personas y el 30% asisten con tres personas; por lo que se ha establecido que en promedio las personas acuden en grupos de tres personas. Por último, se puede evidenciar que tan solo el 4% de la población estudiada le gusta asistir sola.

6. ¿Qué tipos de bebidas consume habitualmente cuando va a una discoteca?

Tabla 15.

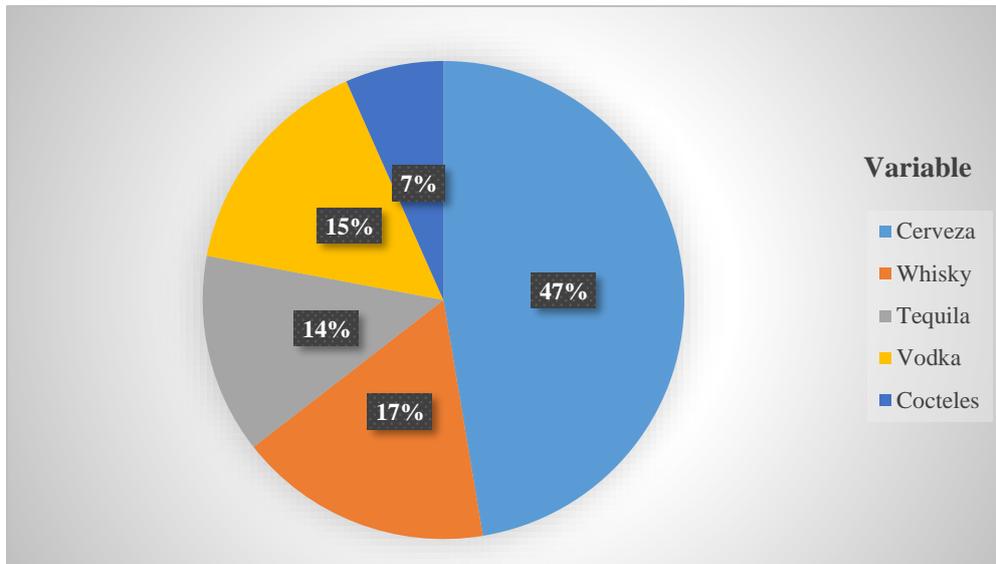
Bebidas de preferencia para el consumo

<i>Variable</i>	<i>X</i>	<i>%</i>
<i>Cerveza</i>	172	47%
<i>Whisky</i>	62	17%
<i>Tequila</i>	49	14%
<i>Vodka</i>	56	15%
<i>Cocteles</i>	24	7%
<i>TOTAL</i>	363	100%

Nota: La tabla muestra las bebidas que prefieren consumir las personas encuestadas.

Figura 10

Bebidas de preferencia para el consumo



Análisis: Al analizar la tabla N.ª 15 se puede determinar que el 47% de las personas que asisten a centros de diversión nocturna como discotecas les gusta consumir de preferencia cerveza, este resultado nos favorece por cuanto la inversión que requiere este producto no es elevada, seguidamente con un 17% de las personas encuestadas prefieren el Whisky, de tal manera que son las bebidas con más cogida por el público, sin embargo, se seguirá tomando en cuenta las demás bebidas, ya que su porcentaje sigue siendo significativo y se puede ampliar sus ventas promocionándolos de manera creativa, ya que ayudarán a generar ingresos para el emprendimiento.

7. ¿Qué piensa sobre los precios actuales en cuanto bebidas alcohólicas en los diferentes bares/discotecas que ha frecuentado?

Tabla 16.

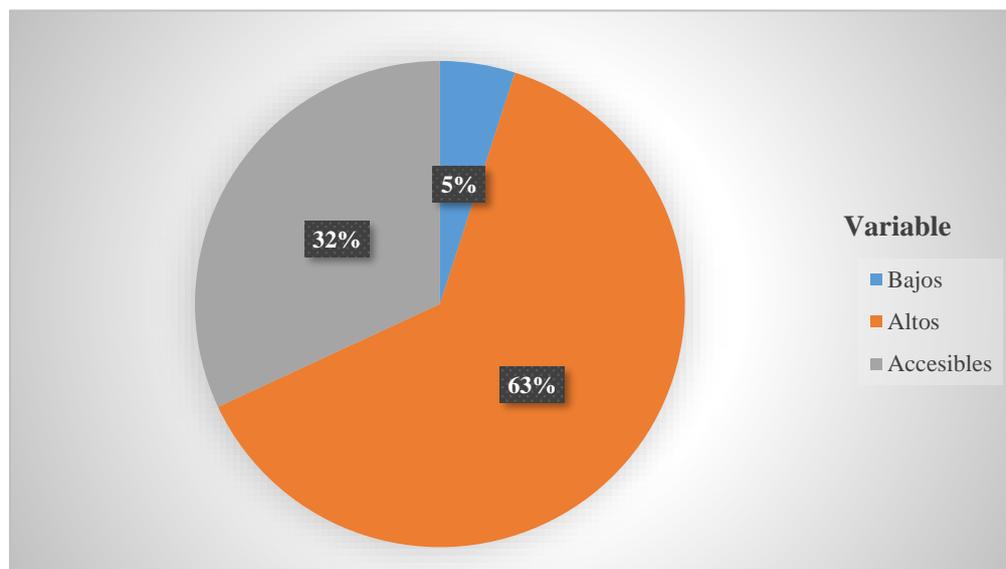
Precios sobre las bebidas alcohólicas en los bar/discotecas

Variable	X	%
<i>Bajos</i>	18	5%
<i>Altos</i>	229	63%
<i>Accesibles</i>	116	32%
TOTAL	363	100%

Nota: La tabla indica la percepción de los precios que tienen las personas encuestadas sobre las bebidas alcohólicas en los bar/discotecas.

Figura 11

Precios sobre las bebidas alcohólicas en los bar/discotecas



Análisis: Al obtener los resultados de las personas encuestadas se puede determinar que más de la mitad consideran que los precios de las bebidas alcohólicas que se ofrecen en los centros de diversión nocturna son elevados, el 32% de la población estudiada opina que los precios son accesibles y tan solo el 5% cree que los precios son bajos, por lo que se ha deducido que el mayor porcentaje de la población se encuentra insatisfecha a lo cual se puede obtener una ventaja competitiva, de esta manera se podría implementar promociones que llamen la atención de los clientes disminuyendo así el porcentaje de insatisfacción respecto al precio de las bebidas alcohólicas.

8. ¿A qué bar-discoteca del sector asiste habitualmente?

Tabla 17.

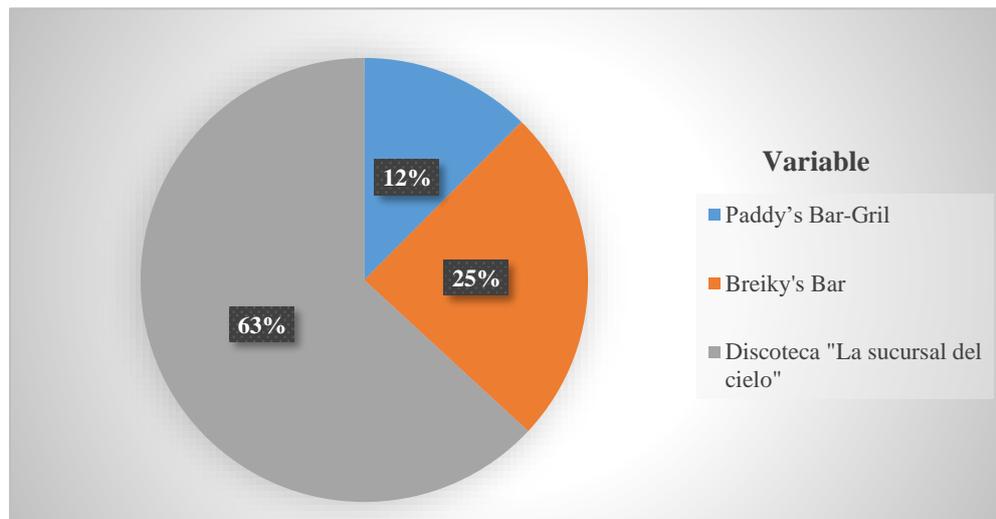
Asistencia a centros de diversión nocturna (Bar-discoteca)

<i>Variable</i>	<i>X</i>	<i>%</i>
<i>Paddy's Bar-Gril</i>	45	12%
<i>Breiky's Bar</i>	89	25%
<i>Discoteca "La sucursal del cielo"</i>	229	63%
<i>TOTAL</i>	<i>363</i>	<i>100%</i>

Nota: La tabla indica el nivel de asistencias a Bares y discotecas por parte de las personas encuestadas en la parroquia Vilcabamba y parroquias aledañas.

Figura 12

Asistencia a centros de diversión nocturna (Bar-discoteca)



Análisis: Al obtener los resultados de la encuesta aplicada se puede establecer el nivel de acogida que tienen los bares y discotecas existentes actualmente en el sector, de esta manera se ha determinado que el 63% de la población estudiada prefiere asistir a la discoteca “La sucursal del cielo”, seguidamente con un porcentaje del 25% de personas que asisten a Breik’s Bar y tan solo el 12% de la población encuestada asiste al Paddy’s Bar-Gril. De esta manera se puede concluir cual es la competencia directa y observar de manera precisa la clientela que han logrado obtener.

9. ¿Cuál es su gasto promedio cuando asiste a este tipo de lugares?

Tabla 18.

<i>Gasto promedio</i>				
<i>Variable</i>	Xm	X	%	Xm.f
<i>\$1.00 a \$20.00</i>	10,50	91	25%	995,5
<i>\$21.00 a \$40.00</i>	30,50	162	45%	4.941,0
<i>\$41.00 a \$60.00</i>	50,50	87	24%	4.393,5
<i>\$61.00 a \$80.00</i>	70,50	23	6%	6.121,5
TOTAL	162	363	100%	11.911,5

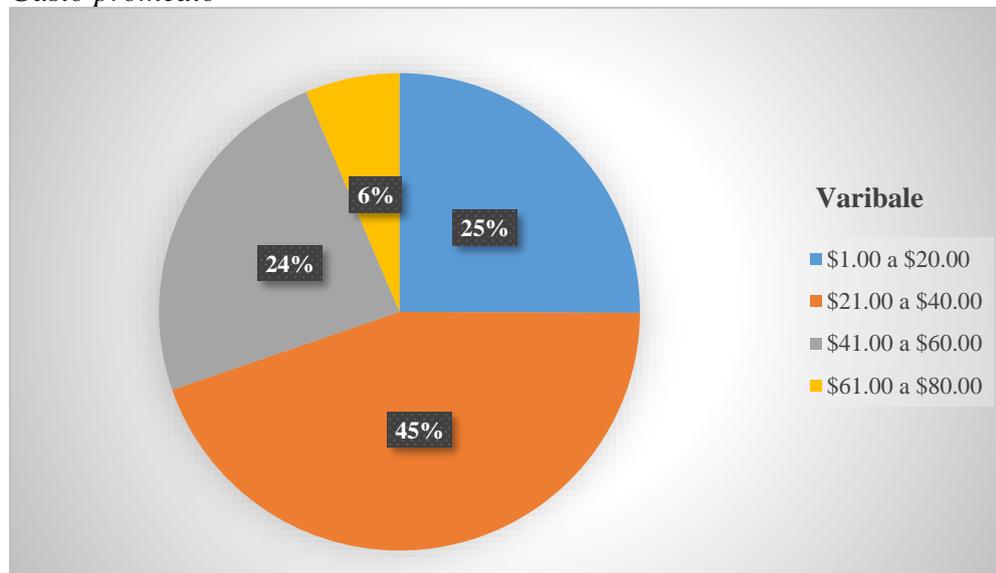
Nota: La tabla muestra el consumo promedio por parte de las personas encuestas que asisten a centros de diversión nocturna como bares y discotecas.

Gasto promedio

$$\frac{\sum F(X_m)}{\#Encuestas} = \frac{11911,5}{363} = 32,81 \text{ Promedio de gasto}$$

Figura 13

Gasto promedio



Análisis: Cómo podemos observar, de acuerdo a los datos obtenidos, el gasto promedio de las personas encuestadas es de \$32,81. Así mismo, se puede determinar que el 45% de las personas realizan un gasto entre \$21 a \$40 dólares y solo el 6% tienen un gasto entre \$61.00 a \$80.00.

Aunque el sector estudiado indique que si hace un gasto considerable se deberán implementar estrategias que permitan establecer un nivel de consumo adecuado para la empresa como para los clientes.

10. ¿Qué servicio busca en este tipo establecimientos (bar/discoteca).

Tabla 19.

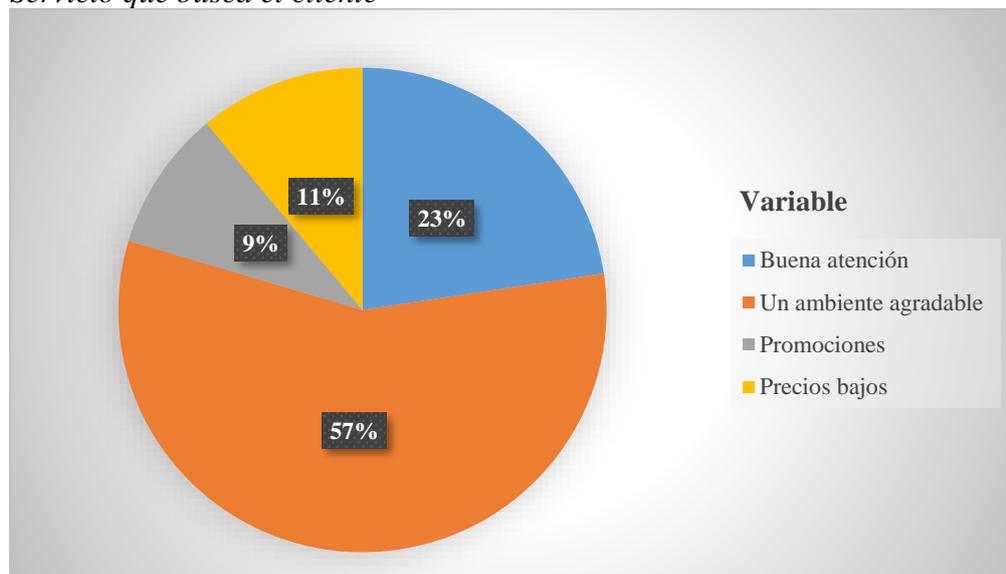
Servicio que busca el cliente

Variable	X	%
<i>Buena atención</i>	82	23%
<i>Un ambiente agradable</i>	207	57%
<i>Promociones</i>	34	9%
<i>Precios bajos</i>	40	11%
TOTAL	363	100%

Nota: La tabla representa el tipo de servicio que busca el cliente en un bar/discoteca.

Figura 14

Servicio que busca el cliente



Análisis: Mediante esta pregunta se determina el servicio que busca la persona encuestada en un centro de diversión nocturna, a lo cual el 57% de la población estudiada busca un ambiente agradable para pasar un buen momento junto con sus amigos; en segundo lugar, observamos que las personas buscan buena atención por parte del establecimiento, por lo que se puede determinar que estos son dos puntos claves para atraer clientes al establecimiento.

Por último, solo el 9% de encuestados buscan promociones, las cuales también se tendrán en cuenta para brindar un mejor servicio, debido a que no podemos dejar de un lado a este porcentaje de personas.

11. ¿Qué tipo de música prefiere para ambientar una discoteca?

Tabla 20.

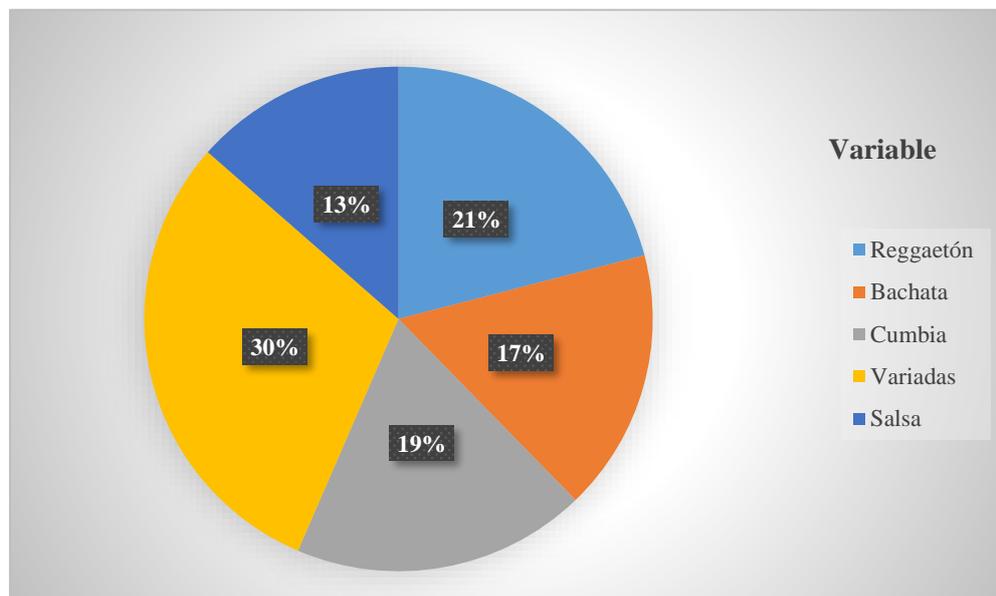
Preferencias de música para ambientar una discoteca

<i>Variable</i>	<i>X</i>	<i>%</i>
<i>Reggaetón</i>	76	21%
<i>Bachata</i>	61	17%
<i>Cumbia</i>	68	19%
<i>Variadas</i>	109	30%
<i>Salsa</i>	49	13%
<i>TOTAL</i>	363	100%

Nota: La tabla indica la Música preferida para ambientar una discoteca por las personas encuestadas en el 2022.

Figura 15

Preferencias de música para ambientar una discoteca



Análisis: Esta pregunta se ha integrado con el fin de valorar los gustos musicales de los posibles clientes; se puede observar que el 30% de la población estudiada prefiere disfrutar de música variada, mientras que el 21% prefiere el reggaetón, así mismo el 19% prefiere la cumbia.

La bachata y la salsa también tienen un porcentaje de 17% y 13%, respectivamente, por lo que todos estos géneros musicales se tomarán en cuenta para ambientar la discoteca y así poder llamar la atención de las personas, y estas puedan disfrutar todo el tiempo que se encuentren en el establecimiento.

12. ¿Asistiría a un nuevo centro de diversión nocturna (discoteca) si este se implementaría en la parroquia de Vilcabamba?

Tabla 21.

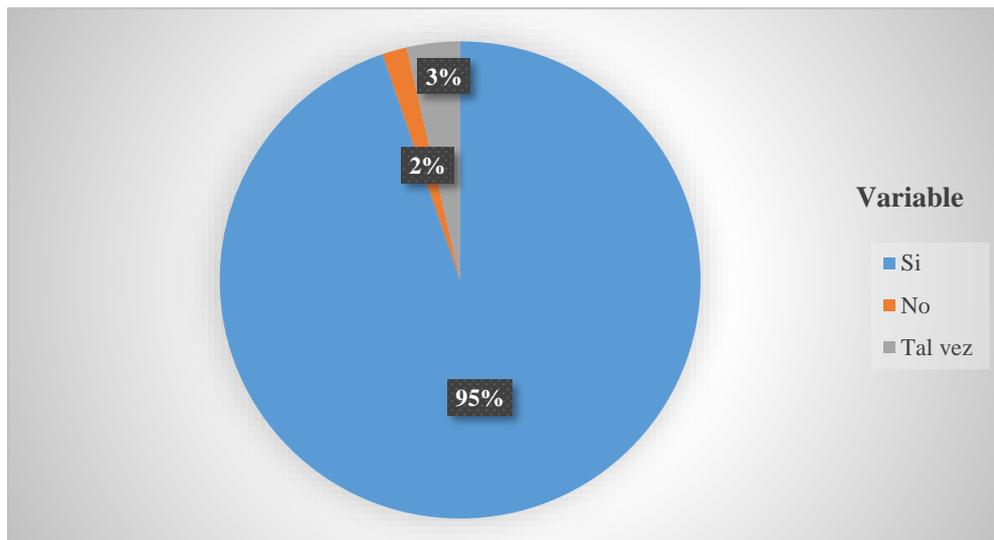
Nivel de acogimiento de la nueva discoteca en el sector

<i>Variable</i>	X	%
<i>Si</i>	344	95%
<i>No</i>	6	2%
<i>Tal vez</i>	13	3%
TOTAL	363	100%

Nota: La tabla representa el nivel de acogimiento de la nueva discoteca en la parroquia Vilcabamba

Figura 16

Nivel de acogimiento de la nueva discoteca en el sector



Análisis: Esta pregunta se la implemento con el fin de conocer el nivel de acogimiento que tendrá nuestro proyecto y para determinar la Demanda Efectiva, de esta manera, según los resultados obtenidos se puede observar que el 95% de la población estudiada sí asistirán al establecimiento que se pretende implementar. Este resultado es positivo pues mediante las recomendaciones y la primera impresión que se lleven estas personas se podrían estar hablando de un establecimiento exitoso.

De igual manera se observa que el 3% de encuestados se encuentran indecisos al optar por un nuevo servicio y tan solo el 2% de las personas no están dispuestas a asistir a la nueva discoteca que se desea implementar.

13. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de nuestras promociones y eventos?

Tabla 22.

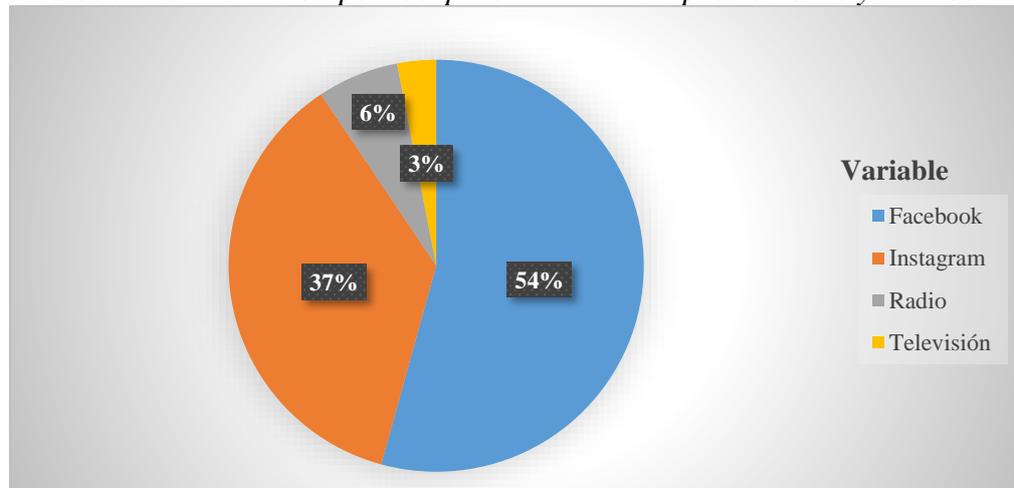
Medios de comunicación por los que se anunciaran promociones y eventos de la discoteca

Variable	X	%
Facebook	197	54%
Instagram	132	37%
Radio	23	6%
Televisión	11	3%
TOTAL	363	100%

Nota: La tabla indica los medios de comunicación por los que se anunciaran las promociones y eventos de la discoteca.

Figura 17

Medios de comunicación por los que se anunciaran promociones y eventos de la discoteca



Análisis: Al obtener la información de las encuestas aplicadas se puede señalar que las plataformas Facebook cuenta con un porcentaje del 54% e Instagram con el 37% las cuales son las redes sociales con mayor acogida por la población estudiada, debido a que hoy en día los jóvenes optan o tienen al alcance las redes sociales, así mismo, se puede apreciar que tan solo el 6% y 3% prefieren informarse sobre los eventos y promociones de la discoteca mediante los medios más convencionales como son radio y televisión.

Análisis de las entrevistas realizadas a la oferta

Se realizó una entrevista a tres personas diferentes los cuales son dueños de centros de bares y discotecas en la parroquia de Vilcabamba y Malacatos con el fin observar de forma directa a la competencia y determinar aspectos esenciales que permitan aprovechar y obtener ventajas competitivas al momento de poner en marcha la empresa. Al realizar las entrevistas hemos obtenidos tales respuestas como:

1. ¿Cuáles son los servicios que presta en su establecimiento?

Tabla 23.

