



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN CAFÉ GALERÍA EN LA
CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIEROS COMERCIALES.

AUTORAS:

*Lorena Gumandá Morales Veintimilla
Hilda Paulina Muñoz Silva
María Eugenia Ordoñez Castro.*

1859

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Com. Manuel Neptalí Calderón Mg. Sc

LOJA - ECUADOR
2011

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Manuel Neptalí Calderón Mg. Sc., CATEDRÁTICO DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que, la presente investigación intitulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAFÉ-GALERÍA EN LA CIUDAD DE LOJA”, previa a la obtención del Grado de INGENIEROS COMERCIALES, de las aspirantes: Lorena Cumandá Morales Veintimilla, Hilda Paulina Muñoz Silva y Mará Eugenia Ordóñez Castro, ha sido elaborada bajo su dirección y prolijamente revisada, por lo que autoriza la presentación y sustentación.

Loja, enero del 2011

Atentamente:

Ing. Com. Manuel Neptalí Calderón Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, opiniones, conclusiones, recomendaciones y demás criterios vertidos en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

.....
Lorena Cumandá Morales Veintimilla

.....
Hilda Paulina Muñoz Silva

.....
María Eugenia Ordóñez Castro

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a nuestro Dios, a nuestros padres y familiares, a quienes amamos entrañablemente y representan en nosotras la razón de ser y de existir.

Lorena Cumandá Morales Veintimilla

Hilda Paulina Muñoz Silva

María Eugenia Ordóñez Castro

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a todas las personas que de una u otra manera nos brindaron su colaboración desinteresada y oportuna para cumplir con uno de nuestros anhelos académicos, indudablemente hemos llegado a la culminación de nuestra carrera profesional logrando el éxito deseado. Dada la oportunidad dejamos constancia de nuestros agradecimientos, a los directivos y docentes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, por su entrega a la formación de profesionales que participan en el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de nuestra sociedad.

Un reconocimiento especial al Ing. Com. Manuel Neptalí Calderón Mg. Sc., por la dirección y guía profesional que en todo momento nos supo brindar para la realización de nuestra tesis.

LAS AUTORAS.

A decorative horizontal scroll graphic with a grey shadow on the left side. The scroll is white with a black outline and features a small grey tab on the left edge. The word "INTRODUCCIÓN" is centered within the scroll in a bold, black, serif font.

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador se han organizado pequeñas empresas distribuidoras y comercializadoras de bienes y servicios en especial en las ciudades grandes como Quito, Guayaquil, Cuenca, entre otras, algunas de ellas presentan una débil estructura que no les permite desarrollarse en forma eficiente, y se han olvidado por completo de la inversión de capitales en otras ciudades que poseen muchos factores que beneficien al desarrollo social y cultural. Siendo una de ellas la ciudad de Loja.

Creemos que todo profesional, a más de la obvianecesidad de adquirir conocimientos en las distintas disciplinas del saber para las que se prepara durante años, debería contar adicionalmente con la suficiente cultura general que le permita desenvolverse con suficiente solvencia en temas distintos a los de su carrera, lo cual a más de ser fundamental para afrontar las exigencias que presenta la vida, constituye una invaluable satisfacción para el espíritu.

Por ello nuestro interés de realizar un trabajo investigativo que tiene por objetivo analizar y evaluar la implementación de una empresa de café galería, como una unidad productiva generadora empleo y rentabilidad, que en la actualidad a sido sustituido por locales que tienen confundida la idea de café galería, y mientras no haya alternativas de solución que garanticen la calidad del servicio, hemos podido determinar un gran porcentaje de demanda insatisfecha.

En nuestra ciudad, a pesar de ser reconocida a nivel nacional por su cultura, no existe un establecimiento con los elementos requeridos para este tipo de empresa, donde podamos promover el arte en sus diversas manifestaciones, conocimiento del gran talento que existe en la ciudad y las pocas oportunidades de desarrollo para los artistas, es por esto, que nosotras como estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas proponemos una solución con la Implementación de un Café Galería donde ofreceremos en un solo lugar los servicios de: cafetería, biblioteca, exposiciones, teatro y conferencias que nos permita dar a conocer y promover nuestra cultura y por ende obtener una utilidad.

La implementación de este tipo de empresa tiene como objetivos: el fortalecer la actividad socio-cultural de la ciudad de Loja y crear fuentes de trabajo, logrando con ello obtener una rentabilidad económica para los inversionistas y un aporte cultural para la sociedad. Todo este proceso contribuirá a que la ciudadanía de Loja acceda a un mejor nivel de vida, a través de la inversión de capitales que poseen muchos habitantes del sector y que no los invierten por falta de creatividad, motivación o desconocimiento.

En el desarrollo del proyecto destacamos el proceso que se debe seguir para la puesta en marcha del mismo; al inicio con un estudio de mercado donde se puede determinar la fuerza de oferta y demanda, continuamos con el estudio técnico donde se analiza la localización, tamaño, distribución e ingeniería del

proyecto, el estudio financiero nos permitió evaluar la factibilidad del mismo y finalmente el estudio legal, organizacional y funcional de la empresa.

Mediante este trabajo buscamos plantear una alternativa para mejorar la situación empresarial y cultural de la ciudad de Loja, al mismo tiempo cumplir con lo que establece las Normas para la Graduación a Ingenieros Comerciales en la Universidad Nacional de Loja y plasmar nuestro objetivo de formación profesional y a la vez dejar un aporte bibliográfico de consulta para las futuras generaciones que deseen, desarrollar proyectos con características similares al nuestro.

METODOLOGÍA UTILIZADA

2. METODOLOGÍA UTILIZADA

El presente proyecto de investigación se ha desarrollado utilizando diferentes métodos y técnicas las cuales nos han facultado recopilar información de acuerdo a la realidad social.

Para ellos nos basamos en el **método analítico sintético** el mismo que se refiere al análisis de los contenidos teóricos y la pertinencia de los mismos en el desarrollo de este proyecto. También se ha tomado en cuenta los **métodos inductivo y deductivo**, los cuales nos brindan la posibilidad de hacer deducciones de casos particulares a los generales o viceversa.

Dentro de las **técnicas** utilizadas, tenemos: **la observación directa y documental**, la primera ha permitido ubicar al proyecto en un plano más real y específico, la segunda viabilizó la información de instituciones como: INEC, Cámara de Comercio, Casa de Cultura, Museo del Banco Central, y la revisión de otros trabajos similares elaborados por organismos públicos y privados como la UNL y La UTPL.

Se utilizo la **técnica de la encuesta** para la recolección de datos y de esta manera organizar, tabular, y presentar la información obtenida y poder así analizar los resultados lo cual nos ayudo al desarrollo del estudio de la oferta y demanda, del estudio técnico en donde cuantitativamente se establece el tamaño de la empresa, se describe la localización que tiene el proyecto de inversión así mismo la ingeniería del

proyecto para referenciar el servicio, la maquinaria, la distribución física y los requerimientos técnicos.

El estudio administrativo, formula la propuesta de organización del sistema administrativo lo que se hizo posible con una recolección adecuada de datos, ordenación, presentación y análisis de los puestos de trabajo, el ordenamiento jerárquico a través de organigramas, también se utilizó la descripción, especialmente cuando se tuvo que hacer el análisis de puestos de trabajo y de funcionamiento de las diferentes unidades administrativas.

En el estudio financiero se utilizó el análisis y la descripción de las inversiones, el financiamiento, los presupuestos, los estados financieros y la evaluación del proyecto de inversión; para finalmente obtener las conclusiones y se formularon recomendaciones.

2.1. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los posibles consumidores de tomó en cuenta al segmento de la **población económicamente activa**, tomando como referencia los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, quienes realizaron el último censo en el año 2001 cuya

Población es de 118.532 habitantes, proyectándose hasta el año 2010.¹ con una Tasa de Crecimiento Anual del 2.08% y por ende aplicamos la siguiente fórmula:

$$P_f = P_o (1+r)^n$$

En donde: POBLACIÓN = 118.532 Habitantes.
 P_f = Población del año 2010
 P_o = Población del año 2001
 r = Tasa de Crecimiento Anual 2.08%
 n = Periodos Transcurridos (9)

$$P_f = 118.532(1+0.0208)^9$$

$$P_f = 142.660$$

CUADRO Nro. 1
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN CON LA TCA DE 2.08%

AÑO	PROYECCIÓN	POBLACIÓN
2001		118.532
2002	$118.532(1+0.0208)^1$	120.997
2003	$118.532(1+0.0208)^2$	123.514
2004	$118.532(1+0.0208)^3$	126.083
2005	$118.532(1+0.0208)^4$	128.706
2006	$118.532(1+0.0208)^5$	131.383
2007	$118.532(1+0.0208)^6$	134.116
2008	$118.532(1+0.0208)^7$	136.905
2009	$118.532(1+0.0208)^8$	139.753
2010	$118.532(1+0.0208)^9$	142.660

ELABORACIÓN: Las Autoras
 FUENTE: INEC.

PEA 2001 de 20 años y más = 32% de la población total de la ciudad de Loja.
 PEA 2001 de 20 años y más = 38.912

$$PEA = 142.660 \times 32\% = 45.651$$

¹ INEC; Provincia de Loja; **Discusión de Resultados Definitivos del VI Censo de Población y Vivienda 2001**
 ; Enero 2005.

En consecuencia, la población de estudio para la presente investigación será de 45.651 habitantes de la ciudad de Loja y, como la población es grande determinamos el tamaño de la muestra, utilizando la siguiente fórmula:

$$m = \frac{P}{1 + P (e)^2}$$

En donde: m = Tamaño de la Muestra
P = Población de estudio
e = Margen de error

$$m = \frac{45.651}{1 + 45.651 (0.05)^2}$$

$$m = \frac{45.651}{115.13}$$

$$m = 397$$

Esto significa que tuvimos que encuestar a 397 personas de 20 años y más de edad, distribuidas al azar en diferentes manzanas de la ciudad.