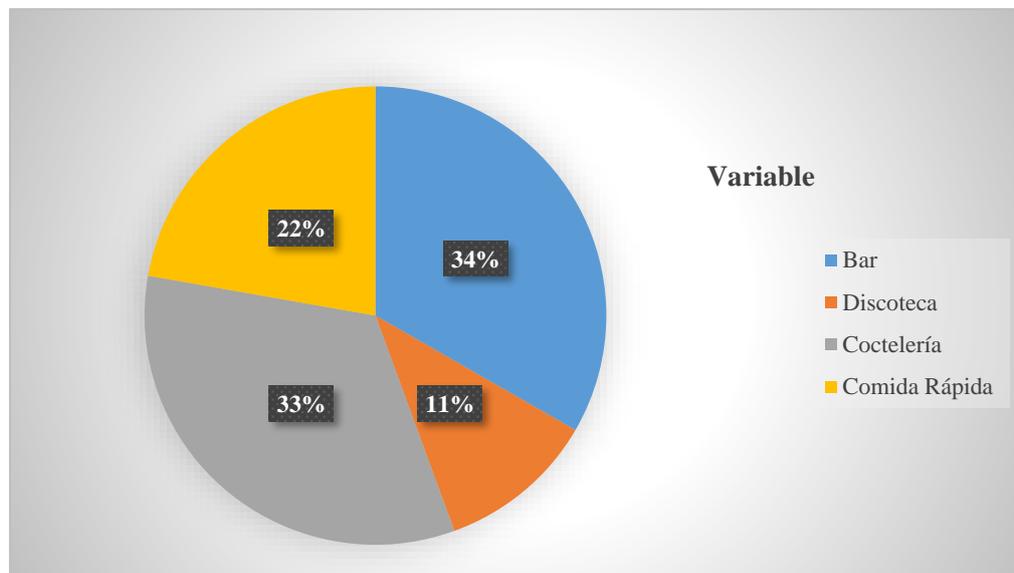
Servicios que brinda los establecimientos

<i>Variable</i>	X	%
<i>Bar</i>	3	34%
<i>Discoteca</i>	1	11%
<i>Coctelería</i>	3	33%
<i>Comida Rápida</i>	2	22%

Nota: La tabla indica los tipos de servicio que ofrece los establecimientos encuestados en el 2022.

Figura 18

Servicios que brinda los establecimientos



Análisis: Como se puede apreciar en la tabla N. ^a 23 está dirigida a conocer el tipo de servicio que ofrecen los diferentes establecimientos, el 34% ofrece el servicio de bar y con el mismo porcentaje el servicio de coctelería, mientras que el 11% ofrecen el servicio de discoteca, de la misma manera el 22% se dedica a ofrecer el servicio de comida rápida.

En si podemos determinar que en la parroquia Vilcabamba existe muy poca competencia por lo que se puede aprovechar y aperturar el emprendimiento, brindando el servicio de discoteca y coctelería de esta manera se lograría cubrir la demanda insatisfecha existente en la localidad.

2. ¿Para cuantas personas tiene capacidad su establecimiento?

Tabla 24.

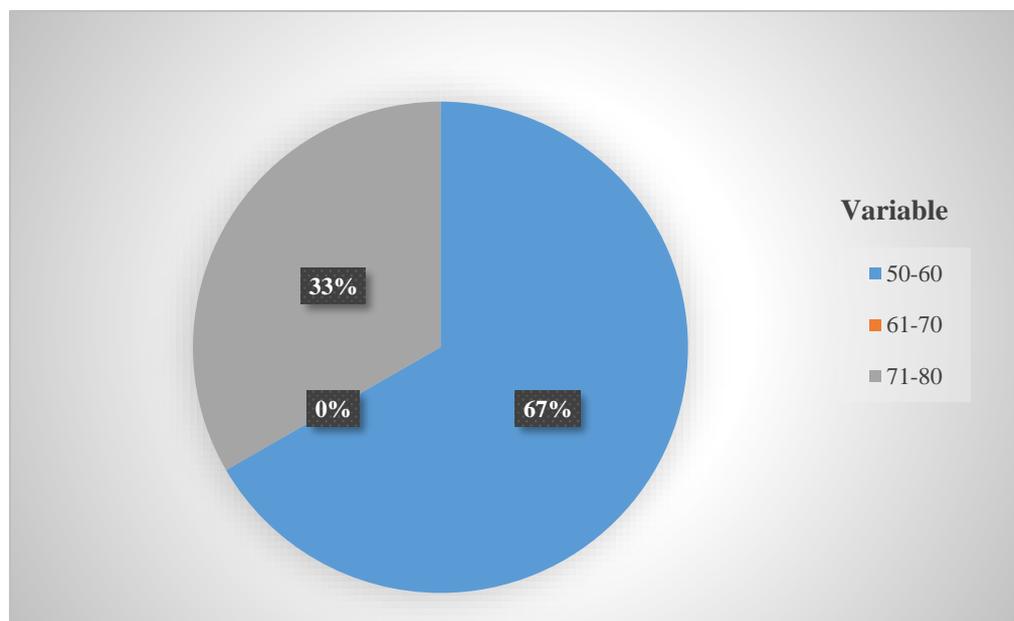
Capacidad del establecimiento

Variable	X	%
50-60	2	67%
61-70	0	0,00%
71-80	1	33%

Nota: La tabla indica la capacidad que tienen cada uno de los establecimientos.

Figura 19

Capacidad del establecimiento



Análisis: En la tabla N. ^a 24 se puede observar que el 67% de los establecimientos entrevistados tienen una capacidad entre 50 a 60 personas, mientras que el 33% tiene una capacidad entre 71 a 80 personas. Con los datos obtenidos se puede apreciar que la amplitud del local constituye un factor determinante en el éxito del emprendimiento, por lo que para este establecimiento se debe contar con un espacio amplio y con una capacidad adecuada para atender a los clientes de manera óptima y eficiente.

3. ¿Qué días labora su establecimiento?

Tabla 25.

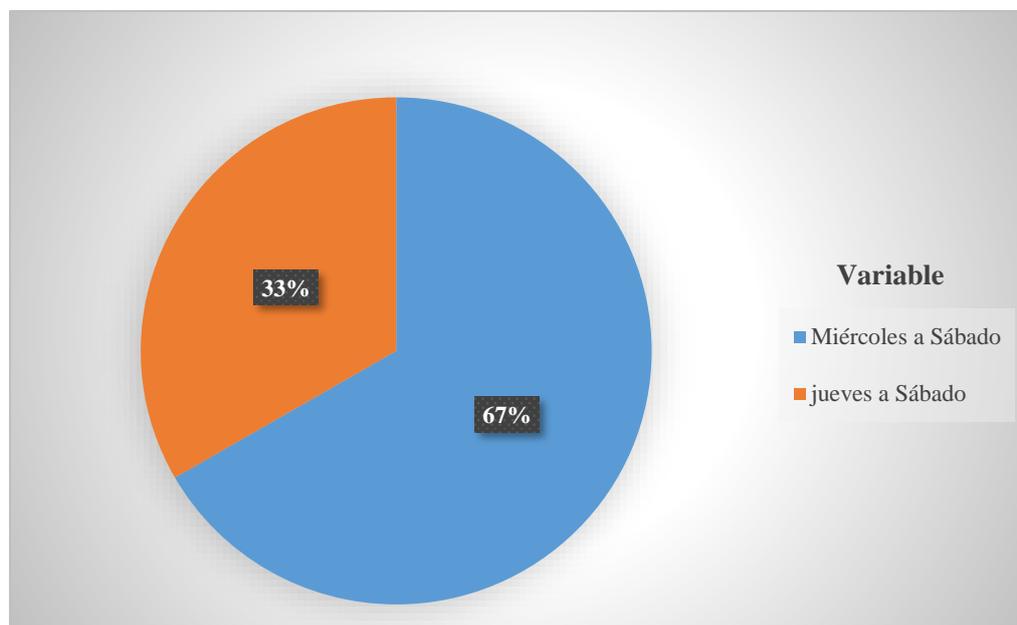
Días laborables

<i>Variable</i>	<i>X</i>	<i>%</i>
<i>Miércoles a Sábado</i>	2	67%
<i>Jueves a Sábado</i>	1	33%

Nota: La tabla indica los días que labora cada establecimiento.

Figura 20

Días laborables



Análisis: De acuerdo con los resultados de la entrevista se puede observar el que el 67% tienen su funcionamiento desde los días miércoles a sábados, ya que estos establecimientos ofrecen el servicio de comida rápida y bar, de manera que el 33% de los establecimientos entrevistados atienden desde los jueves a sábado, por tal razón, se debe tomar en consideración alternativas tales como brindar el servicio de bar y coctelería los días martes y jueves, mientras que para los días viernes y sábado brindar el servicio discoteca, de esta manera se estaría ofreciendo el servicio adecuado a la demanda de la población.

4. ¿Cuál es el gasto promedio de sus clientes en el establecimiento?

Tabla 26.

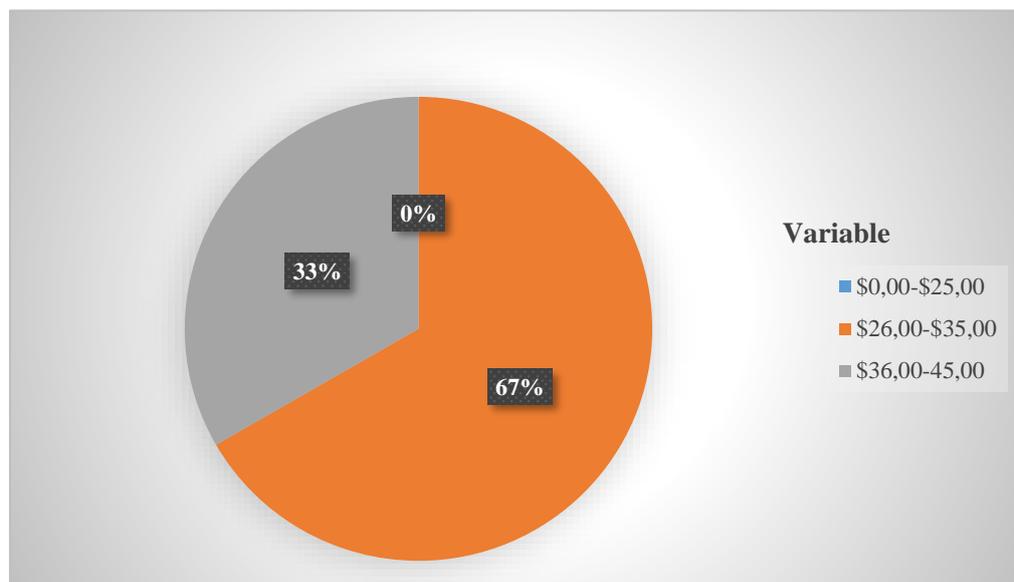
Gasto promedio

<i>Variable</i>	X	%
\$0,00-\$25,00	0	0,00%
\$26,00-\$35,00	2	67%
\$36,00-45,00	1	33%

Nota: La tabla indica el gasto promedio de consumo que las personas realizan en los establecimientos entrevistados.

Figura 21

Gasto promedio



Análisis: En los resultados de la tabla N. ^a 26 se puede observar que los ingresos que tiene los establecimientos entrevistados como bares y discoteca el 67% se encuentran en un rango de \$26 a \$35 dólares diarios y el 33% reciben un ingreso de \$36 a \$45 dólares diarios por lo que con estos resultados se puede implementar actividades y ofertas que aumenten la concurrencia de clientela y por ende que se genere un mayor consumo por parte de las mismas, ayudando de esta manera a aumentar la rentabilidad del emprendimiento.

5. ¿Por qué medios de comunicación realiza la publicidad del establecimiento?

Tabla 27.

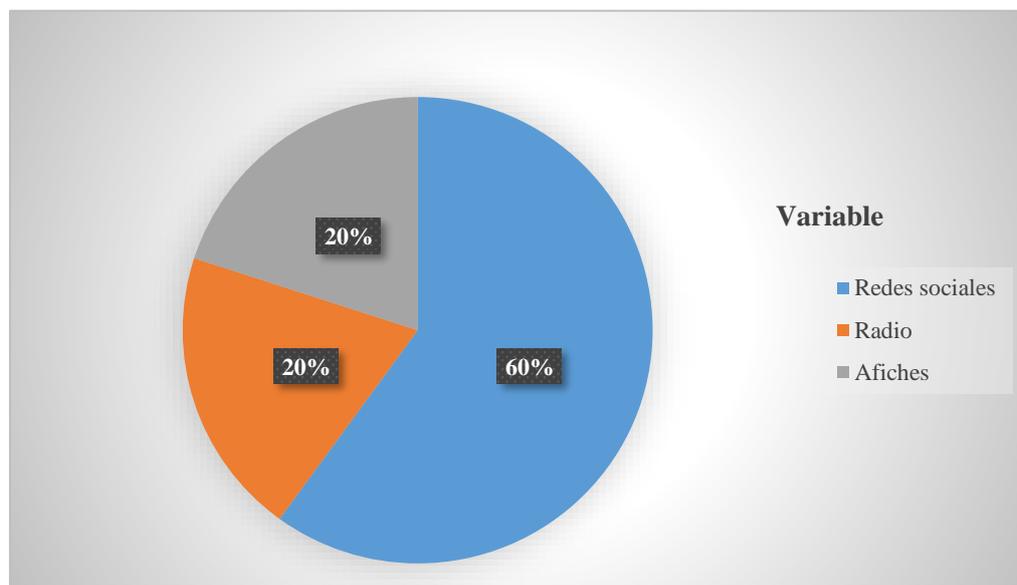
Medios de publicidad

<i>Variable</i>	X	%
<i>Redes sociales</i>	3	60%
<i>Radio</i>	1	20%
<i>Afiches</i>	1	20%

Nota: La tabla muestra los medios de publicidad que utiliza cada dueño para promocionar su establecimiento.

Figura 22

Medios de publicidad



Análisis: De acuerdo a los resultados de la entrevista aplicada a la competencia se puede observar que el 60% optan por realizar su publicidad mediante las redes sociales ya que son un medio de comunicación que en la actualidad está muy presente y solo el 20% optan por los medios de comunicación antiguos. De modo que la publicidad para ofertar el servicio será mediante estos dos medios de comunicación para que más personas conozcan nuestro servicio y de la misma manera posicionarnos en el mercado.

6. ¿Cuenta con promociones/ descuentos en su establecimiento para los clientes?

Tabla 28.

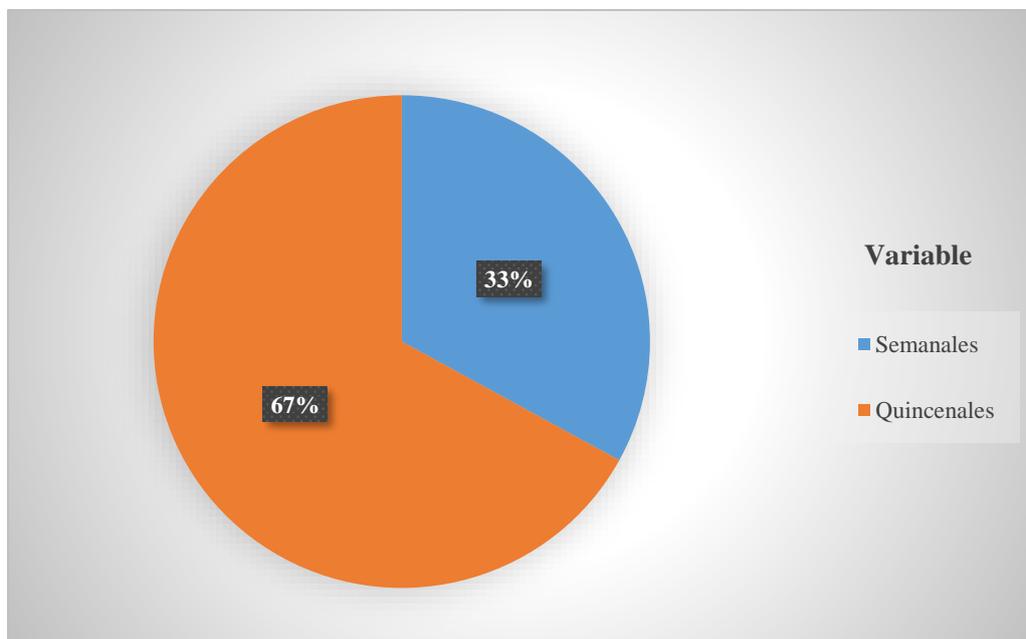
Promociones que hace el establecimiento

<i>Variable</i>	X	%
<i>Semanales</i>	1	33%
<i>Quincenales</i>	2	67%

Nota: La tabla representa la frecuencia que cada establecimiento realiza promociones.

Figura 23

Promociones que hace el establecimiento



Análisis: Al observar la tabla N. ^a 28 se determinó que de la entrevista aplicada a las competencias arrojaron que el 33% realiza promociones semanalmente a sus clientes con el fin de motivar el consumo y el 67% hacen sus promociones quincenalmente. En consecuencia, también se debe implementar promociones semanales impulsadas por redes sociales para que los clientes se sientan incentivados y opten por el servicio que se desea implementar en la parroquia Vilcabamba, alcanzando el objetivo de incrementar la clientela y los beneficios de la empresa.

7. ¿Cuál es el costo de ingreso al establecimiento?

Tabla 29.

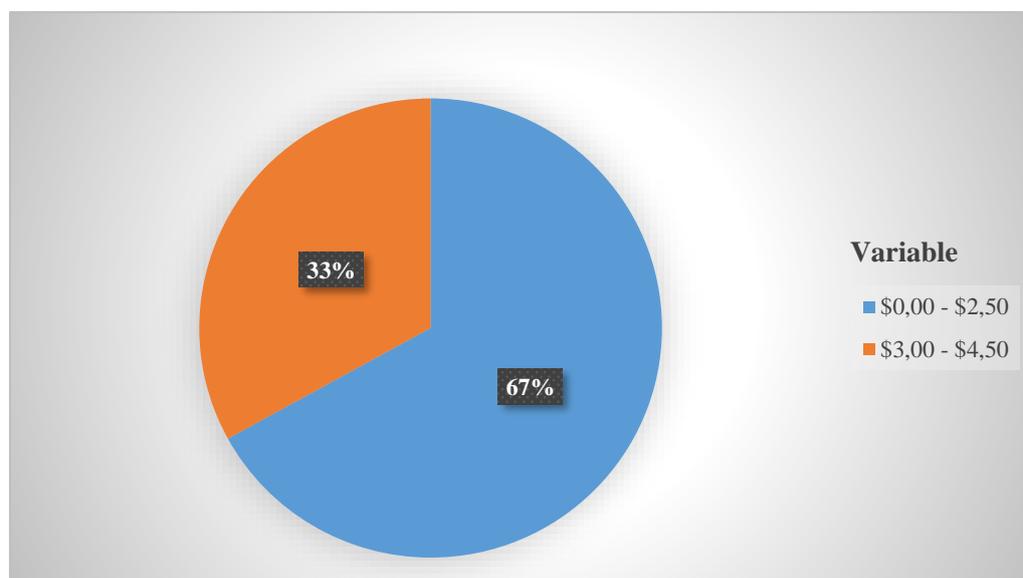
Costo de ingreso al establecimiento

<i>Variable</i>	X	%
\$0,00 - \$2,50	2	67%
\$3,00 - \$4,50	1	33%

Nota: La tabla muestra el costo de ingreso que tiene cada establecimiento.

Figura 24

Costo de Ingreso al establecimiento



Análisis: De acuerdo a la tabla N. ^a 29 se puede observar que el 67% de los establecimientos encuestados varía sus ingresos desde \$0,00 a \$2,50 por lo que resulta un precio bastante accesible para los clientes, mientras que el 33% tiene un costo de \$3,00 a \$4,50 para ingresar al establecimiento y disfrutar de su servicio; de manera que para fijar el valor del ingreso al local debe ser igual o similar a los de la competencia para que este no sea elevado y opten por otros establecimientos, o también se podría ofertar promociones cada fin de semana, tales como “free cover” hasta las 22:00 o inclusive el típico entrada más copa, con lo cual estaríamos atrayendo clientela con el fin de hacer crecer la empresa.

8. ¿Considera la atención que brinda a los clientes es la adecuada?

Tabla 30.

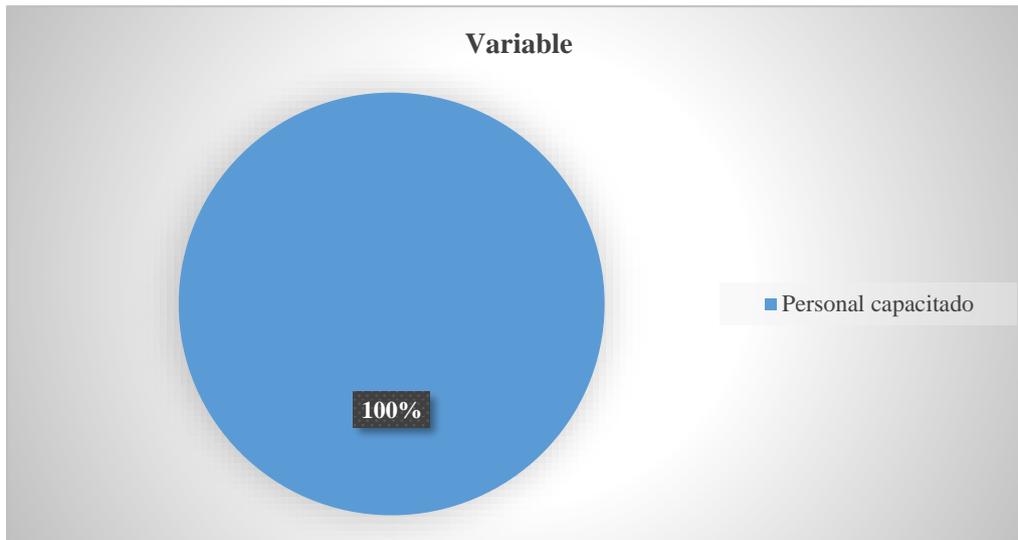
Tipo de atención a la clientela

<i>Variable</i>	X	%
Personal capacitado	3	100,00%

Nota: La tabla muestra el tipo de atención que ofrece cada establecimiento a su clientela.

Figura 25

Tipo de atención a la clientela



Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos en la gráfica N.º 30 del total de establecimientos entrevistados el 100% brinda una adecuada atención y para ello cuenta con personal capacitado para que cumpla con esta función dando un servicio de calidad a sus clientes, por tal razón el local debe contratar personal calificado y preparado para que cumpla con sus funciones y a la vez brinde un servicio óptimo.

Servicio Principal

Se ofrecerá el servicio de bar discoteca siendo el primer establecimiento con estas características en Vilcabamba, el local contará con servicios tales como el bar, coctelera y pista de baile, además se realizarán promociones en ciertos días estratégicos ofreciendo ofertas diferentes cada día, la atención será de miércoles a sábado.

Servicio Complementario

No se ha programado ofrecer servicios complementarios.

Servicios Sustitutos

Para cumplir con los permisos pertinentes no se ofrecerán otros servicios sustitutos aparte de los anteriormente descritos.

Análisis de la demanda

Con la finalidad de conocer la demanda existente para el negocio de la discoteca, se procederá a identificar la situación actual de la demanda del producto para lo cual se identificará la demanda total, la demanda efectiva y la demanda real, con la finalidad de obtener

datos fidedignos que contribuyan al estudio de mercado. Para el análisis de la demanda del servicio de la discoteca se fijó una muestra de 363 encuestas para aplicarlas a las personas de entre 18 a 44 años de edad que residen en la parroquia Vilcabamba, Malacatos, Quinara y San Pedro de Vilcabamba en el año 2022, con la finalidad de conocer los gustos, preferencias y consumo promedio de los potenciales clientes del negocio.

Tabla 31.

Proyección de la población demandante

	Año	Población
0	2022	6.818
1	2023	6.975
2	2024	7.135
3	2025	7.299
4	2026	7.467
5	2027	7.639

Nota: La tabla representa la proyección de la población demandante de la discoteca de las parroquias surorientales de la ciudad de Loja.

Demanda Potencial

La demanda potencial abarca todos los posibles clientes que podrían hacer uso de los servicios que ofrece el negocio, ya que toda la población encuestada es mayor de edad y podría ingresar a la discoteca, es el 100%.

Tabla 32.

Proyección de la demanda potencial

	Año	Población	Demandantes potenciales 100%	Promedio de asistencia	D. Potencial
0	2022	6.818	6.818	23	156.814
1	2023	6.975	6.975	23	160.425
2	2024	7.135	7.135	23	164.105
3	2025	7.299	7.299	23	167.877
4	2026	7.467	7.467	23	171.741
5	2027	7.639	7.639	23	175.697

Nota: La tabla indica la proyección de la demanda potencial de la discoteca para los cinco periodos de vida del proyecto.

Se utilizó las cifras de personas del primer año, las cuales fueron 6.975, se obtuvo como respuesta que el 100% del segmento de mercado son personas mayores de 18 años que tienen

permitido el ingreso a este tipo de centro de diversión. Se calculó la demanda potencial de la siguiente manera:

DP = Personas del primer año x % de asistencias

$$DP = 6.975 \times 100\%$$

$$DP = 6.975 \text{ personas de demanda potencial}$$

Existen 6.975 personas mayores de 18 años capaces de utilizar los servicios del establecimiento, la asistencia promedio se calculó a continuación:

DP = Personas demandantes potenciales del primer año x Σ de asistencias

$$DP = 6.975 \times 23$$

$$DP = 160.421$$

Durante el primer año un total de 6.975 personas asisten a bares y discotecas con una asistencia promedio de 23 veces al año, dan un total de uso del servicio de 160.421 personas. En los demás años se realizó el mismo proceso obteniendo los resultados representados en la tabla.

Demanda Real

Con los datos provenientes del cálculo de la demanda total se procedió a deducir la demanda real del servicio en Vilcabamba, para lo cual se ha tomado en cuenta el total de personas que, si asisten a los bares y discotecas del territorio, en base a las encuestas realizadas.

Tabla 33.

Proyección de la demanda real

	Año	Demandantes potenciales 100%	D. Real 89,26%	Promedio de asistencia	D. Real
0	2022	6.818	6.086	23	139.972
1	2023	6.975	6.226	23	143.192
2	2024	7.135	6.369	23	146.485
3	2025	7.299	6.515	23	149.854
4	2026	7.467	6.665	23	153.301
5	2027	7.639	6.819	23	156.827

Nota: La tabla muestra la proyección de la demanda real de la discoteca para los cinco periodos de vida del proyecto.

Se preguntó a los encuestados sí asisten a bares o discotecas, el 89,26%, es decir que 6.226 personas, si asiste a bares y discotecas, mientras que el resto no lo hace. La cifra se calcula de la siguiente manera:

$$DR = \text{Personas que asisten} \times \% \text{ personas que asisten}$$

$$DR = 6.975 \times 89,26\%$$

$$DR = 6.226 \text{ personas de demanda real}$$

El siguiente paso fue determinar la cantidad de consumo anual de la demanda real obteniendo las siguientes cifras:

$$Dr = \text{Personas que asisten a bares/discotecas} \times \sum \text{asistencia}$$

$$Dr = 6.226 \times 23$$

$$Dr = 143.192$$

Se determino que los demandantes reales del servicio son 6.226 para el primer año y además se obtiene como resultado la cantidad de 143.192 veces que asisten anualmente a bares o discotecas. El mismo procedimiento se aplicó para los siguientes años de vida del proyecto.

Demanda Efectiva

La demanda efectiva corresponde a la cantidad de personas que afirma que van a ser clientes del negocio de discoteca, esta cifra forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida gracias a la creación del negocio.

Tabla 34.

Proyección de la Demanda efectiva

	Año	D. Real	D. Efectiva 94,77%	Promedio de asistencia	D. Efectiva
0	2022	6.086	5.767	23	132.652
1	2023	6.226	5.900	23	135.703
2	2024	6.369	6.036	23	138.824
3	2025	6.515	6.175	23	142.017
4	2026	6.665	6.317	23	145.283
5	2027	6.819	6.462	23	148.625

Nota: La tabla indica la proyección de la demanda efectiva de la discoteca para los cinco periodos de vida del proyecto.

El 94,77% de las personas que si asisten a este tipo de centros de diversión estarían dispuestos a asistir al local, el cálculo se efectuó mediante el siguiente procedimiento:

$DE = \text{personas demanda real del primer año} \times \% \text{ personas que van a asistir a la discoteca}$

$$DE = 6.226 \times 94,77\%$$

$$DE = 5.900 \text{ personas de demanda efectiva}$$

Para conocer el consumo del primer año de vida del proyecto se realizó de la siguiente manera:

$$DE = \text{personas de Demanda efectiva} \times \sum \text{asistencia}$$

$$DE = 5.900 \times 23$$

$$DE = 135.703 \text{ veces que asisten a la discoteca}$$

De esta forma se obtiene que la demanda efectiva para el proyecto de creación de una discoteca en Vilcabamba, en el primer año es de 5.900 personas demandantes, con asistencias promedio de 23 y finalmente se obtiene la cantidad de 135.703 veces de asistencia, es decir, demanda efectiva durante el primer año.

Análisis de la oferta

Se obtuvo el promedio semanal de personas que asisten a bares y discotecas teniendo un total de 3 establecimientos, donde el promedio de asistencia semanal es de 289 personas por bar, que al multiplicarlo por 3 bares/discotecas o locales similares de las parroquias aledañas tenemos 867, luego al multiplicar por 52 semanas que tiene el año da una cantidad de 45.084 asistencias anuales.

Tabla 35.

Oferta total

Número de establecimientos	Promedio de asistencia	Total de visitas anuales
3	15.028	45.084

Nota: La tabla muestra la oferta total existente en la parroquia Vilcabamba

Con ello se obtiene 45.084 de oferta existente en la parroquia Vilcabamba y Malacatos.

Proyección de la oferta

Tabla 36.

Proyección de la oferta

Año	Tasa de crecimiento	Oferta proyectada
0		45.084
1	2,30%	46.121
2	2,30%	47.182
3	2,30%	48.267
4	2,30%	49.377
5	2,30%	50.513

Nota: La tabla indica la proyección de la oferta para los cinco periodos de vida del proyecto.

Para realizar la proyección de la oferta en el mercado de la parroquia Vilcabamba se tomó en consideración la tasa de crecimiento poblacional 2.30% según los datos existentes en el INEC y por lo tanto se obtuvieron los resultados de la oferta proyectada expuestos en la tabla anterior.

Demanda Insatisfecha

Por demanda potencial o insatisfecha debe entenderse la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, destacando que si prevalecen las condiciones bajo las cuales se hizo el cálculo, ningún productor actual podrá satisfacer.

Tabla 37.

Cálculo de la demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha
2022	132.652	45.084	87.568
2023	135.703	46.121	89.582
2024	138.824	47.182	91.642
2025	142.017	48.267	93.750
2026	145.283	49.377	95.906
2027	148.625	50.513	98.112

Nota: La tabla representa el cálculo de la demanda insatisfecha para los cinco periodos de vida del proyecto.

Se determinó la demanda insatisfecha de los servicios de bar-discoteca en Vilcabamba a través de los resultados obtenidos por parte de los consumidores a través de la encuesta y de los ofertantes mediante la entrevista dando como resultado la demanda insatisfecha del año 0

o año base de 87.568 personas al año. Se realiza el mismo cálculo para obtener la demanda insatisfecha de los posteriores años de vida del proyecto.

DI = demandad efectivo para el primer año - total de oferta

DI= 135.703 – 46.121

DI= 89.582

Plan de Marketing

Servicio

La discoteca contará con servicios de bar, coctelería, y discoteca, se realizarán promociones que variarán cada semana como una estrategia para atraer a los clientes, el negocio funcionará de martes a sábado.

Nombre de la empresa de servicios

Después de analizar varias posibilidades se escogió que el nombre de la discoteca sea OASIS, ya que es una palabra fácil de recordar para los clientes que evoca una sensación del refugio y hospitalidad, el logo de la discoteca se observa en la figura siguiente:

Figura 26

Nombre de la empresa



Nota: La figura muestra el nombre de la discoteca.

Logotipo

Los logos son un punto de identificación; son el símbolo que usan los clientes para reconocer la marca. Se escogió un logo donde aparece la palabra “Oasis” junto a dos palmeras, con la finalidad de que las personas conecten instantáneamente con el nombre de la empresa asociándolo logotipo con una sensación de bienestar.

Precio

El precio se fijó basado en los costos y en los servicios ofrecidos por la competencia. El precio estimado para acceder al establecimiento será de \$2,50. El precio de los productos que se consumen en el interior de la discoteca se establecieron en base al mercado.

Plaza

El negocio se dedicará a la prestación del servicio de ocio o esparcimiento a personas mayores de 18 años de edad que deseen pasar un momento agradable junto a sus amigos y quieran desestresarse de un día largo y ajetreado, la discoteca se ubicará en la parroquia Vilcabamba, en el sector de San Francisco, Av. Loja uno de los puntos más turísticos del Ecuador.

Promoción

La promoción se refiere a la publicidad específica y reflexiva que llega al mercado objetivo del producto. las promociones se cambiarán continuamente y se exponen a continuación

- Lady's Nigth donde se ofrecerá entrada gratuita a las damas en fechas especiales
- Noche de entrada más copa
- Noches temáticas
- Free "cover" hasta las 22:00

Publicidad

La publicidad es una táctica de marketing que consiste en pagar por un espacio para promocionar un producto o servicio. Las estrategias para la publicidad de la discoteca serán difundidas por los siguientes medios:

Redes Sociales. La mayoría de personas buscan publicidad mediante las Redes Sociales. Se hará publicidad por medio de influencers para promocionar la discoteca entre las generaciones más jóvenes mayores de edad.

Publicidad Tradicional. Además de la publicidad efectuada por las redes sociales se realizará publicidad de forma tradicional por medio de afiches y volantes ubicados en sitios estratégicos donde puedan ser vistos por los posibles clientes que quisieran utilizar los servicios del negocio

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño y Localización

Tamaño

Capacidad Instalada

Para calcular la capacidad instalada se tomó en cuenta el horario legalmente permitido para el funcionamiento de bares y discotecas, este va de las 9 de la noche a 3 de la mañana, es decir 6 horas. El local cuenta con un espacio físico de 250 metros cuadrados, lo cual permite ubicar 12 mesas en el establecimiento con una capacidad de 4 y 6 personas cada una, además de 8 espacios en la barra, con lo cual se podría tener un aforo de 80 personas dentro del establecimiento, el espacio disponible para la pista de baile mide 25 metros. El tiempo máximo para atender a un grupo de 4 personas es de 15 minutos, en las 6 horas laborables tenemos 360 minutos, disponiendo de una capacidad instalada para 100 personas (25 grupos). Es posible atender hasta 25 grupos al día. En base a lo anteriormente expuesto se deduce:

- La atención es de 5 días semanales, si bien la venta de bebidas alcohólicas, de cualquier tipo, está permitida de lunes a sábados en la categoría dos denominada centros de diversión para mayores de 18 años, regulados por los ministerios de Turismo y de Gobierno. Como lo establece el acuerdo Ministerial Interministerial 001 firmado el viernes 28 de mayo de 2021, el local abrirá de martes a sábado
- Un año cuenta con 52 semanas
- Se atenderán 100 personas por día, con lo cual se tiene:
- $100 \text{ personas} \times 5 = 500 \text{ personas}$
- $\text{Personas semanales } 500 \times 52 = 25.920 \text{ clientes al año}$ tomando en consideración que no todas las semanas cuenta con el mismo auge se ha decidido disminuir en pequeño grado la clientela.

Capacidad Utilizada

Se tiene previsto que la empresa funcione con su capacidad instalada al 100% sin embargo el auge no es el mismo todos los días laborables del año, cómo se detalló anteriormente, desde el principio de las operaciones hasta el final de estos lo cual la capacidad utilizada será igual a la instalada. Ya que la discoteca recibe distinto número de clientes dependiendo del día de la semana, puede dividirse el uso de las instalaciones como se expone a continuación:

- Martes - miércoles: 30% de aforo de la capacidad instalada

- Jueves: 50% de aforo de la capacidad instalada
- Viernes-sábado: 100% de aforo de la capacidad instalada

Tabla 38.

Participación en el mercado

Año	D. Insatisfecha	Capacidad Utilizada ANUAL	
0	87.568	25.920	30%
1	89.582	25.920	29%
2	91.642	25.920	28%
3	93.750	25.920	28%
4	95.906	25.920	27%
5	98.112	25.920	26%

Nota: La tabla indica la participación en el mercado para los cinco periodos de vida del proyecto.

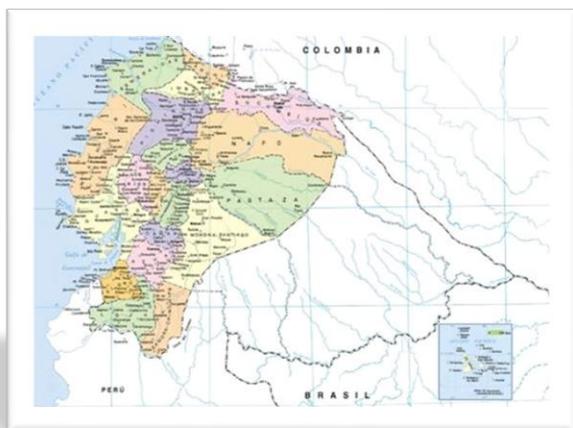
Localización

Macro localización

La macro localización se define como el sub mercado geográficamente distinto en el que se encuentra una propiedad. Esto puede ser un distrito o barrio, la ciudad misma o incluso más ampliamente la región, el estado o un área geográfica mayor. El proyecto se encuentra ubicado en la parroquia Vilcabamba, del cantón Loja, provincia de Loja, región 7 de la República del Ecuador.

Figura 27

Mapa del Ecuador



Mapa de la provincia e Loja



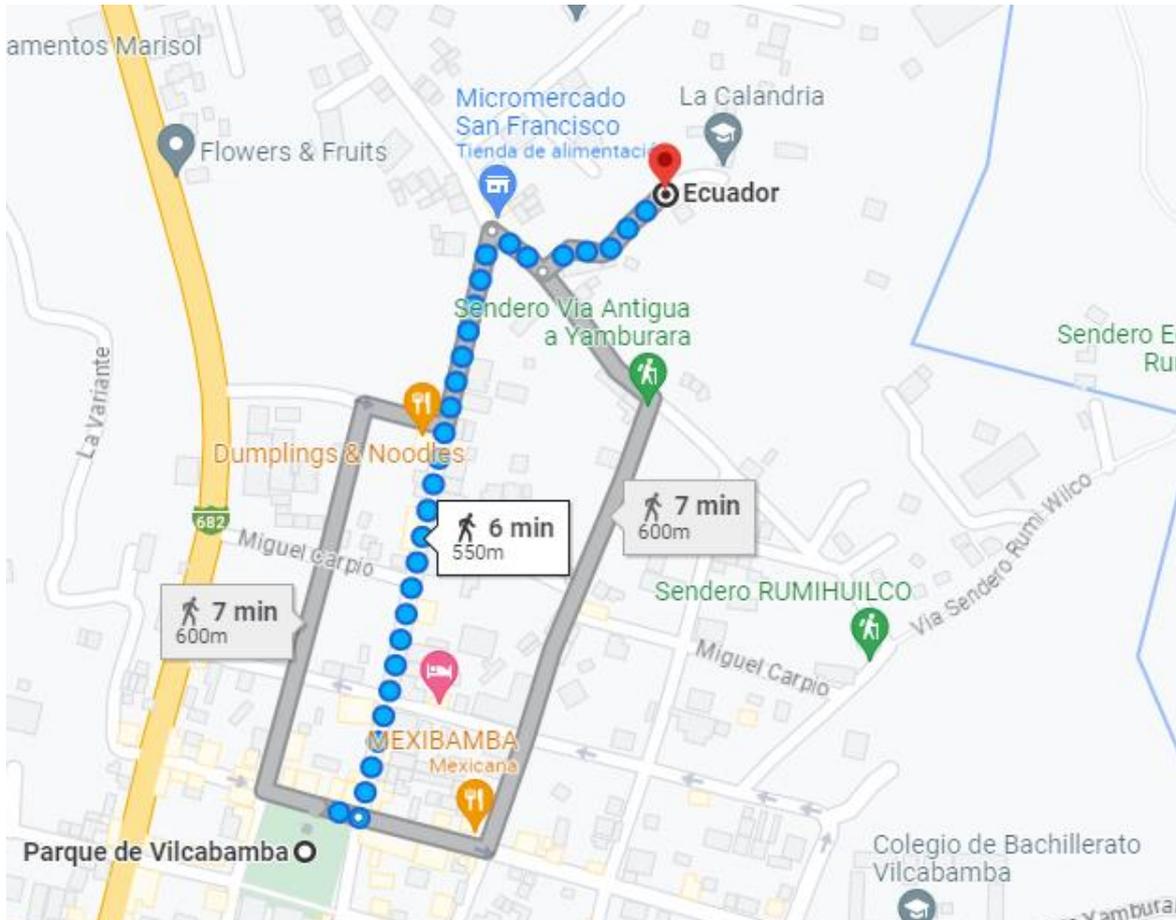
Nota: La figura indica los mapas de la ubicación del Ecuador y de la provincia de Loja.

Micro localización

La micro localización hace referencia al lugar en la ciudad donde estará localizado el negocio, el cual estará ubicado en la Av. Loja, Parroquia Vilcabamba.

Figura 28

Ubicación de la discoteca en Vilcabamba



Nota: La figura indica la ubicación del sector donde se instalará la discoteca en la parroquia Vilcabamba

Factores de Localización

La ubicación en la parroquia Vilcabamba se justifica en rasgos generales dado lo conocido y turístico que es este territorio del sur del país, ya que recibe miles de visitantes durante todo el año tanto nacionales como internacionales. Además, el sitio cuenta con la infraestructura básica la cual es descrita a continuación:

Servicios Básicos: La parroquia Vilcabamba cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el desarrollo de una empresa como agua, luz, alcantarillado y vías de comunicación.

Condiciones legales y económicas: la parroquia Vilcabamba cuenta con todas las condiciones legales y económicas como para poner en marcha la empresa de servicio de ocio para la localidad.

Mano de Obra: en lo referente a mano de obra, la parroquia Vilcabamba cuenta con una población calificada entre la cual se puede seleccionar el personal necesario mediante pruebas para determinar tanto capacidades como habilidades y destrezas con la finalidad de seleccionar al equipo de colaboradores con qué contara el negocio.

Materias primas: la parroquia Vilcabamba cuenta con los lugares para el abastecimiento de las materias primas necesarias para poder poner en marcha el negocio de discoteca.

Transporte: el negocio se encuentra ubicado en una zona estratégica de la parroquia, por lo cual es de fácil acceso ya sea mediante vehículo o caminando.

Político: se cumplen con la ordenanza municipal cantón Loja, ciudad a la que pertenece Vilcabamba como parroquia rural, el establecimiento no se encuentra cerca de escuelas, colegios o Iglesias tal como dispone la ordenanza pública Art.7 (11) de Restricción de la Reforma 009-2013 del Código Municipal de Higiene

Ingeniería del proyecto

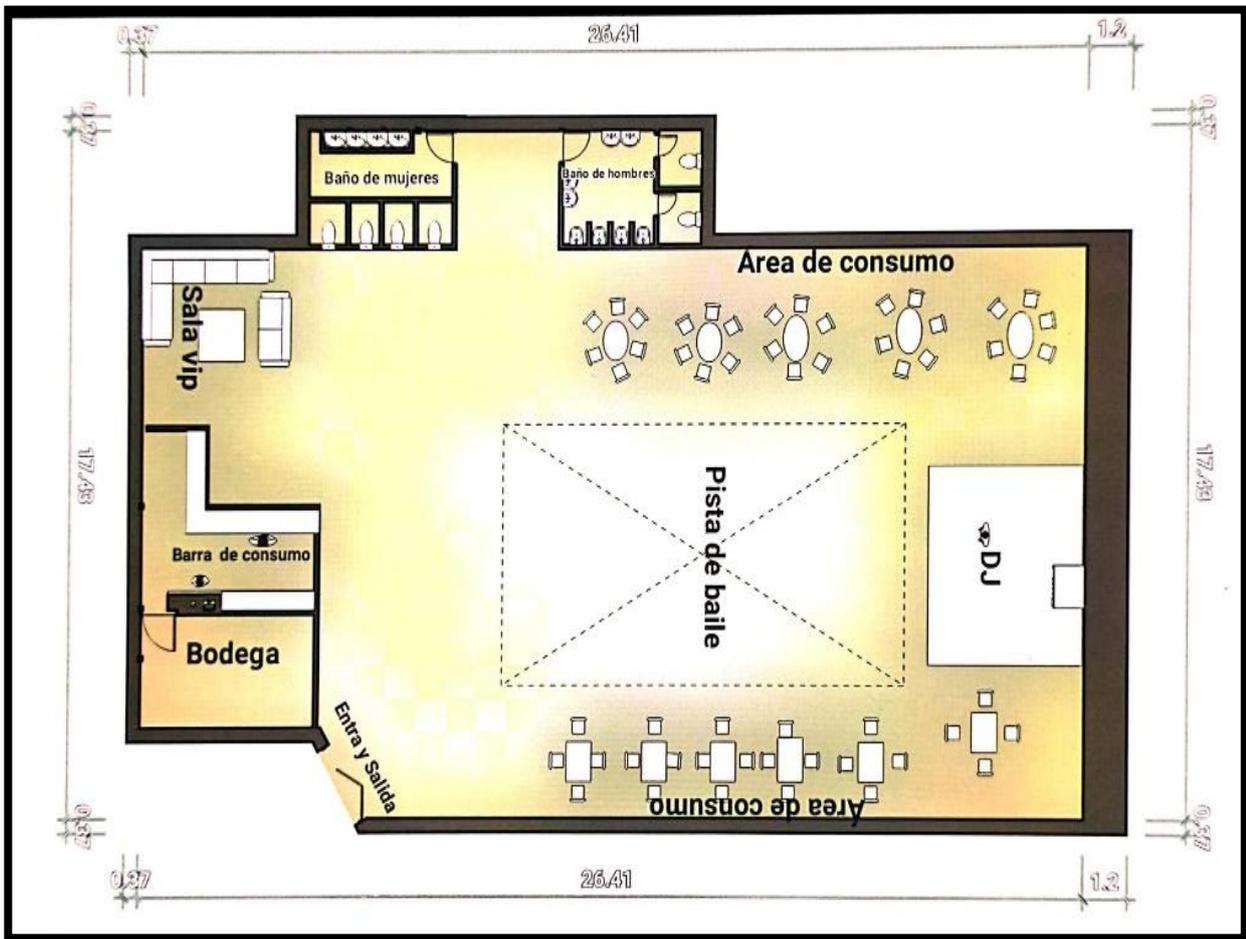
Distribución física

En la siguiente figura se expone la distribución de espacios que tendrá la discoteca para el debido funcionamiento de local y comodidad de sus clientes, en el gráfico se muestra la distribución de:

- Baño de Varones y Mujeres de 4 metros cuadrados
- Área de consumo
- Caja/Barra: 6 metros cuadrados
- Bodega
- Área de discomóvil para el DJ
- Pista de Baile, que ocupará mayor espacio con 28 metros cuadrados
- Entrada/salida

Figura 29

Distribución de planta



Nota: La figura indica la distribución de la planta que tendrá la discoteca.

Componente Tecnológico

El componente tecnológico engloba todos los implementos tecnológicos necesarios para llevar a cabo el proyecto, desde refrigeradores, computadoras o televisores, así como sistemas de sonido, proyectores o cámaras de seguridad entre otros artefactos.

Figura 30

Componentes Tecnológicos

Refrigerador	Características
	Modelo 2015 15 pies no Frost lámina Lisa dispensador de agua

<p>Congelador horizontal</p> 	<p>Características</p> <p>Congelador Frost Horizontal Opción Dual 508Litros - EFC50W6HTW</p>
<p>Luces robóticas BETOPPER</p> 	<p>Características</p> <p>BETOPPER Luces de DJ con cabezal móvil, 7 x 8 W, RGBW Mini luces de escenario, cabezal móvil, luces de discoteca DMX DJ activadas por sonido.</p>
<p>Televisor</p> 	<p>Características</p> <p>Televisor Sony modelo K W 29 fs13 sonido estereofónico pantalla plana.</p>
<p>Computadora</p> 	<p>Características</p> <p>La Desktop HP All-in-One de 23,8" lleva el cuidado del planeta a un nuevo nivel gracias a un diseño ultracompacto y cuidadoso que pasa la prueba de materiales reciclados y viene con todo lo necesario para enfrentar cualquier día de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Windows 11 Home Single Language en modo S • AMD Ryzen™ 5 7520U ^{1 2} • 16 GB LPDDR5
<p>Proyector</p> 	<p>Características</p> <p>Xiaomi Mi Smart Proyector 2 incluye doble altavoz, ofrece Dolby Audio, equipa 2 GB de memoria RAM (DDR3), 16 GB de almacenamiento</p>

<p>Consola de audio de 4 canales</p> 	<p>Características</p> <p>Pyle Mezclador de audio profesional, interfaz de sistema de consola de sonido de 4 canales, USB digital, Bluetooth, MP3, entrada de computadora.</p>
<p>Cámaras de Seguridad</p> 	<p>Características</p> <p>Cámara De Vigilancia Tp-link Tapo C200 1080p Micro Sd Hasta 128gb Wifi 360° Horizontal 114° Vertical</p>
<p>Parlantes Amplificados Polk Audio OWM3</p> 	<p>Características</p> <p>Polk Audio OWM3 Bocina para instalar en la pared, color negro. Negro en Bocinas de Estantería de Audio y Hi-Fi de Polk Audio</p>
<p>Camara de humo</p> 	<p>Características</p> <p>Máquina de Humo + Control Remoto 1500 W-Con luces Capacidad: 1 litro-Control remoto inalámbrico y de cable.</p>

Nota: La figura muestra los componentes tecnológicos que son requeridos para ambientar la discoteca

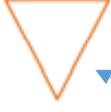
Proceso Productivo

Diagrama de flujo de procesos

A continuación, se describe el proceso mediante el cual se llevará a cabo el servicio, para verificar si el producto satisface las necesidades demandadas por el consumidor y que cumpla con el desempeño requerido.