CUADRO Nro. 2
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

DISTRITOS	BARRIOS	PORCENTAJE	Nº ENCUEST
DIST: I	Pradera Yaguarcuna 18 de Noviembre Punzara Zamora Huayco Orillas del Zamora 24 de Mayo San Sebastián Central Juan de Salinas El valle	22.98%	91 Encuestas
DIST: II	Perpetuo Socorro Miraflores San Pedro Ramón Pinto Pedestal San Vicente Manuel Carrión Gran Colombia Clodoveo Jaramillo Belén Menfis Chontacruz Bolonía Obrapia La Alborada El Plateado	33.59%	133 Encuestas
DIST: III	San Cayetano Jipiro Nueva Granada Turunuma Las Pitas La Banda Motupe Amable María Sauces Norte Carigan Salapa La Paz	25%	99 Encuestas
DIST: IV	La Argelia San Isidro Punzara Tebaida Daniel Álvarez Isidro Ayora Capulí Colinas Lojanas Tierras Coloradas	18.43%	73 Encuestas
TOTAL		100%	396 Encuestas

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: INEC.

Las encuestas se distribuyeron tomando en consideración los cuatro distritos de la ciudad de Loja, entre los cuales se determinó que en el distrito 1 se encuentra concentrada el 22.98% de la población, en el distrito 2, el 33.59%, en el 3, el 25% y en el 4 el 18,43%, por cuanto al número total de encuestas lo distribuimos tomando en cuenta los mismos porcentajes.

Una vez obtenida la información se tabuló las encuestas, las mismas que nos sirvió para efectuar el análisis y discusión de resultados; y, así poder realizar el análisis del estudio del mercado.

Luego, procedimos a realizar el estudio técnico, determinando el tamaño la localización, el diseño de la planta así como la ingeniería del proyecto; además, se realizó el estudio financiero, para determinar la inversión y financiamiento, luego se hace la respectiva evaluación utilizando los índices de evaluación financiera: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y el Análisis de Sensibilidad, posteriormente se planificó la estructura Jurídica y Administrativa con la que contará la empresa.

Finalmente se comprobó la hipótesis en relación a los resultados de la evaluación financiera y de esta manera se planteó las conclusiones y se formularon nuestras recomendaciones.

A decorative horizontal scroll graphic with a grey shadow on the left side. The scroll is white with a black border and contains the word "RESULTADOS" in a bold, black, serif font.

RESULTADOS

3. RESULTADOS

3.1. ANTECEDENTES

En nuestro país existen una gran cantidad de micro-empresas de servicios como: tours de transporte, salud, alimenticias entre otras.

Es el caso específico de las micro-empresas de servicios alimenticios se puede decir que hay un gran mercado copado por las mismas pero estas no brindan el servicio eficiente y eficaz que merecen los clientes, incluso dejan de lado nuestras propias culturas y costumbres alimenticias para ofrecer productos o platillos foráneos como es el caso del café colado por el capuchino o del tamal lojano por una hamburguesa o hot-dog menospreciando de esta manera nuestra riqueza cultural y alimenticia, frente a esta realidad no ha existido proyectos de inversión que ayuden a impulsar y mantener vivas nuestras culturas y costumbres.

Por lo tanto se ha considerado factible la implementación de un café-galería que, a más de brindar un servicio de alimentación también aportará a evidenciar la importancia de nuestro arte.

En la ciudad de Loja no ha existido antecedentes sobre este tipo de servicios que se proyecta crear muy al contrario de lo que sucede en grandes ciudades como: Quito, Guayaquil y Cuenca, en donde hay una gran proliferación de este tipo de negocios que han visto en la alimentación y en la cultura una fuente potencial de

ingresos para los mismos impulsando a la vez el desarrollo sustentable y sostenible de sus culturas y costumbres.

3.1.1. HISTORIA SOBRE CULTURAS LOJANAS

La provincia de Loja cuenta con instituciones culturales de diferentes niveles, gracias al tesón y esfuerzo de muchos lojanos que han incentivado la creación de grupos socioculturales y deportivos, muchos de ellos de larga trayectoria institucional dedicados a promocionar los más diversos campos del saber y la práctica de varias disciplinas deportivas y artísticas entre estas tenemos:

- La academia Santa Cecilia creada en 1937 y dedicada a muchas actividades como danza, ballet, arte dramático, solfeo, etc.
- La Alianza Francesa de Loja es otro de los institutos de estudio que también fomenta actividades culturales y artísticas franco-ecuatorianas, cuenta además con centros de enseñanza de idioma francés y de artes plásticas.
- El CUDIC Centro Universitario de Difusión Cultural, adscrito a la Universidad Nacional de Loja difunde también en forma relevante la cultura de Loja y su provincia a través de sus grupos de música, danza teatro y artes plásticas.
- La Universidad Técnica Particular de Loja, a través del sistema de gestión productiva, realiza una permanente actividad cultural, para cuyo objetivo dispone de una importante infraestructura y de conjuntos artísticos como danza y rondalla.

- Mozarte, es una institución particular de arte creada recientemente y que abarca las áreas de artes plásticas y danza.
- El Centro de Cultura Nacional Pío Jaramillo Alvarado, que integra en un solo espacio las antiguas casonas de la cultura lojana, como es la antigua Universidad, el edificio del Colegio San Bernardo. Este centro cultural cuenta con el teatro Bolívar recientemente restaurado, la biblioteca general de Loja, el Museo de Historia Natural, salas de conferencias, de concierto, salas para exposiciones, centros de convenciones.

3.1.2. LETRAS

Loja, dentro del contexto de la nación ha sido el lugar que, con seguridad, ha aportado a la cultura en mayor proporción. Este pequeño territorio ha dado un nutrido número de intelectuales a lo largo de su historia, quienes se han destacado en los diferentes géneros de la Literatura, investigación y ensayo, narrativa novela y cuento, poesía y finalmente teatro.

3.1.3. INVESTIGACIÓN Y ENSAYO

Dentro de este género y como verdadero innovador y promotor de las culturas, artes y letras americanas, citaremos a Benjamín Carrión, junto a otros ensayistas notables. Pío Jaramillo Alvarado, Hernán Gallardo Moscoso, Manuel Agustín Aguirre, Alfonso Anda Aguirre y Jorge Hugo Rengel.

3.1.4. NOVELA

Hablar de novela lojana, es hablar de una institución madura y especialmente sólida, no solamente porque en estas tierras tuvo nacimiento la primera novela ecuatoriana: “La Emancipada” de Miguel Riofrío sino porque sus cultores han logrado transponer con sus obras las fronteras patrias. Entre los principales novelistas tenemos: Pablo Palacio, Benjamín Carrión, Ángel F. Rojas, Manuel Enrique Rengel, Carlos Carrión Figueroa, Alejandro Carrión A, José Alejo Palacios, Eduardo Carrión González, entre otros.

3.1.5. RELATO

A lo largo de la historia Loja se ha destacado en las letras por la calidad y claridad de innovadores de este género literario: el cuento, así tenemos a Pablo Palacio, Ángel F. Rojas, Alejandro Carrión, Augusto Mario Ayora, Carlos Carrión Figueroa, Stalin Alvear, Ruth Patricia Rodríguez, Mario Jaramillo Andrade, Eduardo Carrión González, Teresa Mora Jaramillo.

3.1.6. POESÍA

Bien podemos afirmar que de cada lojano esperamos a que sea poeta o que lleve una guitarra bajo el brazo, así, dentro de la Campiña comarcana han tenido voz y asidero la inspiración y la fuerza tétrica de Benjamín Carrión, Alejandro Carrión Aguirre, Carlos Eduardo Jaramillo, Manuel Agustín Aguirre.

3.1.7. TEATRO

Contados son Las Autoras en este género de la literatura, sin embargo cuando sus obras han sido representadas han tenido en su calurosa aceptación, sus cultores son: Carlos Eduardo Jaramillo, Emiliano Ortega Espinoza, Leonardo Costa, Juan de Dios Salinas y William Brayanes.

3.1.8 MUSICA

La provincia de Loja se ha distinguido en todos los tiempos por clara y definida vocación por la música y por controlar el género entre Hombres y mujeres de toso los estratos sociales. De esta manera podemos concluir que la música para el lojano, un lenguaje, una forma de expresión natural, profundamente ligada a su existencia.

En Loja, al igual que en todos los pueblos de origen hispánico, se puede determinar que las primeras aglomeraciones urbanas se produjeron entorno a los templos o iglesias. En la mayoría de los pueblos, fueron los propios párrocos los que se encargaron de iniciar e incentivar a alguno de los vecinos en el arte del canto, llano, para el acompañamiento de las misas. Así el cantor llegaba a ser no solo el acompañante indispensable del párroco, sino también una especie de líder comunitario. En muchos casos, una misma persona reunía las condiciones para ser teniente político, peluquero, zapatero, tendadero y cantor.

Los primeros conjuntos de música joven apreciaron también tempranamente en Loja con la conformación de conjuntos y orquestas. Estas agrupaciones tuvieron su brillante actuación pero fueron de una vida efímera. “Destacó el grupo de los delfines, conformado por los jóvenes estudiantes del Colegio Bernardo Valdivieso y dirigido por el notable compositor Segundo Puertas Moreno a este grupo perteneció el ahora consagrado artista Edgar Palacios”².

El Conservatorio Nacional de Música Salvador Bustamante Celi de Loja, fue creado en 1968 como una dependencia de la Universidad Nacional de Loja y en 1970 pasó a ser institución autónoma.