Figura 31

Diagrama del flujograma del proceso productivo

Fases	Operación	Inspección	Espera	Transporte	Almacenamiento	Descripción de la actividad	Tiempo (minutos)
1						Ingreso del cliente al local de servicio	1
2						Entrega de carta y espera para la revisión	4
3						Control del pedido y del estado de la mesa	1
4						Recepción del pedido y preparación	2
5						Espera para preparación	5
6						Entrega del pedido	2
TOTAL							15 m

Nota: La figura muestra el flujograma del proceso productivo para el servicio de la discoteca

Descripción

Se diseñó un flujograma con la finalidad de esquematizar el servicio de discoteca en un total de 80 servicios diarios de acuerdo a la capacidad instalada del negocio, cada proceso conlleva un total de 15 minutos cada por cada servicio prestado, este proceso se puede producir hasta con un total anual de 25.920 personas. A continuación, se describen cada una de las actividades:

- Ingreso del cliente al establecimiento
- Preparación del pedido
- Cobro de ingreso y consumo

Ingreso del cliente

Para el ingreso del cliente se toman en cuenta los siguientes pasos:

- Revisión de documentos y bienvenida a los clientes
- El cliente selecciona la mesa de preferencia para hacer uso del servicio
- Entrega de la carta del local para que observe el menú y pueda hacer su pedido
- Recepción del pedido
- Entrega del pedido para que el cliente pueda degustarlo
- El cliente se retira del establecimiento

Preparación del pedido

Para la preparación del pedido se tomaron en cuenta los pasos siguientes;

- Recepción del pedido
- Preparación del pedido
- Aviso al mesero
- Entrega del pedido

Cobro de Ingreso y consumo

Para el registro del cobro del consumo y del ingreso se requiere de dos personas que realicen esta actividad como:

- Cobro del ingreso del cliente (Guardia de seguridad)
- Entrega del pedido y cobro del consumo (Mesero)

Estudio administrativo y Legal

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sea comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 55.- Requisito previo para la operación. - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación

de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Estructura legal

Será conformada como Persona Natural de acuerdo al Servicio de Rentas Internas (SRI). Se procederá a obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) que se lo solicita en el SRI y está conformado por 13 dígitos. El RUC del negocio será de la siguiente manera: 1105045063 perteneciente a la Srta. Tanya Gisella Granda Pérez. La denominación del negocio será discoteca “Oasis”.

Registro y licencia única de funcionamiento.

Requisitos para obtención de registro. - Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán obtener y presentar al momento de la inspección los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) o número de Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE), u otro que determine la Autoridad Tributaria
- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Permiso de funcionamiento emitido por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, para los establecimientos que deban cumplir con este requisito según lo determinado por la Autoridad Sanitaria Nacional.

Pago del Impuesto de Patente Municipal

Requisitos para obtener Patente de Personas Naturales según el Municipio de Loja:

- Copia de R.U.C
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta, IVA o RISE, según el caso.
- Copia del pago de la tasa bomberos.

Obtención permiso de los bomberos.

- Descargue el formulario de solicitud de inspección de instalaciones del sitio web del Departamento de bomberos de la ciudad e Loja.
- Complete el formulario de solicitud.
- Vaya a las oficinas departamento de bomberos y muestre el formulario.
- Solicite la inspección del local.

- Copia del RUC.
- Los bomberos se pondrán en contacto con el solicitante para realizar las comprobaciones de seguridad adecuada: ubicación de los extintores, señalización, normas de seguridad, etc.
- Informe de aprobación de la inspección.

Permiso de funcionamiento emitido por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

- Ingresar a la página web institucional www.acess.gob.ec
- Ingresar a Access en línea
- Click en el ícono de Permisos de Funcionamiento.
- Ingresar el RUC y clave.
- Crear y enviar solicitud (dar click en la pestaña permisos de funcionamiento - crear nueva solicitud)
- Aceptada la solicitud de permiso de funcionamiento el usuario deberá descargar la orden de pago y ejecutar el pago correspondiente, en un plazo no mayor a 5 días laborales.
- Realizar el pago en las diferentes entidades bancarias nacionales designadas para el efecto a través de los siguientes medios físicos y digitales: Banco Pacifico, BanEcuador y Paytoplace, (establecimientos de salud privados).
- Cargar comprobante (en caso de realizar pagos a través de BanEcuador).
- Recibir la inspección y resultados (cuando corresponda).
- Descargar el permiso de funcionamiento.

Diseño Organizacional

El diseño organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones. Se pueden representar las conexiones entre varias divisiones o departamentos de una organización y un organigrama (Arroyo & Rivas, 2017).

Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la empresa es parte fundamental ya que permite asignar funciones y responsabilidades al personal que la conforme en base a una buena organización, haciendo que la planta que conforma el personal de la empresa sea más eficiente con sus obligaciones. La estructura organizativa se representa mediante los organigramas los cuales

van acompañados de manuales de funciones. La empresa contara con los siguientes niveles jerárquicos para su organización:

Niveles administrativos

En la empresa “Oasis” se señala los siguientes niveles administrativos que se van a manejar dentro de la misma.

✓ **Nivel Legislativo – Directivo.**

Es el órgano máximo dirección de la empresa, este compuesto por el propietario el mismo que representa la empresa.

Nivel Asesor.

Toda empresa cuenta con un asesor jurídico que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir de manera ocasional.

✓ **Nivel Auxiliar.**

Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de niveles ejecutivos. En la empresa este nivel lo conforma el guardia de seguridad.

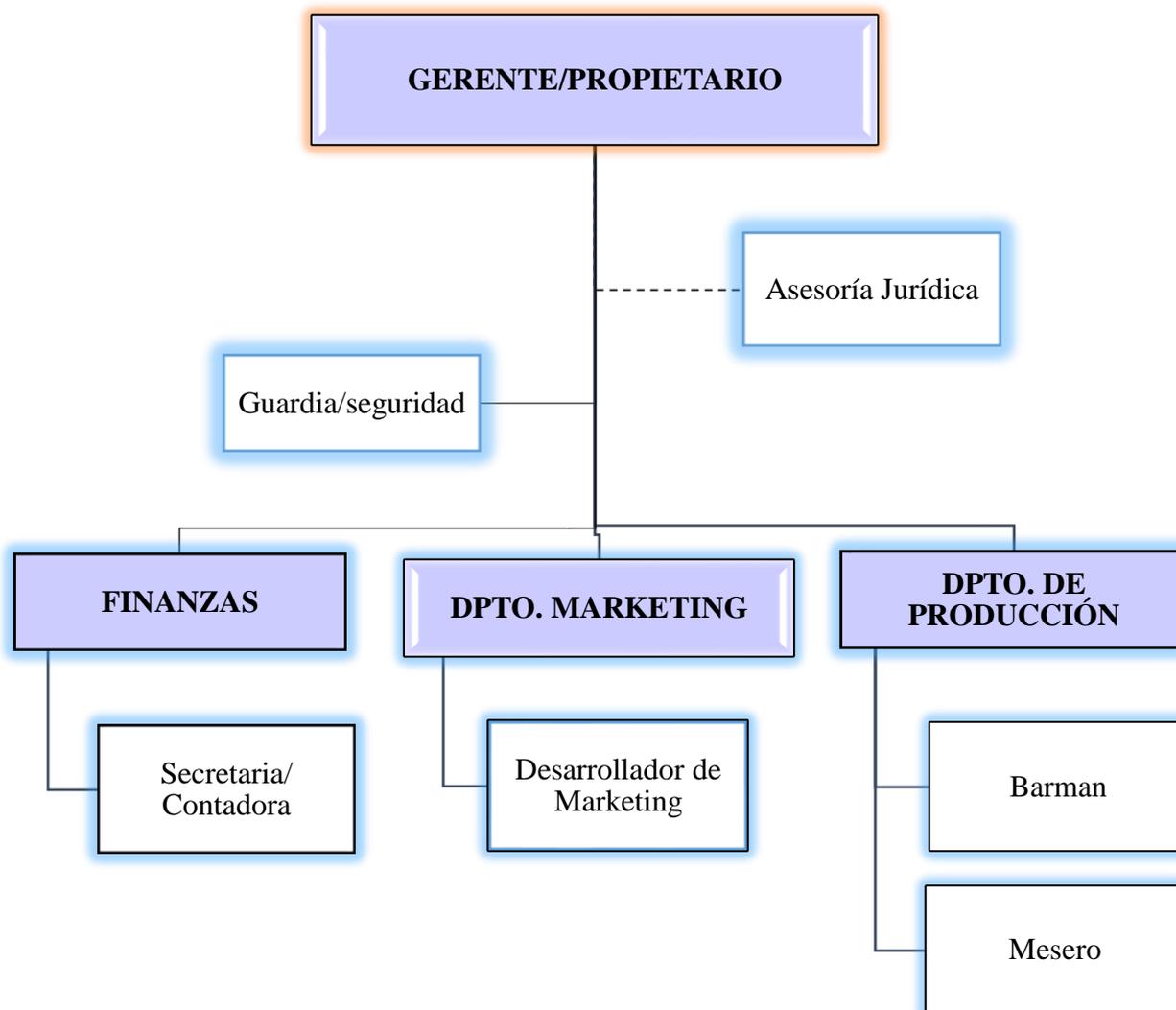
✓ **Nivel Operativo.**

Este nivel está compuesto por todos los puestos de la discoteca “Oasis”, es decir, se distribuye por los departamentos de finanzas, marketing y producción.

Organigrama

Figura 32

Organigrama estructural



Nota: El gráfico representa la estructura orgánica de la discoteca "Oasis" en el 2022/2023

Manual de funciones.

A continuación, se detalla el manual de funciones a ocupar, los requisitos y el objetivo del puesto ya que constituye una fuente de información de las obligaciones y deberes que se desarrollan en las diferentes áreas o departamentos de la discoteca “Oasis”.

Tabla 39.

Propuesta de manual de funciones del Gerente

DISCOTECA “OASIS” MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Gerente
Área	Gerencia
Numero de cargos	1
Jefe inmediato	Ninguno
Objetivo principal	
Brindar el correcto funcionamiento de la empresa en las distintas áreas de la misma, supervisando, controlando y coordinando las operaciones diarias con el fin de ofrecer un servicio de calidad para los clientes de la discoteca y que este llegue a posicionarse y sostenerse en el mercado a través del compromiso, la organización y eficiencia.	
Descripción del cargo	
<ul style="list-style-type: none">• Representar jurídica y legalmente a la empresa ejerciendo facultades generales y específicas que le confiera la ley.• Se encarga de coordinar y supervisar que el área administrativa cumpla con su gestión para que haya eficiencia en la discoteca “Oasis”.• Dirigir y desarrollar el equipo, supervisar su rendimiento y realizar revisiones periódicas del mismo para abordar cualquier problema dentro de la discoteca.• Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.• Hacer crecer la discoteca en la calidad del servicio para generar y aumentar los ingresos.• Tomar decisiones.• Gestionar y supervisar el inventario de la discoteca, realizando pedidos de nuevas existencias que deban reponerse para garantizar una disponibilidad constante y constante de los productos.• Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.	
Análisis del cargo	

Requisitos intelectuales.	
Educación	Contar con educación de nivel superior en Administración de empresas, Banca y finanzas, Ingeniero comercial o carreras afines.
Experiencia	Mínimo un año de experiencia en empresas del mismo sector.
Habilidades	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> • Buen manejo de relaciones públicas. • Liderazgo. • Incentivar la innovación. • Pro actividad. • Comunicación asertiva. • Efectividad. • Dirección y control de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a los miembros del equipo para lograr sus objetivos. • Desarrollar las fortalezas de los miembros del equipo. • Solucionar los problemas que surjan. • Representar y defender los intereses y necesidades del equipo. • Toma de decisiones para direccionar a la empresa a un buen rendimiento.
Requisitos físicos:	
Capacidad de análisis mental, juicio crítico y sentido común, capacidad de planeación y atención auditiva y visual, estado físico aceptable, dispuesto para trabajo de oficina.	

Nota: La tabla muestra el manual de funciones que desarrollará el gerente en la discoteca.

Tabla 40.

Propuesta de manual de funciones de la Secretaria/Contadora

DISCOTECA “OASIS” MANUAL DE FUNCIONES	
	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Secretaria/Contadora
Área	Contabilidad
Numero de cargos	1
Jefe inmediato	Gerente
Objetivo principal	
Registrar, analizar e interpretar la información de las actividades contables que realiza la discoteca “Oasis “, con el fin de administrar correctamente los gastos, inventarios, ingresos y costos de la empresa con el objetivo de presentar un informe detallado, a la, gerencia, que ayude a la toma de decisiones que sean beneficiosas y que generen rentabilidad financiera a la discoteca.	
Descripción del cargo	

- Revisar la información para la generación de facturas por los servicios brindados, así como llevar el control de la gestión de cobros de las mismas.
- Verificar, organizar y registrar en el sistema los movimientos y transacciones contables realizadas en la empresa.
- Realizar pagos de impuestos al estado de acuerdo a las regulaciones establecidas en la ley.
- Mantener el inventario al día.
- Realizar el pago a proveedores bajo la aprobación del gerente (cheques, transferencias, etc.).
- Establecer y mantener al día los registros contables.
- Cuadrar y revisar la caja diariamente.

Análisis del cargo

Requisitos intelectuales.

Educación	Contar con educación de nivel superior en Contabilidad, Finanzas o carreras afines.
Experiencia	Mínimo dos años de experiencia en empresas del mismo sector.

Habilidades	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> • Buen razonamiento matemático. • Ética y trabajo en equipo. • Buen manejo de la tecnologías y equipos de cómputo. • Responsabilidad y honestidad. • Capacidad de redacción de informes financieros. • Excelente capacidad de análisis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Control de gestión para asegurar la exactitud de las cuentas. • Revisa y gestiona los documentos administrativos y contables. • Conocimiento de las obligaciones tributarias periódicas y anuales. • Máxima discreción sobre los datos del cliente.

Requisitos físicos:

Capacidad de análisis mental, juicio crítico y sentido común, capacidad de planeación y atención auditiva y visual, estado físico aceptable, dispuesto para trabajo de oficina.

Nota: La tabla muestra el manual de funciones que desarrollará el contador en la discoteca.

Tabla 41.

Propuesta de manual de funciones del Guardia

DISCOTECA “OASIS” MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Guardia
Área	Seguridad
Numero de cargos	1
Jefe inmediato	Gerente
Objetivo principal	
Preservar la seguridad y orden dentro de la discoteca “Oasis”, garantizando la comodidad de los clientes y del personal de la empresa, creando un ambiente agradable con el fin de ofrecer un servicio de calidad.	
Descripción del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Proteger los bienes y a los empleados de la empresa manteniendo un entorno seguro y protegido • Prestar atención a los indicios de delito o desorden e investigar los altercados. • Informar detalladamente sobre cualquier incidente sospechoso. • Capacidades de vigilancia y orientación al detalle. • Velar por la seguridad dentro y fuera del lugar de la discoteca. • Revisar documentación de las personas que ingresan al establecimiento. 	
Análisis del cargo	
Requisitos intelectuales.	
Educación	Contar con certificado de un centro de capacitación y formación integral de guardias de seguridad y vigilancia.
Experiencia	Mínimo un año de experiencia en empresas del mismo sector.
Habilidades	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> • Actitud responsable. • Capacidad para trabajar en equipo. • Ético y profesional. • Conocimiento de defensa personal. • Excelentes relaciones personales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verifica condiciones de seguridad en las instalaciones de la empresa. • Controla el ingreso y salida de los clientes. • Comprueba que los clientes sean mayores de edad. • La seguridad y el bienestar de los clientes.
Requisitos físicos:	
Excelente presentación personal y buen estado físico y coordinación motriz para el correcto desempeño laboral.	

Nota: La tabla muestra el manual de funciones que desarrollará el guardia en la discoteca.

Tabla 42.

Propuesta de manual de funciones del desarrollador de Marketing.

DISCOTECA “OASIS” MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Desarrollador de Marketing
Área	Atención al cliente
Numero de cargos	1
Jefe inmediato	Gerente
Objetivo principal	
Implementar estrategias de publicidad de la discoteca “Oasis” mediante las redes sociales, radio y afiches con anuncios sobre promociones que vaya a realizar la empresa para atraer la atención de los clientes.	
Descripción del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer métodos para promocionar el servicios e imagen pública de la discoteca. • Crear y desarrollar estrategias de marketing eficientes. • Organizar y supervisar campañas de publicidad y eventos promocionales. • Realizar investigaciones de mercado y análisis para evaluar tendencias. • Mantener relaciones con proveedores de medios y publicistas para garantizar la colaboración en actividades promocionales. • Elaborar afiches publicitarios. 	
Análisis del cargo	
Requisitos intelectuales.	
Educación	Contar con educación superior en Administración y Dirección de Empresas (ADE), Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo.
Experiencia	Mínimo un año de experiencia en empresas del mismo sector.
Habilidades	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> • Actitud responsable. • Pensamiento Analítico. • Habilidades de Comunicación • Trabajar bajo presión • Organización. • Atención auditiva y visión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplios conocimientos de técnicas de estudios de mercado, métodos estadísticos y de análisis de datos. • Buen conocedor de la planificación estratégica y de las prácticas del marketing. • Familiaridad con redes sociales.
Requisitos físicos:	
Excelente presentación personal y buen estado físico y coordinación motriz para el correcto desempeño laboral.	

Nota: La tabla muestra el manual de funciones que desarrollará el barman en la discoteca.

Tabla 43.

Propuesta de manual de funciones del barman

DISCOTECA “OASIS” MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Barman
Área	Atención al cliente
Numero de cargos	1
Jefe inmediato	Gerente
Objetivo principal	
Proporcionar los servicios de la discoteca “Oasis” a los clientes de acuerdo a lo solicitado, registra el consumo, organiza, limpia y cuida la barra con los procedimientos de higiene, cumpliendo con las políticas y lineamientos de la empresa.	
Descripción del cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Prepara y mantiene en perfecto estado la barra y las áreas del establecimiento que está encargado. • Ofrecer un servicio de alta calidad a los clientes. • Creatividad y que sea capaz de generar sus propias creaciones con un sabor original y que guste a los clientes. • Tratar con educación y empatizar con ellos para poder atender de forma más personalizada a cada cliente. 	
Análisis del cargo	
Requisitos intelectuales.	
Educación	Contar con educación de Técnico o Tecnólogo en mesa y bar, atención al cliente.
Experiencia	Mínimo un año de experiencia en empresas del mismo sector.
Habilidades	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> • Actitud responsable. • Capacidad para trabajar en equipo. • Trabajar bajo presión • Organización. • Atención auditiva y visión. • Eficiencia y rapidez 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar la precisión para elaborar cócteles a partir de la mezcla de diversos ingredientes. • Habilidad y mucha agilidad a la hora de atender las comandas de los clientes. • Ayuda en la organización del almacén y controla las existencias.
Requisitos físicos:	
Excelente presentación personal y buen estado físico y coordinación motriz para el correcto desempeño laboral.	

Nota: La tabla muestra el manual de funciones que desarrollará el barman en la discoteca.

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Inversiones

Inversiones en activos fijos

Maquinaria y Equipo para la Discoteca “Oasis”:

El costo aproximado para este rubro que permitirá el funcionamiento del bar discoteca Oasis en la parroquia Vilcabamba corresponden a \$3.572.00 dólares americanos.

Tabla 44.

Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo	Unidades	Valor Unitario	Total
Refrigeradora Samsung	1	630,00	630,00
Congelador horizontal 414 L Dual Cooling	1	670,00	670,00
Consola de audio de 4 canales	1	280,00	280,00
Pantalla led FHD Samsung	2	500,00	1.000,00
Luces led	4	25,00	100,00
Luces robóticas BETOPPER	2	35,00	70,00
Cámaras de Seguridad	3	65,00	195,00
Parlantes Amplificados Polk Audio OWM3	1	209,00	209,00
Cámara de humo	2	30,00	60,00
Encimera a Gas Electrolux GC60M 60cm	1	268,00	268,00
Licuadaora	2	45,00	90,00
Total			\$ 3.572,00

Nota: La tabla indica la maquinaria y equipo que necesitara la empresa para iniciar sus actividades.

Muebles y enseres

El costo de los muebles y enseres necesarios para brindar un ambiente acogedor en la discoteca “Oasis” suma \$ 2.490,00.

Tabla 45.

Muebles y enseres

Muebles y enseres	Unidades	Valor Unitario	Total
Mesas cuadradas de madera	5	65,00	325,00
Mesas redondas de madera	5	55,00	275,00
Escritorio	1	120	120,00
Silla de oficina	1	35	35,00

Barra	1	230,00	230,00
Bancas de madera	39	35,00	1.365,00
Taburetes	20	7,00	140,00
Total			\$ 2.490,00

Nota: La tabla muestra los muebles y enseres necesarios para la empresa y su inicio de operaciones.

Equipo de cómputo

Los suministros de cómputo necesarios para el funcionamiento de la empresa, los mismos que serán usados por los miembros administrativos son los siguientes:

Tabla 46.

Equipo de cómputo

Equipos de cómputo	Unidades	Valor Unitario	Total
Laptop hp Core i5	1	650,00	650,00
Impresora Epson L 5290	1	350,00	350,00
laptop Hp 15-EH1509LA	1	680,00	680,00
Total			\$ 1.680,00

Nota: La tabla muestra el equipo de cómputo necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Resumen de los activos fijos

Tabla 47.

Resumen de los activos fijos

Activos Fijos	
Maquinaria y equipo	3.572,00
Muebles y enseres	2.490,00
Equipos de cómputo	1.680,00
Total	\$ 7.742,00

Nota: La tabla muestra el resumen de los activos fijos esenciales para el funcionamiento de la empresa.

Inversión en Activo Diferido

Adecuaciones

Se detalla la infraestructura y el espacio físico que tendrá el establecimiento y las adecuaciones que tendrá la empresa para ofrecer el servicio, el cual está pensado en la comodidad de los clientes por ello se especifica de la siguiente manera:

- Baño de Varones y Mujeres de 8 m²
- Caja/Barra: 10 m²
- Pista de Baile, que ocupará mayor espacio con 28 m²
- Área del discomóvil y Dj 10 m²
- Bodega 8 m²
- Área de cocina 23 m²
- Área de descanso y consumo 30m²
- Entrada/Salida

Esta inversión totaliza un valor de 1.550,00 dólares americanos.

Inversión activos diferidos

Por concepto de gastos en la obtención del registro y licencia única de funcionamiento, cuerpo de bomberos, pago de tasas al municipio de Loja, patentes y otros gastos además de la adecuación del local suman un total de \$ 2.937,60.

Tabla 48.

Inversión en Activos diferidos

Detalle	Costo Total
Estudios Preliminares	850,00
Gastos municipales	260,00
Gastos de constitución	220,00
Adecuaciones	1.550,00
Imprevistos 2%	57,60
Total	\$ 2.937,60

Nota: La tabla muestra la inversión en activos diferidos esenciales para el funcionamiento de la empresa.

Amortización de Activos diferidos

Para determinar la amortización del activo diferido de acuerdo a lo que indica la Ley Orgánico del Régimen Tributario Interno (L.O.R.T.I) en el Art. 12.- Amortización. - Será deducible la amortización de los valores que se deban registrar como activos, de acuerdo a la técnica contable, para su amortización en más de un ejercicio impositivo, y que sean necesarios para los fines del negocio o actividad en los términos definidos en el Reglamento.

Tabla 49.*Amortización de Activos diferidos*

Año	Valor A.C.	Amortización	Valor Total
1	2.937,60	587,52	2.350,08
2	2.350,08	587,52	1.762,56
3	1.762,56	587,52	1.175,04
4	1.175,04	587,52	587,52
5	587,52	587,52	-

Nota: La tabla muestra la amortización de los activos diferidos de la empresa con datos obtenidos de la tabla N. ^a 48.

Inversiones en capital de trabajo

A continuación, se calcula el capital de trabajo para un mes de operación, para esto se han tomado en cuenta todos los elementos que inciden directamente para prestar el servicio de discoteca en la parroquia Vilcabamba.

Al considerar como materia prima los productos indicados se procederá a indicar las condiciones para determinar las cantidades de materia prima que se va a necesitar para la atención al cliente. Los productos que se ofrecerá son los siguientes:

- **Whisky.** – Al ser un licor acogido por las personas a las cuales se les aplicó la encuesta damos por sentado que de 12 mesas 3 de ellas optarán por adquirir este tipo de bebida en consecuencia será una botella por cada mesa dando como resultado tres botellas por noche por lo que se considera los días con mayor venta (jueves, viernes y sábado) dando un total de 10 a la semana, 40 al mes.
- **Vodka.** –De la misma manera se tomará en cuenta que en 2 mesas se optará por adquirir este tipo de bebida lo que da como resultado una botella por mesa, con un total de dos botellas por noche, teniendo presente los días con más afluencia a la semana siete botellas y al mes veinte y ocho.
- **Tequila.** – El consumo por mesa es de una botella al tomar en cuenta que de 12 mesas 2 de ellas optarán por adquirir esta bebida de modo que serán dos botellas por noche a la semana son siete botellas y al mes veinte y ocho.
- **Bebidas suaves (cerveza).** –El consumo por mesa es de 12 botellas (una java) tomando en cuenta que de 12 mesas 4 de ellas optaran por adquirir este tipo de bebida ya que en la

encuesta realiza fue la bebida que tuvo mayor acogida, da como resultado 48 botellas por noche (4 jvas), tomando en consideración los días con mayor venta a la semana da un total de 288 botellas (12 jvas) y al mes 576 (48 jvas).

- **Bebidas preparadas (cocteles).** – Para consumo de esta bebida se tomó en cuenta que fue la menos acogida por los encuestados por lo que solo una mesa optará por esta bebida lo que da como resultado una jarra por noche, de manera que a la semana será 4 jarras tomando en consideración los días con mayor concurrencia de clientes, al mes será un total de 16 jarras.

Tabla 50.

Materia Prima directa

Materia prima directa	Unidad	Unidades	Valor Unitario	V. Mensual	V. Anual
Whisky	Unidad	40	18,00	720,00	8.640,00
Vodka	Unidad	24	13,80	331,20	3.974,40
Tequila	Unidad	24	14,00	336,00	4.032,00
Cerveza	Unidad	576	1,29	744,00	8.928,00
Bebidas Preparadas	Unidad/jarras	15	3,50	52,50	630,00
Total				\$ 2.183,70	\$ 26.204,40

Nota: La tabla muestra la inversión de capital que tendrá la empresa en un mes de trabajo.

Materia prima indirecta

Se define como materia prima indirecta aquellos elementos necesarios para complementar el servicio y que se exponen en la siguiente tabla:

Tabla 51.

Materia Prima indirecta

Materia prima indirecta	Unidades	Valor unitario	V. Mensual	V. Anual
Botellas de agua 5 litros	3	2,50	7,50	90,00
Fundas de hielo	15	1,20	18,00	216,00
Limonas	45	0,10	4,50	54,00
Naranjas	45	3,50	157,50	1.890,00
Sal 5 libras	2	4,50	9,00	108,00
Azúcar 1 arroba	1	10,50	10,50	126,00
Total			\$ 207,00	\$ 2.484,00

Nota: La tabla muestra la materia prima que la empresa necesita para producción de bebidas preparadas.

Mano de Obra Directa:

La mano de obra directa está conformada por el personal que incide directamente para ofrecer el servicio. Se realiza la remuneración en base a lo dispuesto por la ley. Para la discoteca serán necesarios Barman, Meseros y Dj.

Tabla 52.

Sueldos y salarios

Descripción	Barman	Mesero	Dj
Salario	450,00	450,00	450,00
Aporte ind. 9,45%	42,53	42,53	42,53
Aporte patronal 12,15%	54,68	54,68	54,68
Décimo tercer sueldo	37,50	37,50	37,50
Décimo cuarto sueldo	37,50	37,50	37,50
Fondos de reserva 8,33%	37,49	37,49	37,49
Vacaciones	18,75	18,75	18,75
Total	<u>593,39</u>	<u>593,39</u>	<u>\$593,39</u>
<u>Número de empleados</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>1</u>
Total mensual	593,39	1.186,77	593,39
Total anual	\$7.120,62	\$ 14.241,24	\$ 7.120,62

Nota: La tabla muestra los sueldos y salarios del personal de trabajo que tendrá la discoteca en el 2022/2023.

Costos de Operación

Gastos de administración

Corresponde al conjunto de gastos que la empresa debe solventar por el personal contratado para el funcionamiento de la discoteca “Oasis”.

Suministros de trabajo. - Para este punto se tomó en cuenta las necesidades de los trabajadores para que estos laboren de la mejor manera dentro de la empresa tomando en cuenta la higiene y la buena presentación física.

Tabla 53.

Suministro de trabajo

Cantidad	Costos de operación	Unidad de medida	Valor Unitario	Total
4	Guantes paq.50	unidad	\$ 3,80	15,20
Total Mensual				15,20
Total Anual				182,40

Nota: La tabla muestra los suministros de trabajo para el personal contratado en la discoteca “Oasis”.

Los uniformes del personal, así como los guantes son de uso diario para cumplir con los requisitos de higiene en el establecimiento dando buena imagen de atención a los clientes.

Tabla 54.

Indumentaria para el personal de producción

Cantidad	Costos de operación	Unidad de medida	valor por unidad	Total
3	Camisetas	unidad	6,50	19,50
3	Pantalones	unidad	8,00	24,00
Total Anual				\$ 43,50

Nota: La tabla muestra la indumentaria para el personal de producción en la discoteca “Oasis”.

Sueldo administrativo. – Se toma en consideración los sueldos de aquellos trabajadores que laboran en temas de administración como: Gerente, contador y desarrollador de marketing ya que intervienen indirectamente en la empresa.

Tabla 55.

Sueldos y Salarios Administrativos

Descripción	Gerente	Desarrollador de Marketing	Contadora/ Secretaria
Salario	650,00	450,00	500,00
Aporte ind. 9,45%	61,43	42,53	47,25
Aporte patronal 12,15%	78,98	54,68	60,75
Décimo tercer sueldo	54,17	37,50	41,67
Décimo cuarto sueldo	37,50	37,50	37,50
Fondos de reserva 8,33%	54,15	37,49	41,65
Vacaciones	27,08	18,75	20,83
Total	\$840,45	\$593,39	\$655,15
Numero de empleados	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>
Total Mensual	\$840,45	\$593,39	\$655,15
Total Anual	\$10.085,34	\$7.120,62	\$7.861,80

Nota: La tabla muestra los sueldo y salarios por el contrato de personal administrativo para la discoteca “Oasis” en el 2022/2023.

Honorarios profesionales

Los honorarios profesionales son aquellos que se contratan por el servicio que necesita la empresa en ese instante como asesorías de la práctica de la ley o tramites del cual no tenga

conocimiento el gerente, así como también, por el cumplimiento de las obligaciones fiscales que esta tenga.

Tabla 56.

Honorarios profesionales

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total en USD
Asesor jurídico	1	350	350,00
Total Mensual			\$ 350,00
Total Anual			\$ 4.200,00

Nota: La tabla muestra los honorarios profesiones que contratará la empresa “Oasis”.

Servicios de seguridad

La empresa “Oasis” contará con un guardia el cual es esencial para la seguridad de los clientes como para la discoteca.

Tabla 57.

Servicios de seguridad

Descripción	Guardia
Salario	450,00
Aporte ind. 9,45%	42,53
Aporte patronal 12,15%	54,68
Décimo tercer sueldo	37,50
Décimo cuarto sueldo	37,50
Fondos de reserva 8,33%	37,49
Vacaciones	18,75
Total	<u>593,39</u>
<u>Número de empleados</u>	<u>1</u>
Total mensual	593,39

Nota: La tabla muestra el servicio de seguridad que tendrá la discoteca “Oasis” en el 2022/2023.

Servicios básicos

Se tomaron en cuenta los servicios básicos como: agua, luz y teléfono, además del internet, necesarios para el funcionamiento del negocio. El servicio de permite estar actualizando constantemente las redes sociales sobre las promociones que pretende ofrecer la empresa.

Tabla 58.*Servicios Básicos*

Servicios Básicos	Unidad de medida	Costo mensual (USD)
Energía eléctrica	kilovatio	96,60
Agua potable	m3	57,60
Internet	Megas	30,00
Telefonía	Minutos	7,00
Total Mensual		\$ 191,20
Total Anual		\$ 2.294,40

Nota: La tabla muestra el presupuesto de cada uno de los rubros de los servicios básicos.

Suministros de oficina

Son todos aquellos materiales que se utilizan en la oficina para llevar a cabo los temas administrativos como calculadora, hojas de papel bond, grapas esferos, etc. ayudan a la parte administrativa.

Tabla 59.*Suministros de oficina*

Cantidad	Útiles de oficina	Unidad de medida	Valor por unidad	Total
5	Resma de papel Bond	unidad	3,50	17,50
4	Esferos	Caja	8,05	32,20
5	Grapas	Caja	1,50	7,50
8	Tinta de impresora	Unidad	15,00	120,00
2	Grapadora	Unidad	3,50	7,00
1	Perforadora	Unidad	3,00	3,00
4	Archivador	Unidad	2,50	10,00
Total Anual				\$ 197,20
Total mensual				\$ 16,43

Nota: La tabla muestra el presupuesto de los suministros de oficina que tendrá la empresa.

Útiles de aseo

La tabla N. ^a 60 muestra los gastos en útiles de aseo los cuales son necesarios para mantener la limpieza y pulcritud de la empresa.

Tabla 60.*Útiles de Aseo*

Cantidad	Útiles de Aseo	Unidad de medida	Valor unitario	Total
4	Escoba	Unidad	2,50	10,00
4	Trapeador	Unidad	2,40	9,60
8	Jabón Líquido	Unidad	1,80	14,40
10	Desinfectante	Unidad	2,40	24,00
10	Papel higiénico de 12	Paquete	10,50	105,00
2	Basureros	Unidad	25,00	50,00
8	Franelas	Paquete	2,30	18,40
Total Anual				\$ 247,15
Total mensual				\$ 20,60

Nota: La tabla muestra el presupuesto de los útiles de aseo que tendrá la empresa “Oasis”.

Arriendo

El monto por arriendo del local donde se brindará el servicio de discoteca aparece en la tabla N. ^a 61.

Tabla 61.*Arriendos*

Arriendos	Unidades	Valor unitario	V. Mensual
Arriendo de local	1	650,00	650,00
Total Mensual			650,00
Total Anual			\$ 7.800,00

Nota: La tabla muestra el presupuesto del arriendo con su valor respectivo.

Gastos de venta

Publicidad. - Son los medios que se contrataran para comunicar a los clientes de las ofertas y promociones que se hará cada semana en el establecimiento, esto ayudará a crecer el segmento de mercado ya que se mantendrá informada a la clientela mediante la publicidad de todos los cambios que se realicen en el mismo. La difusión de los servicios que brindará la discoteca será llevada a cabo mediante una campaña radial cuyos valores aparecen registrados en la tabla N. ^a 62.

Tabla 62.*Publicidad*

Publicidad	Frecuencia	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Campaña Vilcabamba Stereo 102.5 "La eterna juventud"	1 vez por semana	4	3,50	14,00
Total Mensual				\$ 14,00
Total Anual				\$ 168,00

Nota: La tabla muestra el presupuesto de la publicidad con los valores obtenidos de las compañías.

Vajilla y menaje

Es necesario comprar los vasos donde se servirán las bebidas, así como todos los demás implementos necesarios para prestar el servicio de bebidas y cocteles lo cual se registra como vajilla y menaje.

Tabla 63.*Vajilla y Menaje*

Cantidad	Vajilla y Menaje	Unidades de mediad	Valor Unitario	Total
9	Vasos de cristal para cervezas de 6	Paquete	5,50	49,50
12	Vasos de cristal copas 4	Paquete	4,25	51,00
10	Set de Jarra y vasos (cristal)	Paquete	7,50	75,00
15	Vasos pequeños de 4	Paquete	4,00	60,00
25	Vasos desechables ecológicos (50x)	Paquete	2,20	55,00
Total anual				\$ 290,50
Total mensual				\$ 24,21

Nota: La tabla muestra el presupuesto de la vajilla y menaje, necesario para poner en marcha la empresa en su servicio.

Resumen del capital de trabajo**Tabla 64.***Resumen del capital de trabajo*

Cuenta	Cuadro	Total Mensual
Materia Prima Directa		2.183,70
Mano de Prima Indirecta		207,00
Mano de Obra directa		2.373,54
Suministros de Trabajo		58,70
Sueldos Administrativos		3.032,37
Servicios básicos		191,20
Suministros de oficina		16,43
Útiles de aseo		20,60

Arriendos de instalaciones	650,00
Publicidad	14,00
Vajilla y Menaje	24,21
Costo Total mensual	\$ 8.826,51

Nota: La tabla muestra el resumen del capital de trabajo con los datos obtenidos de la Tabla N. ^a 50 hasta la Tabla N. ^a 63, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa “Oasis”.

Para la ejecución de las actividades de la empresa “Oasis” se necesitará un capital de trabajo de 8.826,51 dólares americanos.

Resumen total de inversión

Tabla 65.

Resumen Total de Inversión

Detalles	Costo Total
Activos fijos	7.742,00
Activos diferidos	2.937,60
Capital de trabajo	8.764,74
Total de la inversión	\$ 19.451,34

Nota: La tabla muestra el resumen total de la inversión que necesita la empresa “Oasis” para iniciar con sus operaciones productivas, datos obtenidos de las tablas N. ^a 47, 48 y 64.

Como resultado de la suma de los tres tipos de activo la inversión total que se requiere para dar inicio las operaciones y actividades productivas es de un total de 19.451,34 dólares americanos.

Financiamiento

La manera en que se obtiene o se logra completar el total de la inversión del capital es mediante el financiamiento ya que para este proyecto de inversión se cuenta con un capital propio del 28% que corresponde a 5.444,34 dólares y el 72% será financiado a través de un crédito a una entidad financiera que corresponde a 14.000,00 dólares americanos.

Tabla 66.

Financiamiento

Fuente	Monto	Porcentaje
Capital Propio	5.451,34	28%
Capital externo	14.000,00	72%
Total	\$ 19.451,34	100%

Nota: La tabla muestra el financiamiento que tendrá la inversión que necesita la empresa para iniciar sus actividades productivas, con datos obtenidos de la tabla N. ^a 65.

Por lo que se buscó varias instituciones financieras que proporcionen préstamos y se optó por realizar el crédito a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda.

- **Método utilizado**

Tabla 67.

Método Francés

Método Francés	
Capital	\$ 14.000,00
Tasa de interés	15,60%
Tiempo/ años	4
Cuotas	48
Pagos	mensual

Nota: La tabla muestra los datos para el crédito que tendrá la empresa mediante el método francés.

Tabla de amortización del crédito

A continuación, se muestra la tabla de amortización para el capital financiado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda.

Tabla 68.

Amortización de crédito

AMORTIZACION FRANCESA				
N^a	PAGO/CUOTA	INTERES	PAGO DE CAPITAL	SALDO DE CAPITAL
0				14.000,00
1	393,90	182,00	211,90	13.788,10
2	393,90	179,25	214,66	13.573,44
3	393,90	176,45	217,45	13.355,99
4	393,90	173,63	220,27	13.135,72
5	393,90	170,76	223,14	12.912,58
6	393,90	167,86	226,04	12.686,55
7	393,90	164,93	228,98	12.457,57
8	393,90	161,95	231,95	12.225,62
9	393,90	158,93	234,97	11.990,65
10	393,90	155,88	238,02	11.752,62

11	393,90	152,78	241,12	11.511,51
12	393,90	149,65	244,25	11.267,25
13	393,90	146,47	247,43	11.019,83
14	393,90	143,26	250,64	10.769,18
15	393,90	140,00	253,90	10.515,28
16	393,90	136,70	257,20	10.258,08
17	393,90	133,35	260,55	9.997,53
18	393,90	129,97	263,93	9.733,60
19	393,90	126,54	267,36	9.466,23
20	393,90	123,06	270,84	9.195,39
21	393,90	119,54	274,36	8.921,03
22	393,90	115,97	277,93	8.643,10
23	393,90	112,36	281,54	8.361,56
24	393,90	108,70	285,20	8.076,36
25	393,90	104,99	288,91	7.787,45
26	393,90	101,24	292,66	7.494,78
27	393,90	97,43	296,47	7.198,31
28	393,90	93,58	300,32	6.897,99
29	393,90	89,67	304,23	6.593,76
30	393,90	85,72	308,18	6.285,58
31	393,90	81,71	312,19	5.973,39
32	393,90	77,65	316,25	5.657,14
33	393,90	73,54	320,36	5.336,78
34	393,90	69,38	324,52	5.012,26
35	393,90	65,16	328,74	4.683,52
36	393,90	60,89	333,02	4.350,50
37	393,90	56,56	337,35	4.013,16
38	393,90	52,17	341,73	3.671,43
39	393,90	47,73	346,17	3.325,25
40	393,90	43,23	350,67	2.974,58
41	393,90	38,67	355,23	2.619,35
42	393,90	34,05	359,85	2.259,50
43	393,90	29,37	364,53	1.894,97
44	393,90	24,63	369,27	1.525,70
45	393,90	19,83	374,07	1.151,63
46	393,90	14,97	378,93	772,70
47	393,90	10,05	383,86	388,85
48	393,90	5,06	388,85	0,00

Nota: La tabla muestra la amortización del capital financiado mediante el crédito, a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda.

Determinación de Ingresos

La venta de bienes dentro del negocio contribuye en parte a los ingresos que percibe el establecimiento, de modo que los ingresos que percibirá la discoteca “Oasis” son básicamente por la venta de entradas y el consumo de bebidas como: Whisky, vodka, tequila, cerveza y cocteles en jarras.

Tabla 69.

Precio del ingreso

Variable	
Capacidad	80 Personas
Días laborables	15 días
Total de clientes al mes	1440 personas
Total de clientes al año	25920
Valor aceptado del servicio	\$ 2,5
Total ingreso mensual	\$ 3.600,00
Total ingreso anual	\$ 64.000,00

Nota: La tabla muestra el precio que se cobrara por el ingreso a la empresa “Oasis”.

Para determinar el total de ingresos por la prestación del servicio se realizó mediante la capacidad instalada por los días que se va a laborar en el establecimiento para tener como resultado el total de clientes aproximados que asistirán semanalmente, tomando en cuenta que se requiere el número de personas que asistirán anualmente se procede a multiplicarlo por los 12 meses al año dando como resultado un total de 25.920 clientes.

Posteriormente se procedió a calcular los ingresos mediante el número de clientes anuales por el valor de 2,5 dólares, siendo el valor más favorecido a cancelar por los clientes, dando como resultado un total de ingresos por servicio mensual de 3.360,00 dólares americanos.

Ingresos por venta de productos

Además de los ingresos que se obtendrán por la prestación de servicio, la discoteca “Oasis” también obtendrá ingresos por los productos vendidos en la misma.

Tabla 70.*Precio de ventas*

Cantidad	Materia prima directa	Unidad de medida	costo unitario	Utilidad	Precio de venta al publico	V. Mensual
40	Whisky	Unidad	18,00	35%	25,00	1.000,00
24	Vodka	Unidad	13,80	35%	20,00	480,00
24	Tequila	Unidad	14,00	35%	22,00	528,00
576	Cerveza Bebidas	Unidad	1,29	35%	3,00	1.728,00
15	Preparadas	Jarras	3,50	35%	8,00	120,00
Total Mensual						\$ 3.856,00
Total anual						\$ 46.272,00

Nota: La tabla muestra el precio de venta de los productos que ofrecerá la empresa al iniciar sus operaciones

Para obtener ingresos que generen ganancias a la discoteca se comparó con establecimientos similares y se estableció precios fijados en la competencia, de la misma manera se fijó un margen de utilidad del 35% que está destinado a la categoría 2 por el Gob (Centros de diversión para mayores de edad que establece el Ministerio de Gobierno) dando como resultado el precio de venta al público.

Ingresos proyectados

Para ello se ha utilizado la fórmula del valor futuro y la tasa de incremento económico que de acuerdo a información del Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR) indica que para el año 2020 habido un crecimiento en alojamiento del 7,4%, para alimentos y bebidas del 78.6% y operaciones turísticas con el 209% en vista que la tasa es muy alta se estima para el proyecto la tasa del 22.4% por lo que se ha proyectado para 5 años de vida que tiene el proyecto.

Tabla 71.*Ingresos proyectados con el 22.4%*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Whisky	14.688,00	17.978,11	22.005,21	26.934,38	32.967,68
Vodka	7.050,24	8.629,49	10.562,50	12.928,50	15.824,48
Tequila	7.755,26	9.492,44	11.618,75	14.221,35	17.406,93
Cerveza	25.380,86	31.066,18	38.025,00	46.542,60	56.968,14
Bebidas Preparadas	1.762,56	2.157,37	2.640,63	3.232,13	3.956,12
Precio de servicio	64.800,00	64.800,00	64.800,00	64.800,00	64.800,00
TOTAL	\$ 121.436,93	\$ 134.123,60	\$ 149.652,09	\$ 168.658,95	\$ 191.923,36

Nota: La tabla muestra los ingresos proyectados para los 5 años de vida que tiene el proyecto.

Los ingresos totales en el primer año son de \$121.436,93 dólares, para el segundo se proyecta un ingreso de \$ 134.123,60 dólares, de la misma manera, para el tercer año tiene un valor de \$ 149.652,09 dólares, \$ 168.658,95 dólares para el cuarto año y \$ 191.923,36 dólares para el quinto año.

Proyección de costos/gastos

El cuadro de presupuestos de costos y gastos nos permite determinar y detallar los costos que intervienen en la producción y prestación de servicios como el costo de producción, los gastos de operación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos, de esta manera se da a conocer toda la parte operativa del establecimiento para un periodo de 5 años. Para establecer la proyección del presupuesto se ha tomado en cuenta la inflación del 2,56% y para la proyección de sueldos se ha tomado en consideración la tasa de incremento porcentual de la variación de sueldos de los últimos 5 años dando un resultado de 1.63%.

Tabla 72.

Egresos proyectados

PROYECCIÓN PREFORMAS					
Tasa de proyecciones de sueldos	1,63%		Tasa de inflación Anual		2,56%
			Tasa de crecimiento del turismo		22,40%
COSTOS DE PRODUCCION	1	2	3	4	5
Materia prima directa	26.204,40	32.074,19	39.258,80	48.052,78	58.816,60
Materia prima indirecta	2.484,00	3.040,42	3.721,47	4.555,08	5.575,42
Mano de obra directa	28.482,48	29.211,63	29.959,45	30.726,41	31.513,01
Energía eléctrica	1.159,20	1.188,88	1.219,31	1.250,53	1.282,54
Servicios del internet	360,00	369,22	378,67	388,36	398,30
Agua Potable	691,20	708,89	727,04	745,65	764,74
Útiles de aseo	247,15	253,48	259,97	266,62	273,45
Arriendo	7.800,00	7.999,68	8.204,47	8.414,51	8.629,92
Vajilla y menaje	290,50	297,94	305,56	313,39	321,41
Depreciación de equipos	321,48	321,48	321,48	321,48	321,48
Depreciación de muebles y enseres	224,10	224,10	224,10	224,10	224,10
Depreciación de equipos de cómputo	373,35	373,35	373,35		

Suministros de trabajo	225,90	231,68	237,61	243,70	249,94
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 68.863,76	\$ 76.294,93	\$ 85.191,29	\$ 95.502,60	\$ 108.370,89
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Útiles de oficina	197,20	202,25	207,43	212,74	218,18
Remuneraciones administrativas	25.067,76	25.476,36	25.891,63	26.313,66	26.742,58
Honorarios profesionales	4.200,00	4.268,46	4.338,04	4.408,75	4.480,61
Servicio de seguridad	7.120,62	7.236,69	7.354,64	7.474,52	7.596,36
Servicio telefónico	84,00	86,15	88,36	90,62	92,94
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 36.669,58	\$ 37.269,91	\$ 37.880,09	\$ 38.500,29	\$ 39.130,66
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	168,00	172,30	176,71	181,24	185,88
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 168,00	\$ 172,30	\$ 176,71	\$ 181,24	\$ 185,88
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	1.994,07	1.535,92	1.000,97	376,32	0,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.994,07	\$ 1.535,92	\$ 1.000,97	\$ 376,32	\$ -
OTROS GASTOS					
Amortización de Activos Diferidos	587,52	587,52	587,52	587,52	587,52
TOTAL OTROS GASTOS	587,52	587,52	587,52	587,52	587,52
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	39.419,17	39.565,65	39.645,29	39.645,36	39.904,06
TOTAL COSTO Y GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 108.282,94	\$ 115.860,58	\$ 124.836,58	\$ 135.147,96	\$ 148.274,95

Nota: La tabla muestra los costos proyectados para los cinco años de vida que tiene el proyecto, datos obtenidos de las tablas N.º 51 a la 68.