3.1.9. COMIDAS TIPICAS

Entre los platos típicos que prevalecen a través de generación en generación están:

- Cecina, que es una carne asada al carbón y se sirve con mote y yuca.
- Fritada, es la costilla de cerdo picada y cocinada a fuego lento con sus propios jugos se sirve con mote, plátanos fritos, yuca y ensalada.
- Arveja con guineo, es una sopa que tiene ingredientes como el guineo, arveja cocinada, quesillo, aliños y cilantro que se sirve con aguacate.
- Chanfaina: es una preparación típica con arroz, papas cocinadas y menudo de cerdo, se sirve con perejil y cebolla perla picada.

² Tomado de la Guía Turística de la Región Sur del Ecuador Pág. 97-103 año 2003

- Tamal lojano, es una preparación hecha de maíz con relleno de carne de cerdo y verduras que se envuelve en una hoja de achira para su cocción, se sirve con café colado bien caliente.
- Repe, una sopa preparada con guineo, quesillo y leche se sirve con aguacate.
- Humitas, esta es una preparación de choclo con quesillo, cebolla, huevos, mantequilla y polvo de hornear, se envuelve en hojas de choclo para su cocción y se sirve con queso y con café colado.
- Cuy asado, este plato se prepara con el cuy previamente aliñado y cocido a la brasa se sirve con mote, papas aliñadas, lechuga y ají de pepa.
- Molloco, es una mezcla de guineo plátano verde y yuca, con maní tostado y molido con cebolla perla, con esta masa se hace bolitas y se sirve con café recién colado.
- Tortillas de gualo, se realiza una masa con choclo duro, quesillo, huevos, manteca de cerdo, mantequilla, polvo de hornear, azúcar y sal. Las tortillas se cuecen en un tiesto de arcilla sobre carbón encendido.
- Miel con quesillo, es un plato típico que se sirve como postre se cuece la panela hasta obtener una miel espesa y luego se sirve con quesillo tierno.
- Higos pasados: este postre se realiza mediante la maceración de los higos cuando se los cuece conjuntamente con panela hasta obtener el punto de miel y se sirve con queso.
- Quesadillas, se realiza previa la elaboración de una maza que contiene quesillo, manteca de cerdo, azúcar, chuno, huevos, royal, azúcar impalpable, luego se extiende la masa que posteriormente se corta en círculo que se lleva al horno.

- Sango, es una preparación de maíz tostado y molido con quesillo, leche, chicharrón, manteca de cerdo y aliños, se cocina a fuego lento moviendo constantemente, se sirve caliente

3.2. ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el servicio que se piensa vender, durante un periodo de plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente que tipo de cliente son los interesados en nuestro servicio, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. El estudio de mercado nos dará la información acerca del precio para colocar nuestro servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento³.

3.2.1. COMPORTAMIENTO DE LOS DEMANDANTES

1. ¿Acude usted a hacer uso del servicio de Café-Galería en la ciudad de Loja?

CUADRO Nro. 3
USO DEL CAFÉ GALERÍA

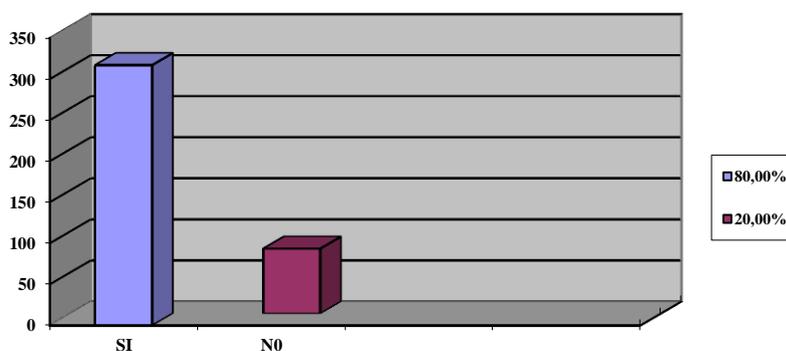
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	317	80.00%
NO	80	20.00%
TOTAL	397	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- En el cuadro número 3 se pudo determinar que de 317 encuestas que corresponde al 80.00% respondieron afirmativamente, y 80 de los encuestados equivalentes al 20.00% no acuden a este tipo de servicio.

Gráfico Nro. 1
USO DEL CAFÉ-GALERÍA



ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

³ <http://www.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400989.html>

2.- ¿Cada qué tiempo Ud. visita estos lugares?

CUADRO Nro. 4
VISITA A CAFÉ-GALERÍA

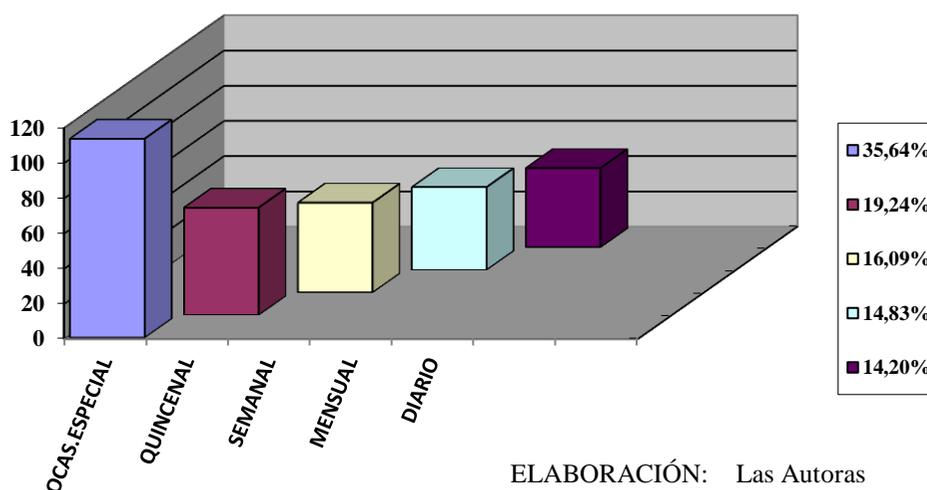
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	45	14.20%
Semanal	51	16.09%
Quincenal	61	19.24%
Mensual	47	14.83%
Ocasiones Especiales	113	36.64%
TOTAL	317	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Los Encuestados

ANÁLISIS.- Del total de encuestados que conoce de la existencia del servicio de Café Galería (317), contestan lo siguiente: El 36.64% dice visitar estos lugares en ocasiones especiales, el 19.24%, suelen hacerlo quincenalmente, el 16.09% lo hacen semanalmente, el 14.83% asisten mensualmente y en un 14.20% asisten diariamente.

Gráfico Nro. 2
ACUDE AL CAFÉ-GALERÍA



ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

3.- ¿Por qué razones acude Ud. a este lugar?

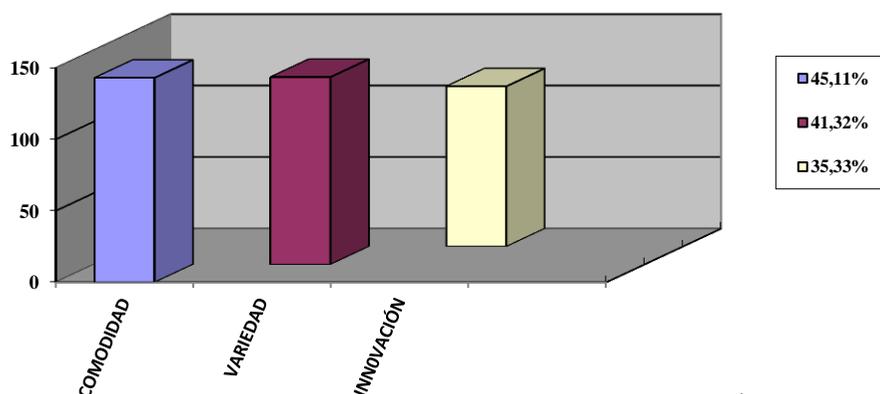
CUADRO Nro. 5
RAZONES QUE ASISTE A CAFÉ-GALERÍA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Variedad	131	41.32%
Comodidad	143	45.11%
Innovación	112	35.33%

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- De los 317 resultados obtenidos que conocen la existencia de Café o Galería, efectuamos en relación horizontal el análisis donde se observa que el 45.11% manifiestan que acuden a estos lugares por la comodidad que ofrecen, el 41.32% dicen hacerlo por la variedad de servicios que se encuentra en un solo lugar y en un 35.33% los eligen a estos locales por las innovaciones.

Gráfico Nro. 3
RAZONES QUE ASISTE AL CAFÉ-GALERÍA



ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

4.- ¿Considera Ud. que el costo del servicio de Café-Galería es: ?

CUADRO Nro. 6
COSTO DEL SERVICIO

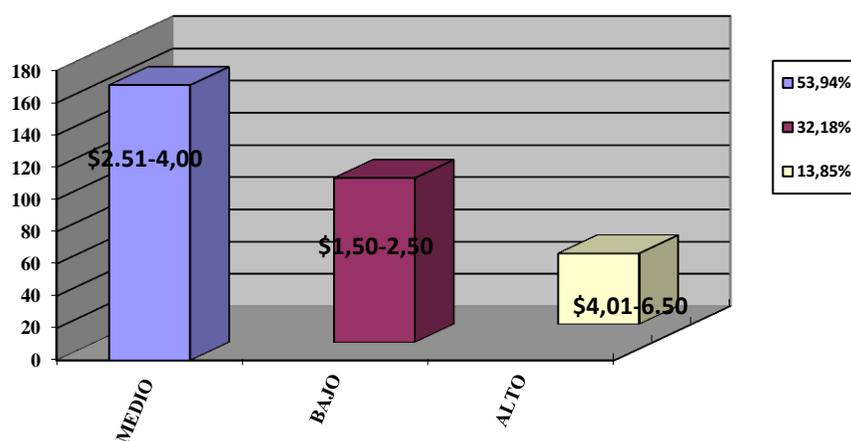
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo: \$1.50 – 2.50	102	32.18%
Medio: \$2.51 – 4.00	171	53.94%
Alto: \$4.01 - 6.50	44	13.85%
TOTAL	317	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- Se contesto que el 53.94% considera que el costo de los servicios prestados en estos locales es medio de \$ 2.51 – \$ 4.00, mientras que el 32.18% manifiestan que los costos del servicio son bajos \$ 1.50 - \$ 2.50, y, únicamente el 13.85% de los interrogados lo consideran alto \$ 4.01 - \$ 6.50.