Clasificación de los Costos

La clasificación de costos se divide en costos fijos y costos variables, la misma es importante para obtener el punto de equilibrio, las cuales significa:

- **Costos Fijos:** Son aquellos gastos que incurren en el negocio y son constantes así se venda o no los productos, por lo general estos gastos son administrativos ya que sirven para poder realizar las operaciones del negocio.

- **Costos Variables:** Son aquellos valores que varían de acuerdo a la capacidad de ventas que se realice en el negocio, como por ejemplo en la compra de mercadería para la venta.

A continuación, se presenta los costos fijos y variables de la Discoteca “Oasis”.

Tabla 73.

Clasificación de los costos y de los gastos

Discoteca "Oasis"						
Clasificación de los Costos y Gastos						
Detalle	Año 1		Año 3		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia prima directa		26.204,40		39.258,80		58.816,60
Materia prima indirecta		2.484,00		3.721,47		5.575,42
Mano de obra directa	28.482,48		29.959,45		31.513,01	
Energía eléctrica		1.159,20		1.219,31		1.282,54
Servicios del internet	360,00		378,67		398,30	
Agua Potable		691,20		727,04		764,74
Útiles de aseo	247,15		259,97		273,45	
Arriendos	7.800,00		8.204,47		8.629,92	
Vajilla y menaje		290,50		305,56		321,41
Depreciación de equipos	321,48		321,48		321,48	
Depreciación de muebles y enseres	224,10		224,10		224,10	
Depreciación de equipos de cómputo	373,35		373,35		0,00	
Suministros de trabajo		225,90		237,61		249,94
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	37.808,56	31.055,20	39.721,49	45.469,80	41.360,26	67.010,64
GASTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Útiles de oficina		197,20		207,43		218,18
Remuneraciones administrativas	25.067,76		25.891,63		26.742,58	
Honorarios profesionales		4.200,00		4.338,04		4.480,61
Servicio de seguridad	7.120,62		7.354,64		7.596,36	
Servicio telefónico		84,00		88,36		92,94
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	32.188,38	4.481,20	33.246,27	4.633,82	34.338,94	4.791,73

GASTOS DE VENTAS						
Publicidad	168,00		176,71		185,88	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	168,00		176,71		185,88	
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses	1.994,07		1.000,97		0,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.994,07		1.000,97		0,00	
OTROS GASTOS						
Amortización de Activos Diferidos	587,52		587,52		587,52	
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	72.746,54	35.536,40	74.732,96	50.103,62	76.472,59	71.802,37
TOTAL	108.282,94		124.836,58		148.274,95	

Nota: La tabla muestra la clasificación de los costos y de los gastos proyectados para los 5 años de vida que tiene el proyecto, información obtenida de las tablas N.º 51 a la 68.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y costos, (fijos y variables) también denominado por algunos autores como punto muerto o neutro, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

A continuación, se muestra en las siguientes tablas el Punto de Equilibrio de los años 1, 2, y 3 de la discoteca “Oasis”.

Punto de Equilibrio Año 1

Datos:

Tabla 74.

Punto de Equilibrio Año 1

DATOS	
Detalle	
Costo variable	35.536,40
Costo fijo	72.746,54
Ingresos totales	121.436,96

Nota: Se muestra los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio correspondiente al primer año.

Resultados:

Tabla 75.

Resultados Punto de Equilibrio Año 1

RESULTADOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
Costo total	108.282,94
P.E Capacidad instalada	84,68%
P.E ventas	102.841,23

Nota: Resultados obtenidos con la aplicación de las fórmulas del punto de equilibrio para el primer año.

Desarrollo de fórmulas:

- a. Costo total

$$CT = CV + CF$$

$$CT = 35.536,40 + 72.436,54$$

$$CT = 108.282,94$$

- b. En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{72.746,54}{1 - \frac{35.536,40}{121.436,93}}$$

$$PE = \frac{72.746,54}{1 - 0,292632567}$$

$$PE = \frac{72.746,54}{0,707367433}$$

$$PE = \$ 102.841,23$$

- c. En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

$$PE = \frac{72.746,54}{121.436,93 - 35.536,40}$$

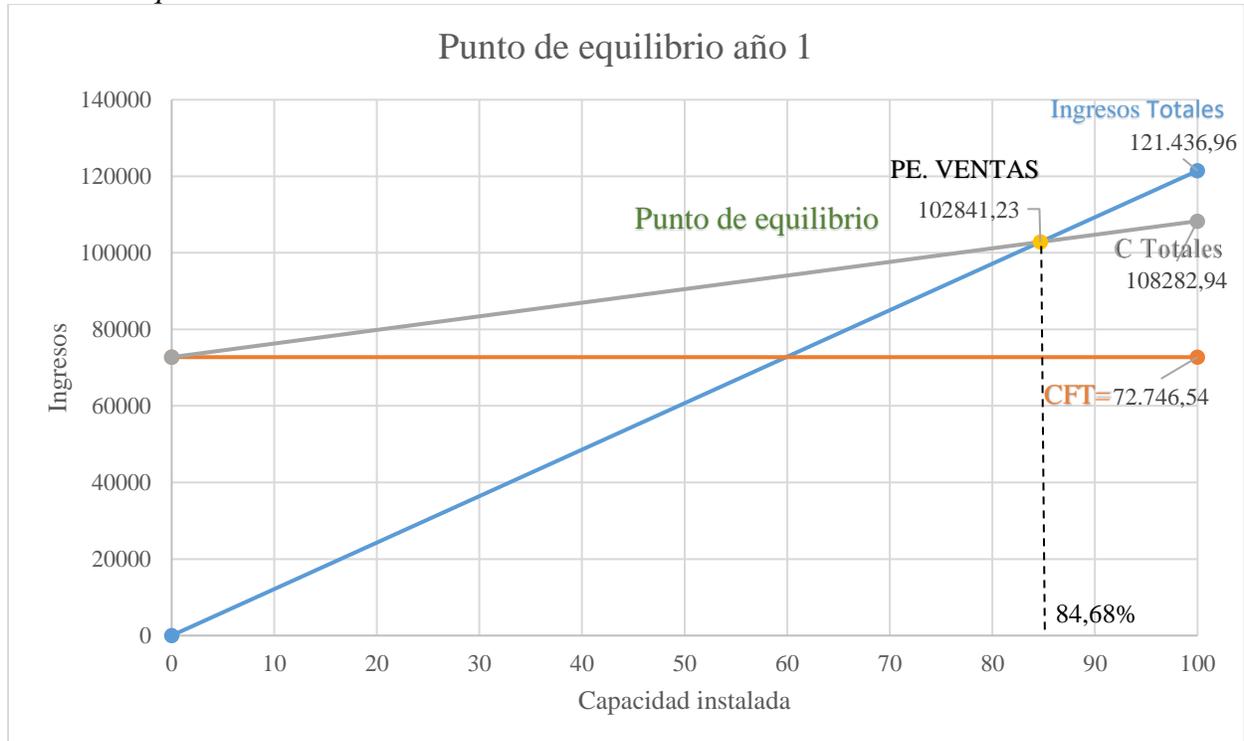
$$PE = \frac{72.746,54}{85.900,53}$$

$$PE = 0,846869 * 100$$

$$PE = 84,68\%$$

Figura 33

Punto de Equilibrio Año 1



Análisis: El punto de Equilibrio en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la discoteca, se produce cuando la empresa genera ventas por \$ 102.841,23 y se trabaja con una capacidad instalada del 84,68%. En este punto la discoteca equilibra los costos e ingresos, produciéndose punto muerto donde la está ni gana ni pierde.

Punto de Equilibrio Año 2

Datos:

Tabla 76.

Punto de Equilibrio Año 3

DATOS

Detalle	
Costo variable	50.103,62
Costo fijo	74.732,96
Ingresos totales	149.652,09

Nota: Se muestra los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio correspondiente al año 3.

Resultados:

Tabla 77.

Resultados Punto de Equilibrio Año 3

RESULTADOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
Costo total	124.836,58
P.E Capacidad instalada	75,07%
P.E ventas	112.346,71

Nota: Resultados obtenidos con la aplicación de las fórmulas del punto de equilibrio correspondiente para el año 3.

Desarrollo de fórmulas:

- a. Costo total

$$CT = CV + CF$$

$$CT = 50.103,62 + 74.732,96$$

$$CT = 124.836,58$$

- b. En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{74.732,96}{1 - \frac{50.103,62}{149.652,09}}$$

$$PE = \frac{74.732,96}{1 - 0,33480069}$$

$$PE = \frac{74.732,96}{0,66519931}$$

$$PE = \$ 112.346,71$$

c. En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

$$PE = \frac{74.732,96}{149.652,09 - 50.103,62}$$

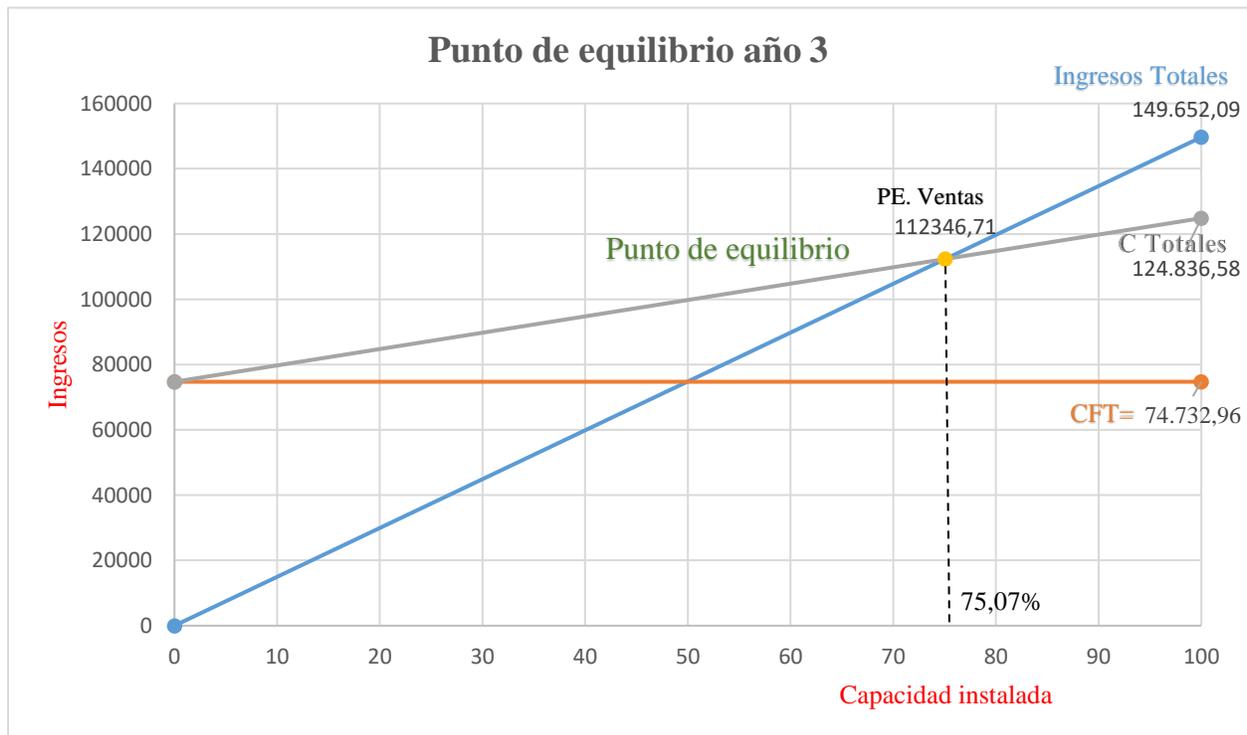
$$PE = \frac{74.732,96}{99.548,46}$$

$$PE = 0,750719 * 100$$

$$PE = 75,07\%\%$$

Figura 34

Punto de Equilibrio Año 3



Análisis: Cómo se puede observar en la tabla N.ª 77, para el año 3, el punto de Equilibrio en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la discoteca, se produce cuando la empresa genera ventas por \$ 112.346,71 y se trabaja con una capacidad instalada del 75,07%. En este punto la discoteca equilibra los costos e ingresos, produciéndose punto muerto donde la está ni gana ni pierde.

Punto de Equilibrio Año 5

Datos:

Tabla 78.

Punto de Equilibrio Año 5

DATOS	
Detalle	
Costo variable	71.802,37
Costo fijo	76.472,59
Ingresos totales	191.923,36

Nota: Se muestra los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio correspondiente al año 5.

Resultados:

Tabla 79.

Resultados Punto de Equilibrio Año 5

RESULTADOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
Costo total	148.274,95
P.E Capacidad instalada	63,66%
P.E ventas	122.184,10

Nota: Resultados obtenidos con la aplicación de las fórmulas del punto de equilibrio correspondiente para el año 5.

Desarrollo de fórmulas:

- a. Costo total

$$CT = CV + CF$$

$$CT = 71.802,37 + 76.472,59$$

$$CT = 148.274,95$$

- b. En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{76.472,59}{1 - \frac{71.802,37}{191.923,36}}$$

$$PE = \frac{76.472,59}{1 - 0,374120}$$

$$PE = \frac{76.472,59}{0,625879}$$

$$PE = \$ 122.184,10$$

c. En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

$$PE = \frac{76.472,59}{191.923,36 - 71.802,37}$$

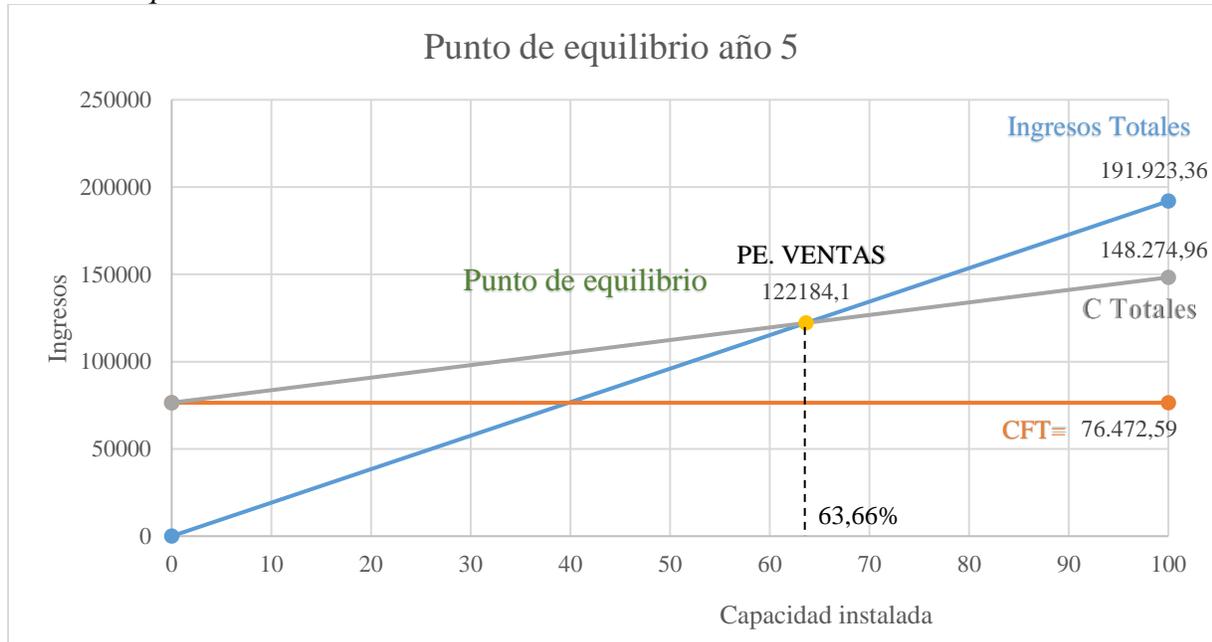
$$PE = \frac{76.472,59}{120.120,99}$$

$$PE = 0,636629 * 100$$

$$PE = 63,66\%$$

Figura 35

Punto de equilibrio Año 5



Análisis: Cómo se puede observar en la tabla N.ª 79, para el año 5, el punto de Equilibrio en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la discoteca, se produce cuando la empresa genera ventas por \$ 122.184,10 y se trabaja con una capacidad instalada del 63,66%. En este punto

la discoteca equilibra los costos e ingresos, produciéndose punto muerto donde la está ni gana ni pierde.

Estado de resultados

El estado de resultados indica (ingresos, pérdidas y ganancias) de la actividad económica en un determinado periodo de tiempo, de la misma manera nos permite realizar proyecciones sobre los futuros ingresos y gastos que generaría una empresa para así saber su futura rentabilidad o viabilidad.

De acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno en el Art.9.1.- “*Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas*” según el literal F el proyecto de inversión de la discoteca “Oasis” por realizar inversión y nueva y productiva se encuentra dentro de la exoneración del pago del Impuesto a la Renta durante 5 años.

Tabla 80.

Estados de Pérdidas y Ganancias

RUBROS	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado				
	1	2	3	4	5
Ingreso de Ventas	121.436,93	134.123,60	149.652,09	168.658,95	191.923,36
(-) Costo de Producción	68.863,76	76.294,93	85.191,29	95.502,60	108.370,89
(=) Utilidad Bruta en ventas	52.573,17	57.828,67	64.460,80	73.156,36	83.552,46
Gastos Operativos (Gastos de administración y ventas)	38.663,65	38.805,83	38.881,06	38.876,61	39.130,66
(=) Utilidad Operativa	13.909,51	19.022,84	25.579,74	34.279,75	44.421,80
Gastos Financieros	1.994,07	1.535,92	1.000,97	376,32	-
(=) Utilidad antes de impuestos	11.915,44	17.486,91	24.578,77	33.903,43	44.421,80
(-)15% Utilidad a Trabajadores	1.787,32	2.623,04	3.686,82	5.085,51	6.663,27
(=) Utilidad líquida del ejercicio	10.128,12	14.863,88	20.891,96	28.817,92	37.758,53

Nota: La tabla muestra el Estado Pérdidas y Ganancias proyectado para los cinco años de vida del proyecto, datos obtenidos de la tabla N. ^a 69 y 70.

Flujo de caja

El flujo de caja representa todas las entradas y salidas de dinero en efectivo, por lo cual se realiza un reporte financiero que busca anticiparse a las diferentes situaciones que puedan surgir a futuro, esto ayudará a la empresa a tener una visión general de la capacidad de pago frente a sus deudas, en palabras más sencillas permite saber cómo la empresa “Oasis” ha obtenido y gastado su dinero en efectivo, y de cuanto dispondrá al final de cada periodo.

Tabla 81.*Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo	0	1	2	3	4	5
Ingresos		121.436,93	134.123,60	149.652,09	168.658,95	191.923,36
Egresos		-108.282,94	-115.860,58	-124.836,58	-135.147,96	-148.274,95
Depreciación de equipos		-321,48	-321,48	-321,48	-321,48	-321,48
Depreciación de Muebles y Enseres		-224,10	-224,10	-224,10	-224,10	-224,10
Depreciación de Equipo de Computo		-373,35	-373,35	-373,35	0,00	
Utilidad		12.235,06	17.344,08	23.896,58	32.965,41	43.102,83
(-)15% Utilidad a Trabajadores		-1.787,32	-2.623,04	-3.686,82	-5.085,51	-6.663,27
Utilidad Neta		10.447,74	14.721,05	20.209,76	27.879,90	36.439,56
Depreciación de equipos		321,48	321,48	321,48	321,48	321,48
Depreciación de Muebles y Enseres		224,10	224,10	224,10	224,10	224,10
Depreciación de Equipo de Cómputo		373,35	373,35	373,35	0,00	
Amortización de activo diferido		587,52	587,52	587,52	587,52	587,52
Total de Flujo de Caja Operativo		\$ 11.954,20	\$ 16.227,50	\$ 21.716,21	\$ 29.013,00	\$ 37.572,66
Flujo de Caja Inversión						
Activo Fijo	-7.742,00					
Activo Diferido	-2.937,60					
Capital de trabajo	-8.771,74					
Total Flujo de Caja Inversión	19.451,34					
Flujo de Caja Financiamiento						
Préstamo	14.000,00					
Aporte de capital personal	5.451,34					
Pago capital (Préstamo)		-2.732,75	-3.190,90	-3.725,86	-4.350,50	
Total Flujo de Caja Financiamiento	19.451,34	-2.732,75	-3.190,90	-3.725,86	-4.350,50	
FLUO DE CAJA NETO	\$ -	\$ 9.221,45	\$ 13.036,60	\$ 17.990,36	\$ 24.662,50	\$ 37.572,66

Nota: La tabla muestra el flujo de caja proyectado para los 5 años de vida que tiene el proyecto.

A partir del cálculo de los flujos netos que tendrá la empresa durante cada periodo, se procede a realizar el análisis de los indicadores financieros que comprende la evaluación financiera.

Evaluación Financieros

La evaluación financiera permite determinar si la inversión propuesta va a generar rentabilidad y de acuerdo a los resultados obtenidos decidir su ejecución, para desarrollarla se tomará en cuenta los siguientes indicadores: VAN, TIR, PRC, RBC, y el análisis de sensibilidad (AS) con disminución en ingresos e incremento en costos.

Costo Medio Ponderado de Capital

El WACC, como costo de oportunidad, permite medir y comparar diferentes tasas que ofrecen las oportunidades de negocios para decidir si el negocio será rentable.

- Tasa de interés activa del financiamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda. 15,60%
- Tasa de interés en una inversión a plazo fijo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda. 7,25%
- Riesgo país: 0,87% según Banco Central del Ecuador (2022)

Tabla 82.

Wacc

Costo Medio Ponderado de Capital				
	Valor	Participación	Costo	Promedio ponderado
CAPITAL PROPIO	5.451,34	28%	7,25%	2,03%
CAPITAL FINANCIADO	14.000,00	72%	15,60%	11,23%
TOTAL	19.451,34	100%	22,85%	13,26%
	Riesgo País			0,87%
	Tasa de descuento			14,13%

Nota: La tabla muestra las tasas de interés de una simulación de inversión, información obtenida del Banco Central del Ecuador y de la tabla N. ^a 66 y 67.

Valor actual Neto (VAN)

El 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.

Tabla 83.

Valor Actual Neto (VAN)

Periodo	Flujos de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Caja Actualizado
0	19.451,34	14,13%	
1	9.221,45	0,876195	8.079,79
2	13.036,60	0,767717	10.008,43
3	17.990,36	0,672670	12.101,57
4	24.662,50	0,589390	14.535,83
5	37.572,66	0,516420	19.403,29
		Sumatoria de Flujos Actualizados	64.128,90
		(=) Inversión	19.451,34
		Valor Actual Neto	44.677,56

Nota: La tabla muestra el cálculo sobre el Valor Actual que tendrá la empresa con datos obtenidos de la tabla N. ^a 73 y 82.

Análisis: El proyecto de inversión denominado discoteca “Oasis” al calcular el VAN se determina durante su etapa de operación tiene un beneficio de USD. 44.677,56; sobre el total invertido, con esto se puede precisar que acorde a los criterios de evaluación es positivo por lo que demuestra que es conveniente ejecutar el proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) mide la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales, mediante este se determinará el beneficio o pérdida que tendrá la discoteca “Oasis”.

- Si la TIR es mayor a la Tasa de Oportunidad es recomendable el proyecto.
- Si la TIR es menor a la Tasa de Oportunidad, no es recomendable el proyecto
- Si la TIR es igual a la Tasa de Oportunidad el proyecto es indiferente, ya que cubre el costo de capital invertido

Tabla 84.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Periodo	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa mayor
0	-19.451,34	69,00%	-19.451,34	69,50%	-19.451,34
1	9.221,45	0,591716	5.456,48	0,589971	5.440,38
2	13.036,60	0,350128	4.564,48	0,348065	4.537,59
3	17.990,36	0,207176	3.727,17	0,205348	3.694,29
4	24.662,50	0,122589	3.023,36	0,121149	2.987,85
5	37.572,66	0,072538	2.725,45	0,071475	2.685,49
VANTTm=			45,60	VANTTM=	-105,75

Nota: La tabla muestra el cálculo de Tasa Interna de Retorno para obtener el VAN Menor y Mayor para aplicar la fórmula y obtener el porcentaje de la TIR que tendrá el negocio información obtenida de la tabla N.ª 73.

Fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencias de tasas} \frac{(\text{VAN menor})}{\text{VAN menor} - \text{VAN MAYOR}}$$

$$\text{TIR} = 69,00 + 0,50 \frac{45,60}{45,60 - (-105,75)}$$

$$\text{TIR} = 69,00 + 0,50 \frac{45,60}{45,60 - (-105,75)}$$

$$\text{TIR} = 69,00 + 0,50 \frac{45,60}{151,35}$$

$$\text{TIR} = 69,00 + 0,50 (0,3012)$$

$$\text{TIR} = 69,00 + 0,15$$

$$\text{TIR} = 69,15\%$$

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos al calcular la Tasa Interna de Retorno es de 69,15% lo que significa que es mayor al costo de oportunidad de capital de 14,13% por lo

tanto se puede precisar que de acuerdo a los criterios de evaluación el proyecto de inversión denominado discoteca “Oasis” es recomendable viable.

Relación Beneficio Costo

La relación de beneficio costo es un indicador mide la rentabilidad que se espera de la empresa por cada unidad monetaria invertida, compara los ingresos con los egresos actualizados.

Tabla 85.

Relación Beneficio Costo de la inversión de la empresa “Oasis”

Periodo	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0			14,13%		
1	121.436,93	108.282,94	0,876195	106.402,41	94.876,95
2	134.123,60	115.860,58	0,767717	102.969,02	88.948,18
3	149.652,09	124.836,58	0,672670	100.666,47	83.973,82
4	168.658,95	135.147,96	0,589390	99.405,90	79.654,85
5	191.923,36	148.274,95	0,516420	99.113,15	76.572,22
				508.556,94	424.026,02

Nota: La tabla muestra el cálculo para obtener los valores de ingresos y egresos actualizados de la relación beneficio costo.

Fórmula:

$$RCB = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} - 1$$

$$RCB = \frac{508.556,94}{424.026,02} - 1$$

$$RCB = 1,20 - 1$$

$$RCB = 0,20 \text{ centavos}$$

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, la relación entre los ingresos y egresos arrojo un resultado de 1,20 lo que significa que por cada dólar invertido se tendrá una retribución económica de 0,20 centavos de dólar, de acuerdo los criterios de evaluación el proyecto es rentable.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

El periodo de recupero de la inversión nos indica en cuánto tiempo se va a recuperar los fondos invertidos en el proyecto, es decir, el tiempo necesario para cubrir y recuperar la inversión inicial y el costo de financiación del proyecto de la empresa.

Tabla 86.

Período de Recuperación del Capital (PRC)

Periodo	Flujo Neto	Factor	Valor Actual	Flujo Acumulado
		14,13%		
	19.451,34			
1	9.221,45	0,876195	8.079,79	8.079,79
2	13.036,60	0,767717	10.008,43	18.088,21
3	17.990,36	0,672670	12.101,57	30.189,79
4	24.662,50	0,589390	14.535,83	44.725,62
5	37.572,66	0,516420	19.403,29	

Nota: La tabla muestra los ingresos proyectados para los 5 años de vida que tiene el proyecto.

Para calcular el Periodo Recuperación de Capital del proyecto se emplea la siguiente fórmula:

$$\text{PRI: Año ant. inm a que se recupera la inv.} + \frac{\text{Inversion} - \sum \text{de los flujos de efectivo anterior}}{\text{Flujo neto de efectivo del año en que satisface la inversion}}$$

$$\text{PRI: } 1 + \frac{19.451,34 - 8.079,79}{18.088,21}$$

$$\text{PRI: } 1 + \frac{11.371,56}{18.088,21}$$

$$\text{PRI: } 1 + 0,62867$$

$$\text{PRI: } 1 + 0,63$$

$$\text{PRI: } 1,63$$

Tabla 87.

Tiempo de recuperación del capital

PRC	Año	Meses	Días
1,38	1	7	16

Nota: La tabla muestra el periodo de recuperación del capital de la empresa “Oasis”.

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que la empresa “Oasis” logrará recuperar su capital dentro del período de un año, con siete meses y dieciséis días de acuerdo a los criterios de evaluación el proyecto es aceptable.

Análisis de Sensibilidad

La finalidad del análisis de sensibilidad consiste en mejorar la calidad de la información para que el inversor tenga una herramienta adicional para decidir si invierte o no en el proyecto

Es un indicador financiero que estudia cómo varía el valor del proyecto, ante cambios en las fluctuaciones de alguna de sus variables claves como son los ingresos y los costos, las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

Tabla 88.

Análisis de sensibilidad con la incrementación de 10,08% de costos

Periodo	Costo Original	Costo Incrementado	Ingresos Original	Flujo neto	Factor de Act.	Valor actual	Factor de Act.	Valor actual
		10,08%		-19.451,34	40,00%	-19.451,34	41,00%	-19.451,34
1	108.282,94	119.197,86	121.436,93	2.239,07	0,71428571	1.599,34	0,70921986	1.587,99
2	115.860,58	127.539,33	134.123,60	6.584,27	0,51020408	3.359,32	0,50299281	3.311,84
3	124.836,58	137.420,11	149.652,09	12.231,98	0,36443149	4.457,72	0,35673249	4.363,54
4	135.147,96	148.770,87	168.658,95	19.888,08	0,26030820	5.177,03	0,25300176	5.031,72
5	148.274,95	163.221,07	191.923,36	28.702,29	0,18593443	5.336,74	0,17943388	5.150,16
						478,81		-6,08

Nota: La tabla muestra el incremento de los costos para el cálculo de la nueva tasa interna de retorno.

1. Nueva TIR

$$\text{Nva TIR} = \text{tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}}$$

$$\text{Nva TIR} = 4 + 1 \left(\frac{478,81}{478,81 - (-6,08)} \right)$$

$$\text{Nva TIR} = 4 + 1 (0,99)$$

$$\text{Nva TIR} = 40,99$$

2. Diferencias de tasas

$$\text{DIFERENCIAS DE TASAS} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DIFERENCIAS DE TASAS} = 65,15 - 40,99$$

$$\text{DIFERENCIAS DE TASAS} = 28,16$$

3. Porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VARIACION} = \left(\frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = \left(\frac{28,16}{65,15} \right) * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = 40,72$$

4. Sensibilidad

$$\text{SENSIBILIDAD} = \left(\frac{\% \text{ de variacion}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \left(\frac{40,72}{40,99} \right)$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0,99$$

ANALISIS

El proyecto no es sensible ante un incremento en los costos del 10,08%; es decir, si los costos aumentan hasta este porcentaje no afecta la rentabilidad del proyecto, lo que significa que el proyecto es rentable de acuerdo a los criterios de evaluación.

Tabla 89.

Análisis de sensibilidad con la disminución de los ingresos

Periodo	Costo Original	Ingresos Original	Disminución ingreso	Flujo neto	Factor de Act	Valor actual	Factor de Act	Valor actual
			8,51%	-19.451,34	41,00%	-19.451,34	42,00%	-19.451,34
1	108.282,94	121.436,93	111.102,65	2.819,71	0,70921986	1.999,79	0,70422535	1.985,71
2	115.860,58	134.123,60	122.709,68	6.849,10	0,50299281	3.445,05	0,49593335	3.396,70
3	124.836,58	149.652,09	136.916,69	12.080,12	0,35673249	4.309,37	0,34924884	4.218,97
4	135.147,96	168.658,95	154.306,08	19.158,12	0,25300176	4.847,04	0,24594988	4.711,94
5	148.274,95	191.923,36	175.590,68	27.315,73	0,17943388	4.901,37	0,17320414	4.731,20
						51,27		-406,84

Nota: La tabla muestra la disminución de ingresos para el cálculo de la nueva tasa interna de retorno.

1. Nueva TIR

$$\text{Nva TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}}$$

$$\text{Nva TIR} = 41 + 1 \left(\frac{51,27}{51,27 - (-406,84)} \right)$$

$$\text{Nva TIR} = 41 + 1 (0,11)$$

$$\text{Nva TIR} = 41,11$$

2. Diferencias de tasas

$$\text{DIFERENCIAS DE TASAS} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DIFERENCIAS DE TASAS} = 69,15 - 41,11$$

$$\text{DIFERENCIAS DE TASAS} = 28,04$$

3. Porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VARIACION} = \left(\frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = \left(\frac{28,04}{69,15} \right)$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = 40,55$$

4. Sensibilidad

$$\text{SENSIBILIDAD} = \left(\frac{\% \text{ de variacion}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \left(\frac{40,55}{41,11} \right)$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0,99$$

ANALISIS

El proyecto no es sensible ante una disminución de ingresos del 8,51%; es decir, si los ingresos disminuyen hasta este porcentaje no afecta la rentabilidad del proyecto, lo que significa que el proyecto es rentable de acuerdo a los criterios de evaluación

7. Discusión

La investigación tiene como objetivo principal la creación de una empresa de servicios de diversión, ocio y esparcimiento denominada discoteca para personas mayores de 18 años, esta idea de proyecto se la planteó considerando que en la parroquia Vilcabamba no existe un centro similar, que busque satisfacer esta necesidad, por tal razón, se ha generado el deseo de emprender en algo nuevo que sea llamativo para la ciudadanía de las parroquias surorientales del cantón Loja. Por ello, se toma en cuenta todos los procesos y estudios que conllevan a la creación de una empresa mediante la denominación de proyecto de inversión, en la cual se detalla cada uno de los diferentes estudios como: mercado, demanda de mercado, oferta de mercado, estudio técnico, económico y evaluación financiera; al momento de implementar un emprendimiento o negocio existen problemas, ya que al no tomar en consideración dichos estudios de respaldo que permiten conocer la realidad del entorno llevan al fracaso de la inversión, de manera, que no se sabe con certeza si se obtendrá rentabilidad o las pérdidas que pueden ocasionar para el inversionista, debido a esto se debe plantear una buena planificación y sustentación técnica para el desarrollo del proyecto de inversión.

Por ende, se procedió a realizar un estudio de mercado con el cual se determinó la demanda futura del emprendimiento. A través de las encuestas realizadas a personas de Vilcabamba y parroquias aledañas, población obtenida de una muestra de 363 encuestas, las cuales arrojaron como resultado un 100% de la demanda potencial, una demanda real del 89,26%; demanda efectiva del 94,77% y la demanda insatisfecha es de 87.568 clientes del emprendimiento para el primer año de vida útil del proyecto, por lo que, se lo considera factible de ponerlo en marcha según el estudio que se realizó al mercado. Para el estudio técnico se tuvo en consideración la ubicación más idónea, a raíz de los factores que determinaron la mejor ubicación para el normal funcionamiento de la empresa, en donde la macro localización está dada en la ciudad de Loja, parroquia Vilcabamba y la micro localización en el sector San Francisco en la Av. Loja, en base al estudio organizativo se elaboró la base legal de la empresa, misma que será una persona natural no obligada a llevar contabilidad, con la razón social denominada Discoteca “Oasis”, con su debido organigrama estructural y funcional para el correcto desenvolvimiento del personal que conforma la empresa.

Por último, el estudio económico y los criterios de evaluación financiera presentan las inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo con sus respectivos presupuestos y proyecciones

para los 5 años de vida útil del proyecto, en donde la inversión inicial que necesita la empresa para empezar sus operaciones es de \$19.451,34, de los cuales el 72% que equivale a \$ 14.000 se financiará mediante un crédito a realizarse a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Pequeña Empresa Cacpe Loja Ltda. Y el 28% que equivale \$ 5.451,34 será capital propio, así mismo, se muestran el Estado de Resultados y Flujo de Caja que permite tener una visión general de la capacidad de pago frente a las obligaciones, finalmente la evaluación financiera considerando los criterios técnicos como: el Valor Actual Neto (VAN) de \$ 44.677,56; una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 69,15% que es superior a la tasa de oportunidad; el Periodo de Recuperación de Inversión (PRC) de un 1 año, 7 meses y 16 días, Relación Beneficio/ Costo (RBC) de 0,20 centavos por cada dólar invertido y una sensibilidad en la cual se comprobó que el proyecto puede incrementar sus costos hasta 10,08% con una sensibilidad de 0.99% y una disminución de ingresos de hasta el 8,51% con una sensibilidad de 0,99% por tanto, según los resultados y criterios es recomendable poner en marcha el proyecto.

8. Conclusiones

- Con el desarrollo del proyecto se concluye que el estudio de mercado presenta una demanda que para el primer año de operaciones existen 156.814 posibles clientes, de la misma manera, se determinó la demanda real la cual es de 89,26%, la demanda efectiva es de 94,77% que corresponde a las personas que van a adquirir los servicios de la discoteca “Oasis” y, por último, se obtuvo una demanda insatisfecha de 87.568 personas, que al poner en marcha el proyecto se cubrirá tal porcentaje.
- En el estudio técnico se logró identificar la macro y micro localización de la empresa, misma que se ubicará en la parroquia Vilcabamba, sector San Francisco Av. Loja, la cual es una ubicación idónea, de fácil acceso para los habitantes de la parroquia y demás clientes, así mismo, cuenta con una estructura orgánica funcional para la operativización de las actividades que deben cumplir de manera correcta y oportuna cada uno del personal contratado.
- En el estudio económico financiero se determinó que la Discoteca “Oasis” para el inicio de sus operaciones necesita una inversión de \$ 19.451,34 la misma que será financiada mediante capital propio del 28% y un capital externo del 72%, la cual está integrada por una inversión fija de \$ 7.742, una inversión diferida de \$ 2.937,60 y una inversión de capital de trabajo de \$ 8.764,74.
- En lo correspondiente a la evaluación financiera, se determinó un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$ 44.677,56; una Tasa Interna de Retorno (TIR) se obtuvo un valor 69,15% que es superior a la tasa de oportunidad; el período de recuperación de capital (PRC) es de 1 año, 7 meses y 16 días; y la relación Beneficio Costo (RBC) es de 0,20 centavos por cada dólar invertido; y, el análisis de sensibilidad determina que el proyecto puede tener una disminución en los ingresos de hasta el 8,51% y un incremento en los costos de hasta el 10,08%, cumpliendo con los estándares de los indicadores el proyecto de inversión es rentable.

9. Recomendaciones

- Se recomienda ejecutar el proyecto de inversión, ya que los estudios realizados han determinado que este será rentable y generará ganancias para el inversionista, de la misma manera, ayuda a generar fuentes de empleo aumentando la economía de la localidad.
- Realizar el seguimiento y control de los procesos productivos de la empresa, para que no exista un excesivo aumento de costo en el mismo. Igualmente, se recomienda seguir con las condiciones solicitadas por los organismos de control con el objetivo de evitar multas y sanciones que pueden detener o impedir el progreso del proyecto en cualquiera de sus fases.
- Tomar en consideración los presupuestos y costos establecidos, ya que al estar desarrollados dan una idea más clara de la inversión que se tiene que realizar, sin embargo, en una economía tan cambiante como la nuestra se debe tener en cuenta un margen de error junto con los cambios inflacionarios, los precios de las materias primas y principales rubros para la operación de la empresa, ya que pueden variar a favor o en contra de la misma.
- Se recomienda llevar el debido control de los costos e ingresos de manera que se cumpla lo señalado en los indicadores que se han desarrollado dentro del presente trabajo, ya que esto ayudará al inversionista a conocer si es o no factible el proyecto, así como el porcentaje de rentabilidad que pueden llegar a obtener, el beneficio por inversión, el tiempo de recuperación de la inversión inicial, el beneficio que le permita generar utilidades al inversionista y a su vez incrementar la economía del sector y las fuentes de trabajo para el mismo.

10. Bibliografía

- Arroyo, G. P., & Rivas, P. R. (2017). *Ingeniería Económica: ¿Cómo medir la rentabilidad de un proyecto?* Lima, Peru: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Avila, M. M. (2020). *EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN Métodos y aplicaciones*. UPSA.
- Alboleda, V. G. (2001). *Proyectos Formulación evaluación y control* (Primera Edición ed.). Colombia: Cargraphics S.A.
- Brume González, M. J. (2019). *Gestión estratégica como catalizadora de la competitividad en las PyMEs logísticas del departamento del Atlántico - Colombia*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n03/19400320.html>
- Calvano, R. F. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Barranquilla - Cúcuta, Colombia: Editorial Mejoras. Obtenido de https://www.academia.edu/48902598/FORMULACION_Y_EVALUACION_DE_PROYECTOS_Soporte_de_la_planeacion
- Carrillo et al, R. D. (2019). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN* (PRIMERA EDICIÓN ed.). Quito, Ecuador : Editorial Jurídica del Ecuador.
- Cevallos et al, V. V., Paz, F. E., & Castro, J. B. (2022). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA FINANCIAMIENTO*. Guayaquil, Ecuador : CIDE EDITORIAL.
- Chain, N. S. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN Formulación y Evaluación* (segunda edición ed.). (I. F. Maluf, Ed.) Santiago de Chile, Chile: Pearson Educación.
- (2008). *Constitución de la república del Ecuador*. Quito: Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008.
- Córdoba, M. P. (2011). *Evaluación y Formulación de Proyectos* (Segunda Edición ed.). (A. Sierra, Ed.) Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de [file:///C:/Users/PORTATIL/Downloads/Formulacion%20y%20Evaluacion%20de%20Proyectos%20\(%20PDFDrive%20\).pdf](file:///C:/Users/PORTATIL/Downloads/Formulacion%20y%20Evaluacion%20de%20Proyectos%20(%20PDFDrive%20).pdf)
- Dessler, G., & Varela, R. (2018). *Administración de recursos humanos*. (G. D. Chávez, Ed.) México: PEARSON EDUCACIÓN.

- Díaz, J. A. (2019). *Evaluación Financiera de Proyectos* (Segunda Edición ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la u.
- Fernández, R. V. (2009). *Segmentación de Mercados* (Primera Edición ed.). (R. A. Alayón, Ed.) México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *MERCADOTECNIA* (Cuarta Edición ed.). (J. M. Chacón, Ed.) Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Gaxiola et al, C. F. (2018). *Elementos básicos de la administración* (Primera Edición ed.). México.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de Administración financiera* (Decimosegunda Edición ed.). (G. D. Chávez, Ed.) México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Gutierrez, J. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión*. Mexico: Edmundo Pimentel. Obtenido de file:///C:/Users/PORTATIL/Downloads/Formulacion_y_Evaluacion_de_Proyecto_de.pdf
- Gutiérrez, S. F. (Septiembre de 2019). *Activo, Pasivo y Capital*. Obtenido de Universidad de Guadalajara : http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3044/Activo_Pasivo_Capital.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herrera, J. E. (2009). *Investigación de Mercados* (Primera Edición ed.). (A. G. M, Ed.) Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Iosune, B. V., & Iñigo, C. R. (2010). *GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS* (Primera Edición ed.). (J. M. Izazelaia, Ed.) Comunidad Autónoma del País Vasco, España: TRESDETRES, s.l.
- Jaramillo, L. B. (15 de Marzo de 2007). *Contabilidad General* (Primera Edición ed.). (I. M. Valdés, Ed.) Loja-Ecuador, Loja, Ecuador : EDILOJA Cía. Ltda.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. (2000). Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literal/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>

- López, C. S. (2019). *PLAN DE MARKETING Y ORGANIZACIÓN DE VENTAS*. España : EDITORIAL E-LEARNING.
- Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Estudios de factibilidad*. Guatemala. Obtenido de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf
- Meza, J. d. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos* (Tercera edición ed.). Bogotá, D.C, Colombia: Eco Ediciones.
- Mondragon Puerto, D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Primera edición ed.). Colombia: Fondo editorial Areandino. Obtenido de <https://docplayer.es/196769706-Formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-autor-diana-mondragon-puerto.html>
- Morales, V. T. (2014). *Administración de ventas* (Primera edición ed.). (J. E. Callejas, Ed.) México : Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. Obtenido de https://www.academia.edu/41752494/Administraci%C3%B3n_de_ventas
- Moreno at al., M. G. (2011). Los servicios: concepto, clasificación y problemas de medición. *EKDNONIAZ Nª13-14*, 19. Obtenido de [file:///C:/Users/Tanya/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Tanya/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365%20(1).pdf)
- Moreno y Coromoto, M. M. (2011). Turismo y producto turístico. *Visión Gerencial*, 135-158.
- MT, M. D. (05 de Octubre de 2018). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS*. Obtenido de LEXIS FINDER: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- MTPE, M. d. (2021). *INSTRUCTIVO LEGAL PRÁCTICO PARA EMPRENDEDORES*. Obtenido de Gobieron del Ecuador: <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/PERSONAS-NATURALES.pptx?x42051>
- Pacheco, C. C., & Pérez, B. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial* (Segunda edición ed.). Bosque de Tabachines, El proyecto de inversión como estrategia gerencial: Published in Mexico.

- Pazmiño et al, A. M. (2020). *ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ELEMENTOS BÁSICOS* (Primera Edición ed.). Guayas, Ecuador: PONS PUBLISHING HOUSE / PONS ASBL. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=P1v5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Pérez et al, L. S. (2017). *DISEÑO Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION* (Primera edición ed.). Quito, Ecuador : Colección Empresarial.
- Ponce, Á. A. (2019). Evaluación financiera de proyectos de inversión para la PYMES. *Dominio de las ciencias*. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/941/html>
- Prieto, J. E. (2015). *Proyectos: enfoque gerencial* (Cuarta edición ed.). Colombia: ECOE EDICIONES. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=xcC4DQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Riofrío et al, M. I. (2017). *PLANEACIÓN FINANCIERA Y PRESUPUESTARIA*. Riobamba, Ecuador: Editorial Politécnica ESPOCH.
- Rojas, L. M. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. (Segunda ed.). Bogotá, Colombia:: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/11/Evaluaci%C3%B3n-de-proyectos-para-ingenieros-2da-Edici%C3%B3n.pdf>
- Ruíz, C. J. (2011). *Formulación y Evaluación de Planes de Negocios*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Salinas et al, J. M. (2017). *Aplicación Básica de la Contabilidad Comercial* (Primera Edición ed.). Ambato, Ecuador : Megagraf editorial.
- Salmón Aceves, P. (2018). *Administración de proyectos : enfoque por competencias* (Primera Edición ed.). Azcapotzalco, México: Grupo Editorial Patria.
- Sánchez, A. (4 de Abril de 2016). *Tipos de Discotecas* . Obtenido de wordpress.

- Sarmiento, M. Á. (Junio de 2018). *ELEMENTOS DE ECONOMÍA*. Obtenido de UNSE. Facultad de Ciencias Forestales: <https://fcf.unse.edu.ar/archivos/series-didacticas/SD-Elementos-de-economia-SARMIENTO-CARDONA-SANCHEZ-GARCIA.pdf>
- Serrano, F. G. (2020). *Proyectos de Inversión* (Segunda Edición ed.). Azcapotzalco, México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
- Tello et al, A. I. (2018). *CONTABILIDAD GENERAL* (Primera edición ed.). Guayaquil, Ecuador : Ediciones Grupo Compás.
- Urbina, G. B. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Séptima edición ed.). (M. T. Terrazas, Ed.) México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Valiente, J. U. (2010). *Teoría de la Contabilidad Financiera*. Madrid, España : Ediciones Académicas S. A. Obtenido de <https://jalfaroman.files.wordpress.com/2010/06/uned-dce-teoria-de-la-contabilidad-financiera.pdf>
- Villagrán et al, J. A. (2018). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: UN ENFOQUE PRÁCTICO*. Riobamba, Ecuador: La Caracola Editores.
- Villanueva, R. A. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión de pymes*. Paraná, Eduner : Ediciones UNL.
- Villarán, K. W. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS* (Primera edición ed.). (A. A. Eduardo Lastra, Ed.) Peru: Nathan Associates Inc, 2009. Recuperado el 2022, de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
- Zapata, P. S. (2017). *Contabilidad General Con base en Normas Internacionales de Información Financiera*. En S. G. M. (Ed.). Colombia: lfaomega Colombiana S.A.

11. Anexos

Anexo 1

Encuestas al consumidor

**ENCUESTA APLICADA A LA DEMANDA DE LA PARROQUIA VILCABAMBA Y
LUGARES ALEÑADOS PERTENECIENTES A LA
CIUDAD DE LOJA 2022**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, perteneciente a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, se le solicita de la manera más comedida responder las siguientes preguntas, la misma que tiene fines completamente académicos, su participación es voluntaria, además los datos proporcionados son confidenciales.

1. ¿Cuál es su edad?

18-24 ()

25-29 ()

30-34 ()

35-39 ()

40-45 ()

2. ¿Asiste a centros de esparcimiento como bares y discotecas?

Si ()

No ()

Si su respuesta es no, aquí termina la encuesta para usted, se le agradece su colaboración

3. ¿Con que frecuencia asiste a estos tipos de lugares?

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

Anual ()

4. ¿Qué días prefiere asistir al centro de diversión nocturna?

Jueves ()

Viernes ()

Sábado ()

5. ¿Con quién asiste a estos lugares?

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

5 ()

6. ¿Qué tipos de bebidas consume habitualmente cuando va a una discoteca?

Cerveza ()

Vodka ()

Tequila ()

Whisky ()

Cocteles ()

7. ¿Cuál es su gasto promedio cuando asiste a este tipo de lugares?

\$1.00 a \$20.00 ()

\$21.00 a \$40.00 ()

\$41.00 a \$60.00 ()

\$61.00 a \$80.00 ()

8. ¿Qué servicio busca en este tipo de lugares?