Gráfico Nro. 4
COSTO DEL SERVICIO



ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

5.- ¿Por qué medios de comunicación Ud. se enteró de este tipo de servicios?

**CUADRO Nro. 7
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

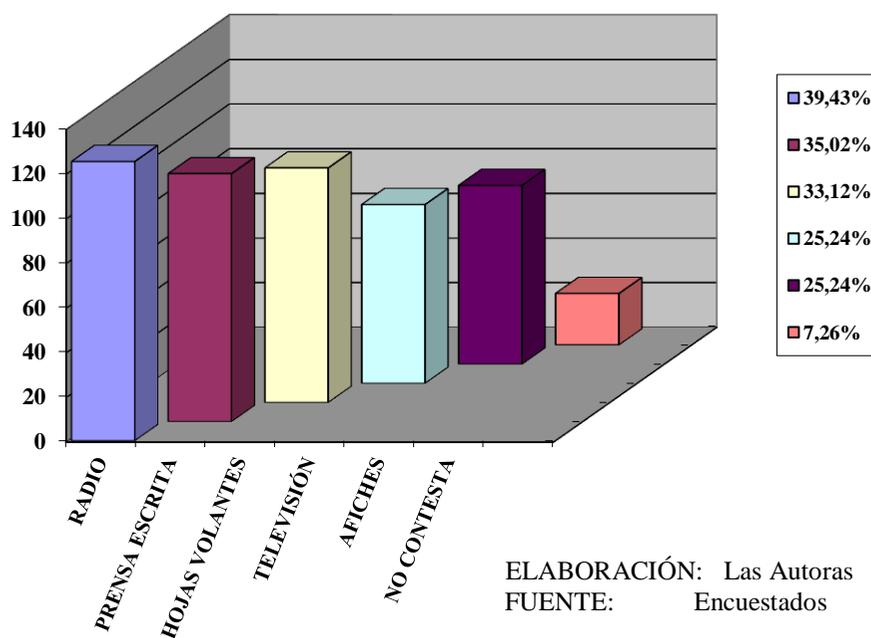
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	125	39.43%
Prensa Escrita	111	35.02%
Hojas Volantes	105	33.12%
TV.	80	25.24%
Afiches	80	25.24%
No contesta	23	7.26%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- Según las respuestas dadas consideramos los resultados en relación horizontal, verificando que los encuestados se enteran de este servicio por la radio en un 39.43%, por la prensa escrita el 35.02%, por hojas volantes el 33.12%, por la televisión y afiches el 25.24% y un mínimo porcentaje del 7.26% no contesta.

**Gráfico Nro. 5
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**



6.- ¿Cuál es el horario en el que usted acude a estos lugares?

CUADRO Nro. 8
HORARIO PREFERIDO

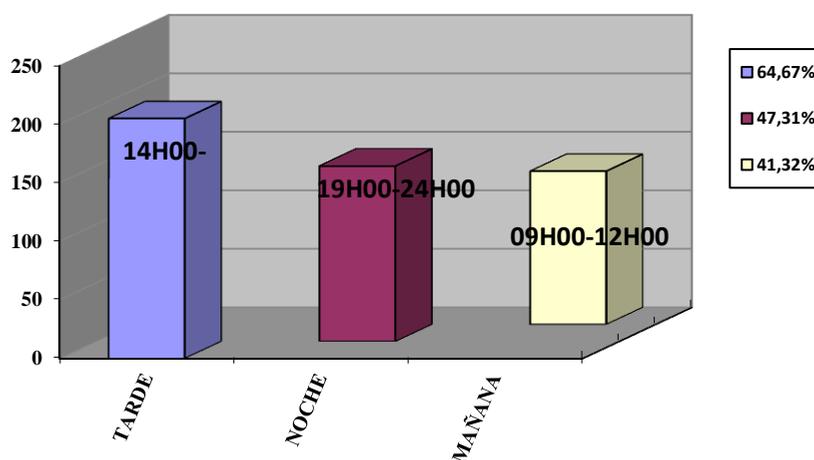
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana: 09h00 – 12h00	131	41.32%
Tarde: 14h00 – 18h00	205	64.67%
Noche: 19h00 – 24h00	150	47.31%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- De los 317 personas que respondieron afirmativamente comparamos en relación horizontal, donde el 64.67% manifiestan que asisten a estos lugares en la tarde (14h00-18h00), en un 47.31% lo hacen en la noche (19h00-24h00) y en un 41.32% lo prefieren en la mañana (09h00-12h00), es decir que de este tipo de lugares necesitan que se dé la atención durante las tres jornadas.

Gráfico Nro. 6
HORARIO PREFERIDO



ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

7.- ¿Qué platos típicos de la comida Lojana sirven en estos lugares?

CUADRO Nro. 9
PLATOS PREFERIDOS

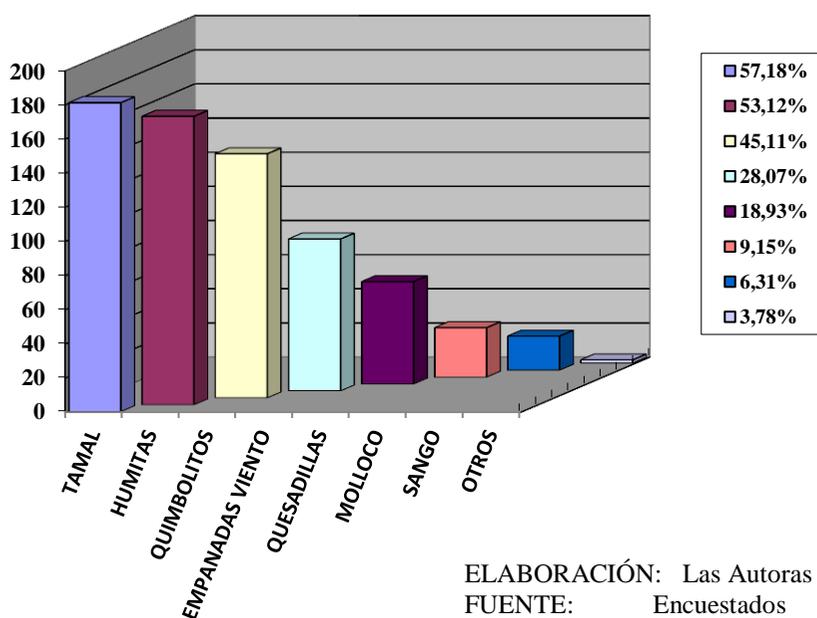
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tamal	181	57.18%
Humitas	169	53.12%
Quimbolitos	143	45.11%
Empanadas de viento	89	28.07%
Quesadillas	60	18.93%
Molloco	29	9.15%
Sango	20	6.31%
Otros	12	3.78%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- En la presente interrogante realizamos el análisis en relación horizontal ya que las personas encuestadas señalan que en dichos lugares sirven: el 57.18% tamal, el 53.12% humitas, el 45.11% quimbolitos el 28.07% empanadas de viento, el 18.93% quesadillas, el 9.15% molloco, el 6.31% sango y el 3.78% responden que se han servido otro tipo de platos típicos Lojanos.

Gráfico Nro. 7
PLATOS PREFERIDOS



8.- ¿En caso de implementarse un Café-Galería en la ciudad de Loja, acorde a las necesidades de la población, acudiría a utilizar sus servicios?

CUADRO Nro. 10
ASISTENCIA A NUEVA CAFÉ-GALERÍA

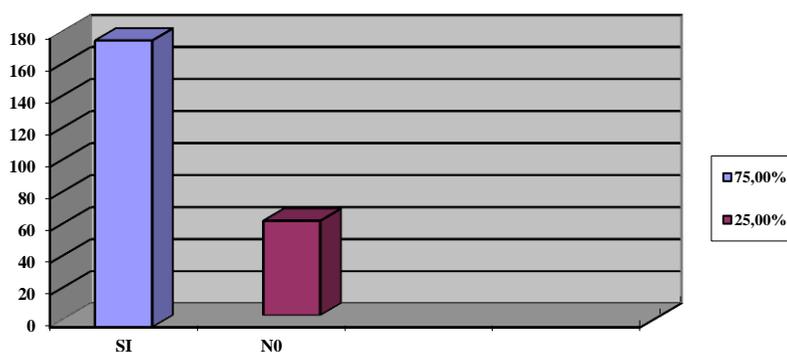
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	238	75.00%
No	79	25.00%
TOTAL	317	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- Del total de encuestados, respondieron el 75.00% que si estarían de acuerdo en utilizar los servicios del nuevo Café-Galería en el caso que se implementara, mientras que el 25.00% restante se negaron. Con esta respuesta se puede considerar que la propuesta de implementación de este negocio, tiene un buen porcentaje de aceptación.

Gráfico Nro. 8
ASISTENCIA A IMPLEMENTACIÓN CAFÉ-GALERÍA



ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

9.- ¿Qué servicios le gustaría que le brinden?

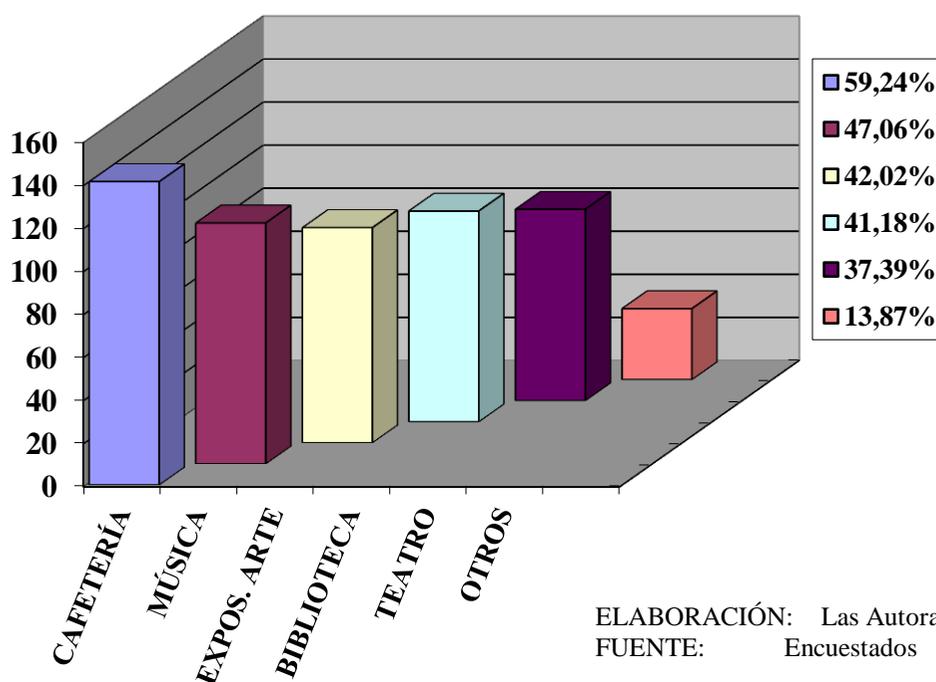
CUADRO Nro. 11
SERVICIOS QUE PREFIEREN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cafetería	141	59.24%
Biblioteca	98	41.18%
Expos. Arte	100	42.02%
Teatro	89	37.39%
Música	112	47.06%
Otros	33	13.87%

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- Según repuestas dadas por los 238 encuestados que respondieron que acudirán al nuevo Café-Galería, podemos comparar en relación horizontal que estos prefieren el servicio de cafetería un 57.24%, el 47.06% la música, el 42.02% las exposiciones de artes, el 41.18% la biblioteca, el 37.39% el teatro y el 13.87% otras actividades no señaladas.

Gráfico Nro. 9
SERVICIOS QUE PREFIEREN



SUGERENCIAS

De las sugerencias que tienen más importancia en la encuesta realizada son:

- Exista variedad de platos típicos
- Que tengan un servicio eficiente
- Precios cómodos.

3.3. ENCUESTA A OFERTANTES

Luego de realizar una investigación del mercado local, en lo concerniente a Café-Galerías hemos seleccionado a tres establecimientos sustitutos, por su similitud, con el servicio que vamos a ofrecer.

Dentro de los establecimientos encuestados tenemos:

- Galería Kigman
- Café Cultural
- Cafetería Puerta de la Ciudad

1. ¿Cuáles son los servicios que ofrece en su negocio?

CUADRO Nro. 12
SERVICIOS OFERTADOS

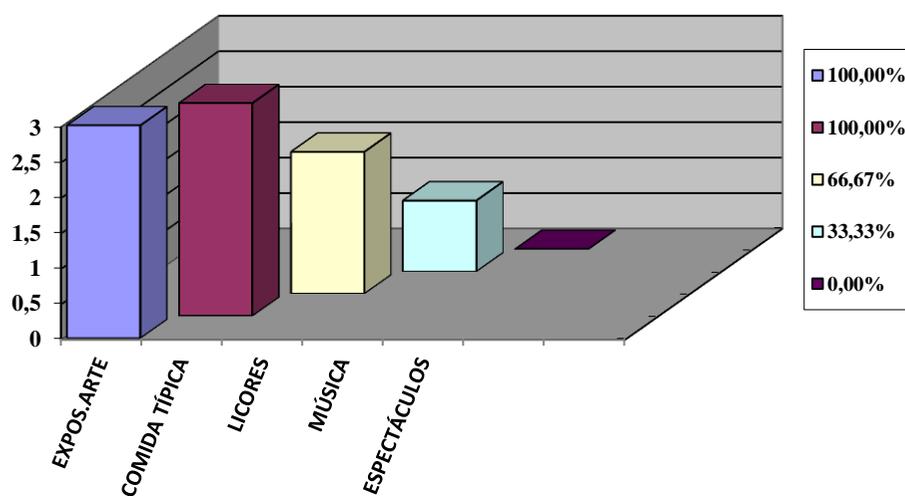
SERVICIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Espectáculos	0	0.00%
Música	1	33.33%
Exposiciones de arte	3	100.00%
Licores	2	66.67%
Comida Típica	3	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- De los resultados obtenidos en el cuadro anterior, se determinó en relación horizontal que en un 100.00% estos lugares ofrecen servicios de exposiciones de arte y comida típica, en un 66.67% ofrecen licores, aun que manifiestan hacerlo en forma moderada, y, en un 33.33% que corresponde a uno de

los locales incluye en sus ofertas la música y en ciertas ocasiones, hacerlo con la intervención de artistas locales.

Gráfico Nro. 10
SERVICIOS OFERTADOS



ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

2. ¿Qué horarios pone a disposición sus servicios?

CUADRO Nro. 13
HORARIOS DEL SERVICIO

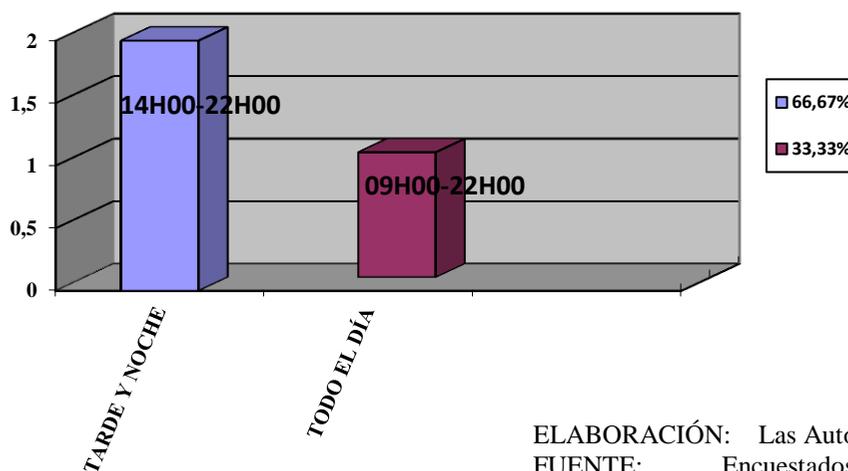
HORARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tarde y noche (14h00-22h00)	2	66.67%
Todo el día (09h00-22h00)	1	33.33%
TOTAL	3	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- Los encuestado manifiestan en un 66.67% que corresponde a dos de ellos, atender con sus servicios a partir de las 14H00 (dos de la tarde), hasta

las 22H00 (diez de la noche), mientras que uno de ellos o sea el 33.33%, dice que a sus servicios los ofrece a partir de las 09H00 hasta las 22H00 (diez de la noche).

Gráfico Nro. 11
HORARIO DEL SERVICIO



3. ¿En qué días ofrece la atención de sus servicios?

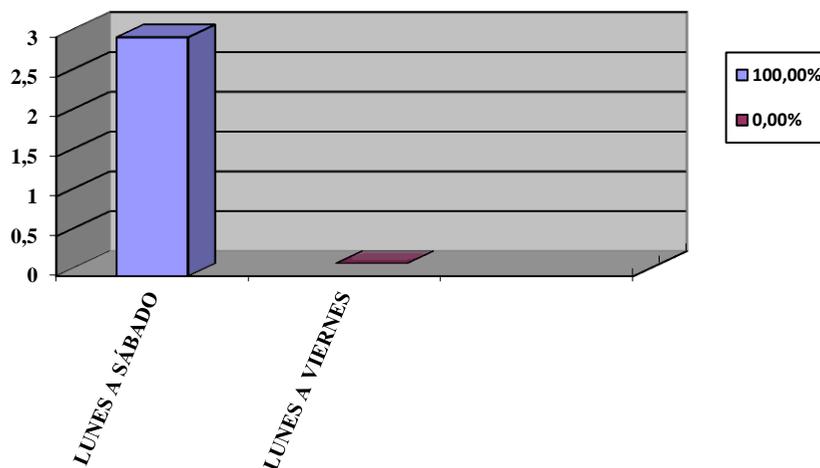
CUADRO Nro. 14
DÍAS QUE LABORAN

DÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lunes a viernes	0	0.00%
Lunes a sábado	3	100.00%
TOTAL	3	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- Los encuestados manifiestan en un 100.00% que se encuentran ofreciendo sus servicios todas las semanas de lunes a sábado sin interrupción, en los horarios establecidos anteriormente.

Gráfico Nro. 12
DÍAS QUE LABORAN



ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

4. **¿Qué número de personas acuden diariamente a hacer uso de los servicios que presta su negocio?**

CUADRO Nro. 15
ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS QUE OFERTAN

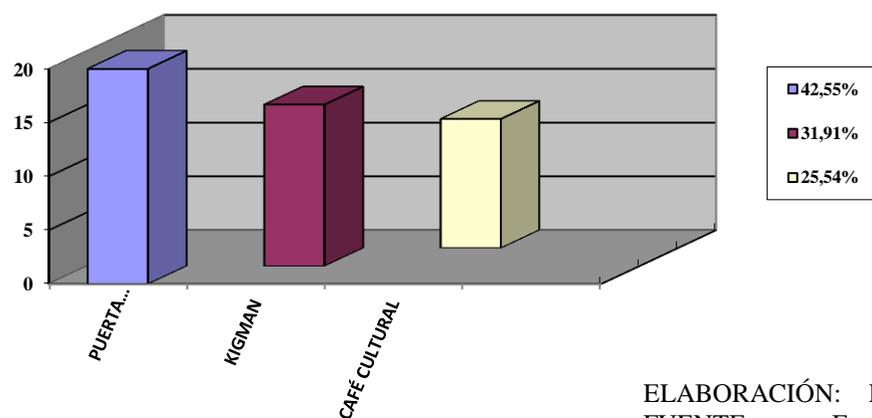
LUGARES	Nº SERV./DÍA	PORCENTAJE
Kigman	15	31.91%
Café Cultural	12	25.54%
Puerta de la ciudad	20	42.55%
TOTAL	47	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- La afluencia del público a La Puerta de la Ciudad es del 42.55%, a Kigman el 31.91% y al Café Cultural el 25.54%.