Buena atención ()

Un ambiente agradable ()

Promociones ()

Precios bajos ()

9. ¿Asistiría a un nuevo centro de diversión nocturna (discoteca) si este se implementaría en la parroquia de Vilcabamba?

Si ()

No ()

Tal vez ()

10. ¿Qué tipo de música prefiere para ambientar una discoteca?

Salsa ()

Bachata ()

Reggaetón ()

Electrónica ()

Cumbia ()

11. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de nuestras promociones y eventos?

Facebook ()

Instagram ()

Radio ()

Televisión ()

12. ¿Qué piensa sobre los precios actuales en cuanto bebidas alcohólicas en los bar-discoteca?

Bajos ()

Altos ()

Accesibles ()

13. ¿A qué bar-discoteca del sector asiste habitualmente?

TIMOTHY'S ()

Paddy's Bar-Grill ()

Breiky's Bar ()

La sucursal del cielo ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 2

Entrevista a los dueños de establecimientos similares

**ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERENTES DE LA PARROQUIA VILCABAMBA
Y LUGARES ALEÑADOS PERTENECIENTES A LA
CIUDAD DE LOJA 2022**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, perteneciente a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, para lo cual le solicito de la manera más atenta se digne en responderme algunas preguntas, para conocer si es factible la creación de un proyecto de inversión sobre la implementación de una discoteca.

- ¿Cuáles son los servicios que presta en su establecimiento?

- ¿Para cuantas personas tiene capacidad su establecimiento?

- ¿Qué días labora su establecimiento?

- ¿Cuál es el gasto promedio de sus clientes en el establecimiento?

- ¿Por qué medios de comunicación realiza la publicidad del establecimiento?

- ¿Cuenta con promociones/ descuentos en su establecimiento para los clientes?

- ¿Cuál es el costo de ingreso al establecimiento?

- ¿Considera la atención que brinda a los clientes es la adecuada?

Anexo 3

Población del sector suroriental de la ciudad Loja

Población de la parroquia Vilcabamba

La parroquia Vilcabamba siendo un escenario espacial rural, su dinámica poblacional la conforman de acuerdo al Censo del 2010 tiene 4.778 habitantes (INEC), como lo muestra en la siguiente tabla:

Tabla 90.

Población parroquial

Vilcabamba	Hombre			Mujer			Total		
Población	Inec Proyección			Inec Proyección			Inec Proyección		
Rangos de edad	2010	2020	2030	2010	2020	2030	2010	2020	2030
Menor de 1 año	41	44	48	40	44	49	81	88	97
De 1 a 4 años	156	174	195	163	186	212	319	360	407
De 5 a 9 años	231	266	307	212	249	293	443	515	599
De 10 a 14 años	229	271	321	278	336	406	507	607	727
De 15 a 19 años	261	317	385	250	310	384	511	627	768
De 20 a 24 años	209	260	322	213	270	342	529	529	664
De 25 a 29 años	186	236	299	188	243	314	374	479	613
De 30 a 34 años	154	199	256	155	204	269	309	403	525
De 35 a 39 años	119	156	205	147	197	263	266	353	468
De 40 a 44 años	127	169	225	121	164	223	248	333	447
De 45 a 49 años	118	159	214	102	140	192	220	299	406
De 50 a 54 años	100	136	185	104	144	200	204	280	385
De 55 a 59 años	98	134	184	102	143	200	200	277	384
De 60 a 64 años	89	123	170	99	139	197	188	262	366
De 65 a 69 años	75	104	145	70	99	140	145	203	285
De 70 a 74 años	55	77	107	60	85	121	115	162	228
De 75 a 79 años	45	63	88	51	73	103	96	135	191
De 80 a 84 años	38	53	74	35	50	71	73	103	145
De 85 a 89 años	13	18	25	11	16	22	24	34	48
De 90 a 94 años	11	15	21	11	16	22	22	31	43
De 95 y mas	10	14	19	1	1	2	11	15	21
Total	2365	2988	3793	2413	3108	4024	4778	6096	7817

Fuente: *INEC 2010, proyección Consultora*

Elaborado por: *Equipo Técnico Cairo S.A*

Población de la parroquia Malacatos

Desde el 2010 (último censo), la población de la parroquia de Malacatos experimentará un crecimiento significativo, de acuerdo al censo del INEC la población, es de 7.114 (2010)

Tabla 91.

Población parroquial

Cuadro 22: Población de la parroquia de Malacatos por rangos de edad				
GRUPO DE EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL	%
Menor de 1 año	50,00	56,00	106,00	1,49
De 1 a 4 años	255,00	255,00	510,00	7,17
De 5 a 9 años	400,00	383,00	783,00	11,01
De 10 a 14 años	446,00	406,00	852,00	11,98
De 15 a 19 años	358,00	373,00	731,00	10,28
De 20 a 24 años	289,00	275,00	564,00	7,93
De 25 a 29 años	240,00	231,00	471,00	6,62
De 30 a 34 años	193,00	220,00	413,00	5,81
De 35 a 39 años	181,00	183,00	364,00	5,12
De 40 a 44 años	160,00	178,00	338,00	4,75
De 45 a 49 años	146,00	163,00	309,00	4,34
De 50 a 54 años	155,00	145,00	300,00	4,22
De 55 a 59 años	146,00	141,00	287,00	4,03
De 60 a 64 años	134,00	117,00	251,00	3,53
De 65 a 69 años	120,00	118,00	238,00	3,35
De 70 a 74 años	100,00	118,00	218,00	3,06
De 75 a 79 años	81,00	71,00	152,00	2,14
De 80 años y más	72,00	47,00	227,00	3,19
Total	3.526,00	3.480,00	7.114,00	100,00

Fuente: INEC – Censo, 2010

Elaboración: Equipo Técnico SATDOT, 2015

Población de la parroquia Quinara

De acuerdo a la información del INEC 2010, la parroquia Quinara tiene una población de 1.384 habitantes, distribuidos en toda la cabecera parroquial con formada por 783 hombres (56,57%) y 722 mujeres (43,43%).

Tabla 92.

Población parroquial

Población de la parroquia de Quinara por rangos de edad 2010

GRUPOS DE EDAD	Total	% Total	Hombres	% Hombres	Mujeres	% de Mujeres
Menor de 1 año	15	1.08	6	0.43	9	0.65
De 1 a 4 años	105	7.59	50	3.61	55	3.97
De 5 a 9 años	158	11.42	76	5.49	82	5.92
De 10 a 14 años	177	12.79	100	7.23	77	5.56
De 15 a 19 años	170	12.28	96	6.94	74	5.35
De 20 a 24 años	100	7.23	56	4.05	44	3.18
De 25 a 29 años	82	5.92	38	2.75	44	3.18
De 30 a 34 años	67	4.84	34	2.46	33	2.38
De 35 a 39 años	77	5.56	42	3.03	35	2.53
De 40 a 44 años	78	5.64	32	2.31	46	3.32
De 45 a 49 años	71	5.13	43	3.11	28	2.02
De 50 a 54 años	51	3.68	24	1.73	27	1.95
De 55 a 59 años	53	3.83	27	1.95	26	1.88
De 60 a 64 años	46	3.32	23	1.66	23	1.66
De 65 a 69 años	37	2.67	18	1.30	19	1.37
De 70 a 74 años	35	2.53	20	1.45	15	1.08
De 75 a 79 años	27	1.95	13	0.94	14	1.01
De 80 a 84 años	21	1.52	13	0.94	8	0.58
De 85 a 89 años	9	0.65	6	0.43	3	0.22
De 90 a 94 años	3	0.22	1	0.07	2	0.14
De 95 a 99 años	2	0.14	2	0.14	0	0.00
Total	1384	100	720	52.0	664	48.0

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaboración: Equipo Técnico Zediframa 2015

Población de la parroquia San Pedro de Vilcabamba

La parroquia San Pedro Vilcabamba por su condición espacial rural, su dinámica poblacional es importante, debido a que la población es la que le da vida a la parroquia, el Censo del 2010 determina que tiene 1.289 habitantes (INEC), distribuidos en 650 (50,43%) hombres y 639 (49,47%) mujeres.

Tabla 93.

Población parroquial

San Pedro de Vilcabamba Población	Hombre			Mujer			Total		
	Censo	Proyección		Censo	Proyección		Censo	Proyección	
Rangos de edad	2010	2020	2030	2010	2020	2030	2010	2020	2030
Menor de 1 año	5	5	6	11	12	13	16	17	18
De 1 a 4 años	35	39	43	27	30	33	62	69	77
De 5 a 9 años	53	61	70	45	52	59	98	112	129
De 10 a 14 años	54	64	75	57	67	79	111	131	154
De 15 a 19 años	60	73	88	45	54	66	105	127	154
De 20 a 24 años	53	66	81	49	61	75	102	126	156
De 25 a 29 años	40	51	64	41	52	65	81	102	129
De 30 a 34 años	37	48	61	48	62	79	85	109	141
De 35 a 39 años	38	50	65	35	46	60	73	95	125
De 40 a 44 años	24	38	60	32	51	80	56	89	140
De 45 a 49 años	31	42	56	40	54	72	71	95	128
De 50 a 54 años	30	41	55	26	35	48	56	76	103
De 55 a 59 años	31	42	58	41	56	77	72	99	135
De 60 a 64 años	38	52	72	33	45	63	71	98	135
De 65 a 69 años	36	41	46	43	49	55	79	89	101
De 70 a 74 años	28	39	54	17	24	33	45	63	87
De 75 a 79 años	25	35	49	14	20	27	39	54	76
De 80 a 84 años	18	25	35	16	22	31	34	47	66
De 85 a 89 años	7	10	14	9	13	17	16	22	31
De 90 a 94 años	6	8	12	5	7	10	11	15	21
De 95 y mas	1	1	2	5	7	10	6	8	11
Total	650	829	1065	639	817	1052	1289	1645	2117

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Equipo Técnico Cairo S.A

Anexo 4

Depreciación de los activos fijos

a. Equipo y maquinaria

$$D = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$D = \frac{6.290,00 - 629,00}{10}$$

$$D = \frac{5.661,000}{10}$$

$$D = \mathbf{566,10} \quad \text{Depreciación anual}$$

$$D = \mathbf{47,18} \quad \text{Depreciación mensual}$$

Valor actual: 6.290,00

Valor residual: 10% = 629,00

Años de vida útil: 10

b. Muebles y enseres

$$D = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$D = \frac{2.360,00 - 236,00}{10}$$

$$D = \frac{2.124,000}{10}$$

$$D = \mathbf{212,40} \quad \text{Depreciación anual}$$

$$D = \mathbf{17,70} \quad \text{Depreciación mensual}$$

Valor actual: 2.360,00

Valor residual: 10% = 236,00

Años de vida útil: 10

c. Equipo de computo

$$D = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida util}}$$

$$D = \frac{1.630,00 - 543,28}{3}$$

$$D = \frac{1.086,721}{3}$$

D= **362,24** Depreciación anual

D= **30,19** Depreciación mensual

Valor actual: 1.630,00

Valor residual: 33,33% = 543,28

Años de vida útil: 10

Tabla 94.

Depreciación de los activos fijos

Depreciación	Vida útil	% depreciación	Valor	Dep. anual
Maquinaria y equipo	10	10,00%	6.290,00	566,10
Muebles y enseres	10	10,00%	2.360,00	212,40
Equipos de computo	3	33,33%	1.630,00	362,24
Total			\$ 10.280,00	\$ 1140,74

Nota: En la tabla se representa los activos fijos de la empresa.

Anexo 5

Resumen del Anteproyecto del Trabajo de Integración Curricular

1. TÍTULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISCOTECA EN LA PARROQUIA DE VILCABAMBA

2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

Las empresas en la actualidad se encuentran restableciéndose económicamente después de haber sido afectadas por la pandemia del Covid-19 en el año 2020, esto perjudicó directamente a la producción y comercialización, la pandemia no afectó por igual a todos los sectores, en algunos casos se beneficiaron por la demanda que hubo en las múltiples necesidades existentes de la población, sector que comprende la sanidad, alimentación, comercio electrónico, telecomunicaciones y tecnología, las empresas luego de haber experimentado tal catástrofe están implementado procesos de recuperación económica para continuar mitigando los efectos sociales, productivos y económicos negativos de la pandemia a través de la fomentación de inversiones para reactivar la economía de las empresas con las adecuadas medidas de bioseguridad e implantando la tecnología en sus negocios.

Los servicios que pertenecen al sector terciario son indispensables en el desarrollo de la economía de la nación, debido a que constituye una gran fuente de empleo en la sociedad, además permite organizar, dirigir y controlar aquellas actividades que se efectúan en la vida diaria de la población. Este sector económico que engloba las actividades relacionadas con los servicios no productivos o transformadores de bienes materiales cumple un papel importante, ya que es la encargada de satisfacer las necesidades de la población y tiene gran relevancia en la cadena productiva, por cuanto contribuye al desarrollo de otros sectores económicos.

Las discotecas y centros de diversión en los últimos meses en el Ecuador han sufrido un retroceso en el desarrollo de sus actividades, producto de la emergencia sanitaria. En los últimos meses del 2021 estos sectores han iniciado sus actividades, tan pronto el COE, permitió la apertura

de locales con aforos reducidos, los mismos que son poco significativos económicamente, otra gran preocupación del sector es el incremento de la delincuencia organizada, este factor negativo ha frenado de alguna manera las actividades, por cuanto las personas ya no se sienten seguras en ninguna parte, sin embargo, en los últimos meses los aforos han llegado al 100%, convirtiéndose estos negocios rentables económicamente de sostenerlos en el tiempo.

La falta de oportunidades para conseguir un empleo en el sector económico formal e informal, ha impulsado a muchos emprendedores a iniciar negocios de diferente índole, no obstante, los obstáculos de entrada son muy complejas y costosas, y se necesitan cumplir con demasiados requisitos que exigen los organismos de control, por otra parte, las necesidades de la población son diversas, el esparcimiento y la diversión son unas de ellas, que necesita ser satisfechas, por lo tanto, el problema se esboza de la siguiente manera: la diversión como una necesidad insatisfecha, puede ser atendida con la implementación de una discoteca y salón de eventos en la parroquia de Vilcabamba.

Vilcabamba es una parroquia que pertenece a la Ciudad de Loja y es netamente turística abriendo de esta manera una forma de vida diurna y nocturna a todo tipo de locales de entretenimientos que permiten a los habitantes en su mayoría jóvenes pasar momentos agradables después de jornadas laborales rutinarias o de estudios que de cierta forma son estresantes, por tal razón se ha optado por un proyecto de factibilidad de inversión sobre una infraestructura dedicada a un centro de entretenimiento y diversión ya que en dicha parroquia carecen de la existencia de los centros nocturnos de diversión, que puedan atender este tipo de demandas insatisfechas.

De acuerdo a que la empresa aún no ha sido creada adolece varios problemas en la apertura del nuevo emprendimiento, a continuación:

- La creación de empresas o emprendimientos en la cultura ecuatoriana viene siendo complejo puesto que la gran mayoría de las empresas son creadas sin observar ciertos aspectos de fundamental importancia como los estudios legales, estudios de mercado que permitan determinar la demanda afectiva, por la poca facilidad de comprensión que se requieren para empezar un emprendimiento.
- La falta de apoyo y asesoramiento estatal y privado en favor del sector emprendedor de la parroquia Vilcabamba, tiene como una de las causas principales la ausencia de la aplicación

de políticas públicas en favor de la ciudadanía, por cuanto impide definir políticas que coadyuven a estimular la inversión, cuyo desenlace es el incremento de los índices de desempleo y subempleo en la región.

- Los complicados y costosos permisos de funcionamiento o por el desconocimiento para la apertura locales o emprendimientos, los inversionistas principiantes recurren en más gastos por la adquisición de un asesor para la facilitación de funcionamiento del proyecto.
- Actualmente en la Parroquia de Vilcabamba carece de centros o locales de diversión como discotecas, y la iniciativa de implementar un centro de diversión para jóvenes de la parroquia de Vilcabamba y lugares aledaños, permitirá la reactivación económica del sector.
- Se hace necesario la aplicación de los respectivos instrumentos de investigación como encuestas sobre los gustos, deseos y costumbres de la población de la parroquia Vilcabamba y sectores aledaños, a objeto de confirmar si la implementación de un centro de diversión o discoteca tendrá la acogida esperada por los emprendedores; Por lo antes mencionado cree conveniente formula el siguiente problema:

¿SERÁ FACTIBLE LA CREACIÓN DE UNA DISCOTECA Y EVENTOS EN LA PARROQUIA DE VILCABAMBA?

En base al problema planteado se realiza la siguiente sistematización:

- ¿Cuál es la importancia de aplicar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda en la Parroquia de Vilcabamba?
- ¿Cómo incide realizar un estudio económico-técnico para establecer la inversión total, del proyecto?
- ¿Cuál es la finalidad de aplicar las herramientas de evaluación financiera para determinar el VAN, TIR, PRC, B/C y el análisis de sensibilidad?

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una discoteca, en la ciudad de Loja con el fin de establecer la viabilidad técnica, económica y financiera.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda en la Parroquia Vilcabamba.
- Realizar el estudio técnico, para determinar el tamaño, la localización, Ingeniería del proyecto y establecer la estructura organizacional de la empresa.
- Realizar un estudio económico-financiero, para establecer la inversión total del proyecto, costos de producción, precios de venta, presupuestos proyectados y flujo de caja.
- Aplicar las herramientas de evaluación económico-financiera para determinar la viabilidad del proyecto de inversión, como es el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de capital (PRC), Relación beneficio Costo (B/C) y análisis de sensibilidad.

4. METODOLOGÍA

Métodos

En el presente trabajo se utilizarán los siguientes métodos de investigación los cuales permitirán obtener información crucial y verídica que servirá como base teórica y práctica para el desarrollo del proyecto.

Científico

Se lo utilizará para elaborar los referentes teóricos mediante la compilación de información para el desarrollo teórico-práctico, mediante la revisión de libros, revistas, normas, leyes con fin de generar nuevos conocimientos para aplicarlos en la elaboración del proyecto.

Deductivo

Sera de utilidad este método para establecer el tamaño de la muestra, con datos generales y reales obtenidas de la población a nivel local, la demanda potencial, la demanda real y la demanda efectiva del servicio, así mismo el análisis de la oferta de los servicios similares o la competencia. lo que permitirá conocer aspectos concretos y específicos para el proyecto.

Inductivo

Se lo utilizará para determinar el proceso y subprocesos para ofertar los servicios de una discoteca y los diversos productos que se pueden ofertar, así mismo de especificaciones sobre estándares de calidad y servicio que será establecida como estrategia competitiva.

Descriptivo

Se lo utilizará para determinar la localización adecuada para el funcionamiento del proyecto, debido que este tipo de actividades económicas tiende a ser agradable para algunas personas, pero para otras personas no es bien visto, por lo tanto, de realizar una descripción del contexto donde se ubicaría este tipo de servicios.

Analítico

En proyectos de inversión este método es utilizado ampliamente, debido a los estudios que se tienen que realizar para determinar finalmente la factibilidad, en el análisis de costo-beneficio que se enmarca un proyecto de inversión privada, ya que su objetivo es generar beneficios económicos en su fase de ejecución para los inversionistas.

Matemático

Para determinar la factibilidad del proyecto de inversión, se debe realizar proyecciones, desarrollo de indicadores económico-financiero modelados de costos y beneficios, para determinar finalmente si el proyecto va generar los beneficios suficientes en el horizonte del proyecto.

Técnicas

Observación

A través de la técnica de la observación se procederá a determinar las condiciones óptimas para la localización del proyecto, observar procesos de servicios similares a los que pretende

ofertar el proyecto en el la parroquia de Vilcabamba, así mismo los recursos físicos y materiales a utilizar para establecer los presupuestos de inversión especialmente en activo no corriente o fijo.

Entrevista

Primeramente, se utilizará la entrevista, la misma que se va realizar mediante preguntas abiertas y de libre expresión, este instrumento o mecanismo se lo aplicará a proponentes existente en el mercado de los servicios semejantes para determinar y conocer la oferta.

Encuesta

Como técnica se va utilizar la encuesta, la que se realizará mediante preguntas cerradas y concretas, las cuales van a ser dirigidas a los jóvenes mayores de 18 años de la parroquia de Vilcabamba, en un rango de 18 años a 45 años de edad, la población es finita a la cual se indagará sobre el comportamiento en el mercado referente a los gustos y preferencias de este tipo de establecimientos de entretenimiento nocturno.

Formula:

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

Donde:

- **n** es la muestra
- **N** es la población
- **e²** es el error de muestra

5. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	MAY.				JUN.				JUL.				AGO.				OCT.				NOV.				DIC.				ENE.				FEB.				MAR.				MAY.				JUN.				JUL.				AGO.				SEP.			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1								
	1. Elaboración del proyecto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																																															
2. Informe de estructura y pertinencia del proyecto													X	X																																														
3. Desarrollo del marco teórico del Trabajo de Integración Curricular																	X	X	X	X																																								
4. Desarrollo de los resultados (práctica) de la tesis																					X	X	X	X	X	X	X	X																																
5. Desarrollo del informe final y partes complementarias																													X	X	X	X																												
6. Presentación del Trabajo de Integración Curricular																																																												
7. Correcciones y redacción del artículo científico																																	X	X	X	X																								
8. Trámites para la declaratoria de aptitud																																					X	X	X	X																				
9. Correcciones y trámites legales para la graduación																																									X	X	X	X																
10. Sustentación pública de grado																																									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X								

6. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

PRESUPUESTO:

DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
INGRESOS:		
Aporte de Tanya Gisella Granda Pérez	\$ 860,00	
TOTAL DE INGRESOS		\$ 860,00
EGRESOS:		
✓ Materiales y suministros de oficina.	\$ 100,00	
✓ Bibliografía.	\$ 80,00	
✓ Impresiones y reproducciones.	\$ 180,00	
✓ Transporte y alimentación.	\$ 100,00	
✓ Empastado y anillados.	\$ 200,00	
✓ Internet.	\$ 80,00	
✓ Gastos imprevistos.	\$ 120,00	
TOTAL DE EGRESOS		\$ 860,00

FINANCIAMIENTO:

Los gastos que se efectuarán en el proceso del desarrollo del Trabajo de Integración Curricular serán financiados en su totalidad por Tanya Gisella Granda Pérez



CERTIFICACION DE APROBACION DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

Conforme lo establecido en el Art. 231 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja vigente, que textualmente en su parte pertinente dice: "**Aprobación de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación.** La Unidad de Integración Curricular o de Titulación, está conformada por la asignatura denominada trabajo o unidad de integración curricular. A la culminación de las labores académicas de la asignatura denominada Trabajo o Unidad de Integración Curricular o de Titulación, el director del trabajo de integración curricular o de titulación, emitirá el certificado individual de culminación, con el cual el docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación calificará la aprobación del trabajo de integración curricular o de titulación el que, junto con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determinará la acreditación o no de la Unidad. En el certificado dejará sentada la razón de las posibles variaciones o modificaciones menores que se han realizado por ser indispensables para asegurar el buen desarrollo de la investigación", En mi calidad de director del trabajo de integración curricular

CERTIFICO:

Que, la señorita estudiante. Tanya Gisella Granda Pérez con C.C. N° 1105045064 ha culminado a satisfacción el trabajo de integración curricular denominado PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISCOTECA EN LA PARROQUIA DE VILCABAMBA Por lo manifestado dejo sentada razón de que en dicho trabajo **se ha concluido en un cien por ciento.**

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el señor/a docente de la asignatura de integración curricular o trabajo de titulación; proceda a la calificación y aprobación del mismo; y, conjuntamente con las calificaciones logradas en el desarrollo de la asignatura, determine la acreditación o no de la Unidad de Integración Curricular o de Titulación, de la mencionada estudiante.

Loja, 27 de febrero de 2023



firmado electrónicamente por:
LUIS ANTONIO
RÍOFRIO LEIVA

F) -----
DIRECTOR DE TRABAJO DE I. CURRICULAR

C.C. Srta: Tanya Gisella Granda Pérez
Expediente De Estudiante
Archivo

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, Eduardo Alexander Vargas Romero, con número de cédula 1104605454 y con título de Licenciado en Ciencias de la Educación, Mención Inglés, registrado en el SENESCYT con número 1031-15-1437415

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma Inglés del resumen del presente trabajo de integración curricular o de titulación denominado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISCOTECA EN LA PARROQUIA VILCABAMBA**" de autoría de **Tanya Gisella Granda Pérez**, portadora de la cédula de identidad, número **1105045064**, estudiante de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, siendo el mismo verdadero y correcto a mi mejor saber y entender.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que se creyera conveniente.



Lic. Eduardo Alexander Vargas Romero, Mgs.

C.I. 1104605454

Registro del SENESCYT: 1031-15-1437415