Gráfico Nro. 13
AFLUENCIA DEL PÚBLICO AL CAFÉ-GALERÍA



ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

4. ¿Por qué medios de comunicación hacen conocer sus servicios?

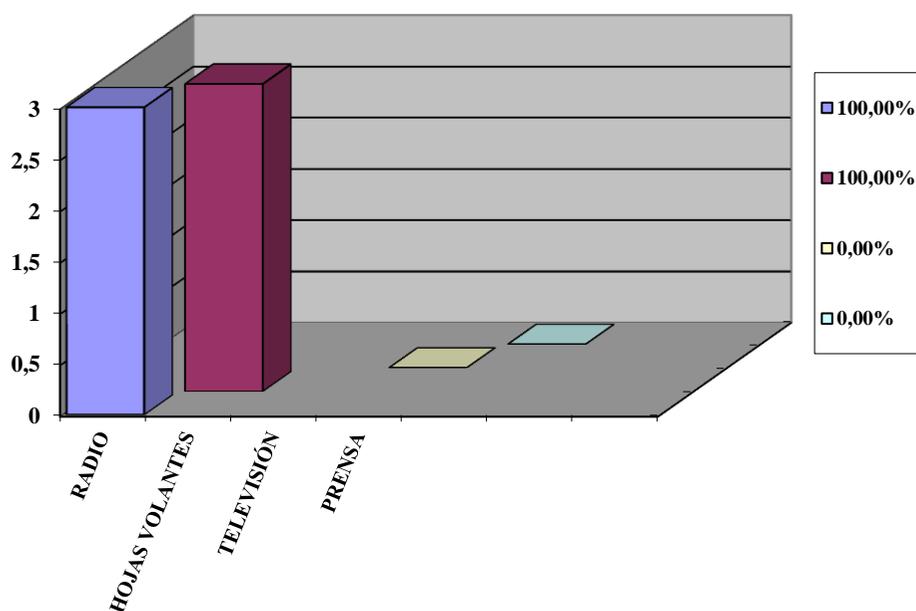
CUADRO Nro. 16
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS DE COM.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	3	100.00%
Televisión	0	0.00%
Prensa escrita	0	0.00%
Hojas volantes o Afiches	3	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- Los encuestados responden de la siguiente manera: que para ellos la mejor forma de hacerse conocer en el mercado, es en un 100.00% a través de la radio o en ciertas ocasiones repartiendo hojas volantes o en momentos especiales presentando en los espacios publicitarios ciertos afiches.

Gráfico Nro. 14
MEDIOS DE COMUNICACIÓN



ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

5. ¿Quiénes acuden a hacer uso de estos servicios?

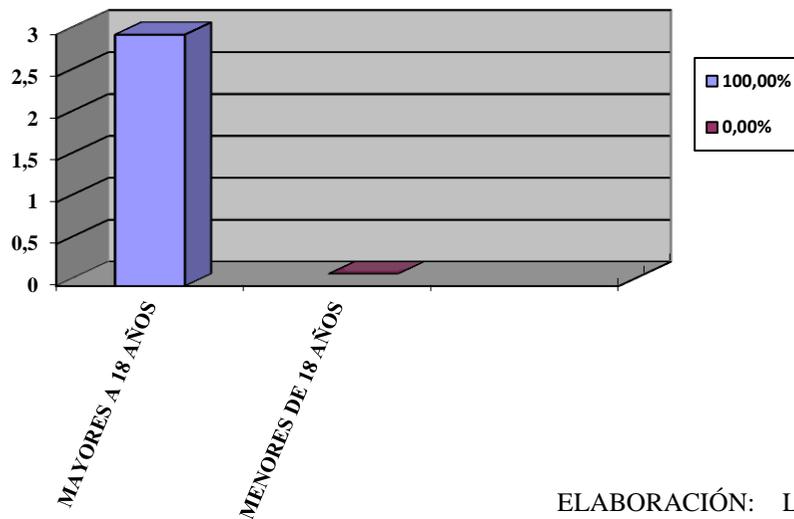
CUADRO Nro. 17
PERSONAS QUE ACUDEN A LOS LOCALES

PERSONAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menores de 18 años	0	0.00%
Mayores de 18 años	3	100.00%
TOTAL	3	100.00%

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

ANÁLISIS.- El 100.00% de las personas encuestadas nos contestan que acuden a hacer uso de los servicios que ellos ofrecen, en su totalidad sobrepasan los veinte años de edad y están seguros que son elementos que de alguna manera estudian o trabajan o las dos cosas a la vez.

Gráfico Nro. 15

PERSONAS QUE ACUDEN A LOS LOCALES

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Encuestados

3.3.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA

3.3.1.1. DEMANDA

Se refiere a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere está dispuesto a adquirir a diferentes niveles de precio, para satisfacer una necesidad específica.

De acuerdo al presente estudio de Mercado, se obtiene la información primaria del análisis del comportamiento del mercado, es decir, de la aplicación de la encuesta.

3.3.1.1.1. ESTABLECIMIENTO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

CUADRO Nro. 18
ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDA REAL Y EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL 80%	DEMANDA EFECTIVA 75%
0	45.651	36521	27391
1	46.601	37281	27961
2	47.570	38056	28542
3	48.559	38847	29135
4	49.569	39655	29741
5	50.600	40480	30360
6	51.652	41322	30991
7	52.726	42181	31636
8	53.823	43058	32294
9	54.943	43954	32966
10	56.086	44869	33652

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuesta Cuadro Nro. 1 al 11.

Para determinar la demanda real de Cafés Galerías en la ciudad de Loja, se recurrió a la información obtenida de las encuestas aplicadas a la población económicamente activa, en relación de la muestra seleccionada, que representa el 80% de aceptación que tienen a este tipo de servicios.

La demanda efectiva se la determino considerando el criterio de los encuestados respecto de que si acudirían al nuevo servicio que se propone en el presente proyecto de factibilidad que corresponde al 75.00% según el cuadro Nro. 10.

3.3.2. OFERTA

Se define como oferta a la cantidad de bienes o servicios que un productor está dispuesto a vender en el mercado, en un tiempo determinado considerando siempre el precio del servicio y los costos de producción.

Actualmente la ciudad de Loja no cuenta con Café-Galería como tal, sino que encontramos servicios sustitutos, como pueden ser solo cafeterías o solo galerías. El estudio realizado en relación a la existencia de un Café Galería en nuestra ciudad, se estableció que existen 3 sustitutos de Cafés Galerías los cuales no cuenta con la infraestructura necesaria, y brindan este servicio en espacios totalmente independientes, e incluso algunos tienen un concepto equivocado del tipo de servicios que ofrecen estos establecimientos.

3.3.2.1. SERVICIO PROMEDIO

Luego de haber realizado la encuesta a los administradores de las cafeterías y galerías de la ciudad de Loja, según el cuadro Nro. 15 se determinó que el número de servicios anuales por cafetería, será:

CUADRO Nro. 19
CONSUMO PROMEDIO

LUGARES	Nº SERV./DÍA	PROM. ANUAL
Kigman	15	4.680
Café Cultural	12	3.744
Puerta de la ciudad	20	6.240
TOTAL	47	14.664

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Encuesta Cuadro Nro. 15

La afluencia del público a este tipo de servicios en un promedio anual es de 14.664 personas al año, considerando un servicio por persona, pudiendo describir de la siguiente manera:

$$47 \text{ servicios diarios} \times 6 \text{ días a la semana} = 282 \times 52 \text{ semanas} = 14.664 \text{ serv/año}$$

Así tenemos que cada establecimiento brindará 18 servicios diarios:

$$14.664 / 3 = 4.888 \text{ serv/año}$$

$$4.888 / 282 = 18 \text{ serv/día}$$

3.3.3. COMPARACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA.

A través de esta comparación se podrá estimar la demanda insatisfecha de servicios de Café-Galería en la ciudad y por ende determinar el grado de participación que tendrá el proyecto en el mercado a partir del primer año.

Con los datos los cuadros Nro. 18 y Nro. 19 referentes a la demanda y oferta de Cafés-Galerías en la ciudad de Loja se procedió a establecer la demanda insatisfecha la misma que es el resultado de la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta.

CUADRO Nro.20
DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	27.391	14.664	12.727

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Cuadros Nro. 18 y 19

3.3.4. PLAN DE MARKETING

El brindar un buen servicio es fundamental en este tipo de empresas de Café-Galería, ya que se trata de fomentar nuestra cultura e incentivar a conocer mediante presentaciones artísticas la vida tradicional de nuestro pueblo; en la actualidad el servicio que queremos presentar se encuentran en mercados separados, por ello se presenta un plan estratégico detallado que incluya todo un proceso de cambio en el patrón de servicios de cafeterías y galería en un solo lugar en la ciudad de Loja, a continuación se presenta el plan de marketing:

3.3.4.1. OBJETIVOS

Para lograr que el proyecto de inversión tenga éxito en el mercado en la ciudad de Loja con el negocio de un Café-Galería, se propone los siguientes objetivos a alcanzar:

- Establecer la estrategia de mercado en la ciudad de Loja, es decir, como ofrecer el servicio de Café-Galería.
- Determinar los medios más eficaces de promoción, publicidad y distribución del servicio.
- Establecer los mecanismos de comercialización del servicio. Comprenderá la elaboración práctica utilizando el plan de marketing y el plan ventas utilizando el mejor canal de comercialización.

3.3.4.2. PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico de mercadeo para empresas de servicio de Café-Galería, es una filosofía de trabajo, que estará conformada por un conjunto de actividades orientadas a garantizar el éxito del servicio en el mercado, ello implica que la población económicamente activa de 18 años y más edad de la ciudad de Loja repetirán el servicio; para tal fin es necesario saber que el mercadeo incluya todas las acciones referentes al producto, precio, plaza y promoción; y, para tener éxito no debe existir deficiencia en ninguno de ellos. A continuación se presenta el plan estratégico:

3.3.4.2.1. MISIÓN

Ser la alternativa más eficaz y eficiente en la ciudad de Loja, en ofrecer los servicios de Café-Galería, permitiendo que la población económicamente activa de 18 años y más de edad deleiten el café lojano y conozcan a través de las diferentes manifestaciones culturales nuestro arte, aportando positivamente la literatura y conferencias, promoviendo así al desarrollo de este sector dentro de la sociedad y al crecimiento de las personas comprometidas con nuestra empresa.

3.3.4.2.2. VISIÓN

La empresa “Loja de Antaño” Café-Galería Sociedad Anónima, durante su vida útil será pionera en fomentar nuestra cultura mediante las presentaciones

artísticas, culturales, de arte y literatura, contribuyendo al bienestar de los ciudadanos lojanos, al nivel socioeconómico de sus colaboradores internos encargados de la presentación del servicio y externos dedicados especialmente a la publicidad de Café-Galería.

Los PROPÓSITOS de la empresa, en primer lugar es ofrecer un servicio de Café-Galería con prioridad al café lojano, promoviendo nuestra cultura a través de la música, el arte, danza, literatura, biblioteca y conferencias luego competir con las empresas sustitutas o similares que existen en nuestra ciudad, para en el futuro ampliar su mercado a toda la región sur del Ecuador y posiblemente a todo el territorio ecuatoriano.

3.3.4.2.3. MERCADO

El estudio de mercado realizado, dispone de datos cuantitativos y cualitativos que permiten formular las acciones necesarias para lograr los objetivos empresariales; en este logro, la empresa atenderá las necesidades solicitadas por la población para ofrecer un buen servicio de Café-Galería.

3.3.4.2.4. ANÁLISIS FODA

Busca detectar y analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa “Loja de Antaño”, las mismas que se detallan a continuación:

- El espíritu emprendedor, la voluntad de lucha, las iniciativas propias, así como la calidad del servicio, precio, atención del cliente, etc., representan las fortalezas.
- Los defectos y flaquezas ya sea del negocio o de las personas involucradas en él, constituyen más bien las debilidades; por ejemplo la publicidad poco efectiva, el clima, la falta de concientización por parte de la sociedad en inculcar nuestra alimentación, cultura y literatura. El escaso compromiso de las personas con los objetivos de la empresa pueden hacerla fracasar.
- Las opciones atractivas importantes son de inculcar, conservar, nuestras costumbres alimenticias y culturales, el interés por parte del gobierno en incentivar estos proyectos, la posibilidad de desarrollar otras actividades, como promocionar al mejor artista, mejor obra, libro, etc. Constituyen las oportunidades que deben ser aprovechadas.
- Las circunstancias externas del entorno que pueden resultar desfavorables para la empresa, como por ejemplo la llegada de otras culturas en nuestra ciudad a través de la tecnología, emigración, restaurantes, internet; la posibilidad de fracaso por mala atención del servicio u otra causa constituyen amenazas para el negocio.

3.3.4.2.5. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para que el servicio se adecue de la manera más cercana a las necesidades de la ciudadanía lojana, es conveniente segmentar el mercado; es decir, formar grupos

con características similares. Para ello, debe tomarse en consideración las características demográficas (distancias, ubicación), económicos (tamaño de los barrios) en el mejor de los casos la cartera de clientes. Para el presente proyecto es conveniente que se atienda al mercado por barrios urbanos: considerando las cafeterías y galerías.

3.3.4.2.6. DEFINIR LOS OBJETIVOS

Los objetivos del mercadeo en el corto y mediano plazo son:

- Lograr que el servicio de Café-Galería, sea reconocido por la población económicamente activa de 18 años y más de edad en la ciudad de Loja como la mejor alternativa.
- Alcanzar que las familias visiten la empresa y aprendan de nuestra cultura, arte y literatura.
- Conseguir que los visitantes comprendan que con esta alternativa se reducirán tiempo y costos, que al acudir a diferentes sitios de cafetería y galerías.
- Tener disponibilidad en épocas de mayor demanda el servicio de Café-Galería, “Loja de Antaño”.

3.3.4.2.7. POSICIONAMIENTO

La actividad de la empresa se orientará a prestar los servicios de Café-Galería, dando prioridad al café lojano, a la presentación de expresiones culturales en

el campo de la plástica, la música, la literatura, la danza, el arte entre otras expresiones culturales y artísticas de hoy mañana y de todos los tiempos.

Todos los esfuerzos deben estar orientados a lograr una imagen positiva y hacer que el público reconozca al servicio de Café-Galería como la mejor alternativa en su sala itinerante, biblioteca, exposiciones, teatro y cafetería, toda la locación está destinada a poner en relevancia las expresiones culturales y alimenticias de nuestra ciudad como: humitas, tamales, bolón de verde, quimbolitos, entre otros. El horario en el que prestaremos nuestros servicios será de 09h00 (nueve de la mañana) a 22h00 (diez de la noche).

Es muy interesante estudiar una etiqueta atractiva, impresa a colores, en la que figuren la dosis e instrucciones para ofrecer el servicio Café-Galería. Esta etiqueta debe ir acompañada de una marca previamente bien estudiada.

Gráfico Nro. 16
PRESENTACIÓN DEL SERVICIO



Elaboración: Las Autoras

3.3.4.2.8. FACTORES DE COBERTURA

El mercado de influencia de la empresa se encontrará en el área urbana de la ciudad de Loja, parroquia El Sagrario, calle Miguel Frío entre Pasaje Sinchona y Av. 24 de Mayo.

De acuerdo a la información obtenida se estima factible implementar este negocio de preferencia en el centro de la ciudad, considerando ciertos factores como el fácil acceso al mismo, seguridad, transporte continuo, y además que este tipo de empresas no tienen un impacto ambiental de consideración que repercuta en su entorno o área de influencia.

- Ejecutar campañas de Promoción.
- Ejecutar campañas de Publicidad.
- Disponer de un equipo capacitado en atención al cliente.
- Sincronizar el servicio de Café-Galería con la época de mayor demanda; es decir, cuando los clientes lo requieran. Para ello hay que establecer los compradores y fechas.

3.3.4.2.9. ESTRATEGIA DE MERCADO

Consiste en ejecutar todas las actividades que conduzcan a lograr la venta del servicio, la promoción es un factor clave que debe ser complementado con la publicidad, una oportuna distribución del servicio.

3.3.4.3.PROMOCIÓN

La promoción es la herramienta fundamental para vender y dar a conocer los servicios que se pretende brindar; se realizara una campaña masiva de publicidad, lo cual nos permitirá llegar más y oportunamente a quienes deseen utilizarlos o, a todos quienes consideren este tipo de servicios como una necesidad.

3.3.4.3.1. OBJETIVOS

- Incentivar mediante promociones a los clientes para que visiten la empresa “Loja de Antaño”.
- Lograr que los usuarios se familiarice con la alternativa del Café-Galería.
- Organizar cursos y charlas de cultivar nuestras costumbres alimenticias, culturales y literarias, en coordinación con otras organizaciones de turno.
- Participar en ferias y otras reuniones.

3.3.4.3.2. ESTRATEGIA

Diseñando y ejecutando la mecánica operativa de una promoción, que debe contener como mínimo los siguientes elementos:

- Duración: la campaña de promoción entrará en vigencia cuando se ha contratado al artista.
- Publicidad: debe ser publicada en medios radiales, escritos, a través de trípticos, afiches y catálogos.
- Preparación de la publicidad: implementando charlas, donde es importante establecer el temario, asegurar expositores, recordar día y hora a los participantes.
- Costos de la campaña: hacer un presupuesto sobre la cantidad de dinero que se requiere invertir en la campaña y el financiamiento, condiciones, etc.

3.3.4.4. LA PUBLICIDAD

La publicidad cumple la función de mantener la notoriedad del servicio en la mente del consumidor, en este caso, los consumidores lojanos. Se hace publicidad porque se tiene la necesidad de comunicar a la población económicamente activa de 18 años y más de edad que el servicio solucionara sus problemas en Café-Galería, también se debe comunicar dónde se encuentra, los beneficios esenciales, entre otros.

3.3.4.4.1. OBJETIVOS

- Dar a conocer los beneficios esenciales del servicio de Café-Galería.
- Introducir al mercado el Café-Galería como una organización eficaz para los que gustan de estos servicios.

- Comunicar los siguientes aspectos: tipo de producto y ubicación de la empresa.
- Estimular y aumentar las ventas.

3.3.4.4.2. ESTRATEGIA

- Diseñando y ejecutando un programa de publicidad.
 - Programación de medios, que pueden ser: medios impresos; como, afiches, trípticos, catálogos.
 - Diseñando el mensaje publicitario, es decir la expresión publicitaria.
- Mensaje publicitario: el mensaje debe resaltar los beneficios más importantes, para la cual se debe utilizar el mismo mensaje o expresión en todos los medios para no confundir al cliente.

Gráfico Nro. 18

MENSAJE PUBLICITARIO DEL CAFÉ-GALERÍA



*Si lo que buscas es
Deleitarte con el auténtico
café lojano, ven a:*

*LOJA DE ANTAÑO
Café-Galería*

*y disfruta de las mejores
manifestaciones de el arte y
la cultura junto a
destacados talentos de la
ciudad.*

**DIRECCIÓN: MIGUEL RIOFRIO E/ AV. 24 DE MAYO Y PASAJE SINCHONA
LOJA - ECUADOR**

- Radios: los avisos pueden ser en forma de noticia entrevista o mensaje publicitario.
- Televisión: en donde fuera posible, se recomienda que sea como noticia o como un reportaje técnico de tal manera que no signifique costos para la empresa.
- Afiches y hojas volantes: es importante el diseño o impresión que debe hacerlo un especialista en la materia.

A continuación se presenta un diseño tipo que se recomienda para la empresa.

Gráfico Nro. 19

AFICHE PUBLICITARIO DEL CAFÉ-GALERÍA

LOJA DE ANTAÑO

CAFÉ GALERÍA



TE OFRECE:

EXPOSICIONES

CONFERENCIAS

CAFETERÍA

BIBLIOTECA

TEATRO

*¡TODO EN UN SOLO
LUGAR Y EN EL MEJOR
AMBIENTE!*

**UBÍCANOS EN: MIGUEL RIOFRIO ENTRE
AV. 24 DE MAYO Y PASAJE SINCHONA.
LOJA - ECUADOR**

3.4. ESTUDIO TÉCNICO

3.3.4.5. ESTRATEGIA COMERCIAL

En la ciudad de Loja donde los ciudadanos tienen la costumbre de acudir a cafeterías o galerías para observar el arte a través de exposiciones culturales, la empresa debe hacer la introducción comercial del servicio que será por sustitución, lo cual presenta el reto de demostrar a los beneficiarios como: igual o mayor efectividad en ofrecer el servicio de Café-Galería, menores costos del servicio y de uso, entre otros. Una de las estrategias podría ser:

- Preparar la cartera de clientes.
- Disponer de un personal con claros conocimientos en ofrecer servicios de: cafeterías, arte, cultura, conferencias, biblioteca y literatura lojana.
- Elaborar un cronograma de visitas al Café-Galería de acuerdo a la cartera. Cada uno debe tener un itinerario de registro.
- La empresa desarrollará un programa de promoción y publicidad para apoyar al artista.
- El pago a su personal se fija un sueldo básico que satisfaga necesidades primarias del empleado más un porcentaje de utilidad sobre el importe de las ventas del servicio.

Es importante remarcar que las ventas del servicio de Café-Galería deben ser planificadas. Los que asisten a estos eventos no van por impulso, sino que se requiere

de un previo trabajo de ventas, por ello es importante la acción aplicar la técnica AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción).

Lograr la ATENCIÓN de la población económicamente activa de 18 años y más de edad, a través del buen trato, cortesía, halago, simpatía, despertar confianza.

Despertar el INTERÉS, tratar temas de interés para los consumidores, convencerles, con argumentos y buena voluntad.

Crear el DESEO de acudir al Café-Galería, donde ofrece un buen servicio.

La ACCIÓN es eliminar objeciones con argumentos técnicos y prácticos, dejar siempre un nuevo evento, es decir un pretexto de visita. Se debe saber terminar la visita oportunamente, sobre todo cuando se tiene que cerrar una está.

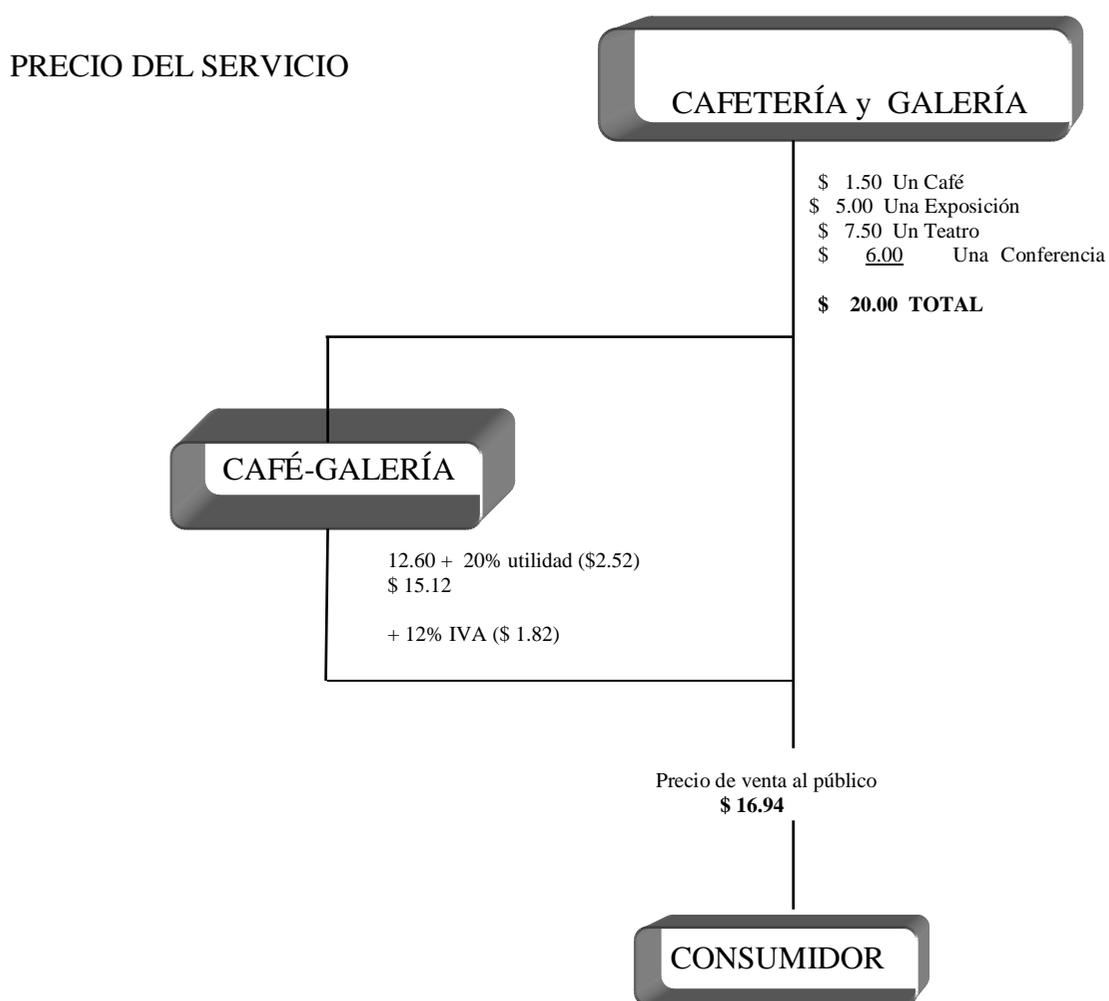
- Tipos de argumentos: el argumento publicitario sugiere, comunica, educa, es decir motiva a despertar la necesidad. El argumento técnico demuestra el uso del servicio. Por su parte el argumento comercial se presenta cuando los espectadores ven las ventajas y beneficios esenciales del Café-Galería.

3.3.4.5.EL PRECIO

De acuerdo al estudio del mercado realizado se ha podido determinar que el costo de este tipo de servicios debe ser accesible.

Para establecer los precios de los servicios de cafetería y galería se tomará en consideración los siguientes factores: costos de producción, precios de la competencia, utilidades e impuestos, de tal manera que quienes inviertan en el proyecto no vean afectados sus intereses económicos.

Gráfico Nro. 17
FLUJOGRAMA DEL PRECIO CAFÉ-GALERÍA



Si se analiza el gráfico anterior, el precio de la competencia mantiene el precio de venta al público por separado, ya que en nuestra ciudad existen empresas que brindan sus servicios solo de Cafetería o Galería, donde el precio promedio de un

café es \$1.50 y Galerías como: exposiciones \$ 5.00, teatro \$ 7.50 y conferencias \$ 6.00, dando un precio promedio de \$ 20.00; por tanto el precio de nuestra organización “Loja de Antaño” será muy competitivo porque nuestros clientes podrán encontrar en el mismo lugar los servicios de Cafería y Galería a un mismo P.V.P. \$16.94 accediendo a disfrutar de todos los servicios, sean estos de: cafetería, biblioteca, exposiciones, teatro y conferencias.

3.4. ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio tiene por objeto proveer la información necesaria para establecer técnicamente el tamaño y localización de la planta, describir la patente, la maquinaria y la distribución física.

3.4.1. TAMAÑO Y LOCALIZACION

3.4.1.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Se define como la capacidad instalada que tiene una empresa en un periodo determinado de tiempo y es medido en unidades de producción. El tamaño generalmente está enfocado a la capacidad máxima instalada y a un régimen de trabajo calculado.

3.4.1.1.1. CONSIDERACIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para hacer efectiva la realización del presente proyecto se ha tomado en consideración los siguientes factores:

- **LIMITANTES DE FINANCIAMIENTO.-** Son los costos de adquisición y adecuación de un local, que reúne las características

necesarias para la implementación del “Café-Galería”, el cual requiere de una gran inversión, que de no ser cubierta por los accionistas o socios, se debe acudir a instituciones financieras locales, las cuales coadyuvarán con agilidad en el proceso de implementación.

- **DEPENDENCIA DE RECURSOS HUMANOS.**-Esta dependencia se fundamenta básicamente en que el personal de este proyecto necesita capacitación y conocimientos en lo referente a:

- ✓ Atención y servicio al cliente
- ✓ Cursos de cocina
- ✓ Capacidad para interactuar con los visitantes en lo relacionado a presentaciones artísticas de diversa índole que se den en determinados momentos en el Café-Galería.

3.4.1.2. FACTORES CONDICIONANTES DEL MERCADO

- **CAFETERÍA.**- Tomando en consideración el proyecto utilizará como materia prima: zanahoria, arveja tierna, cebolla, maíz, harina de trigo, maní, hierbitas entre otros, para ello debemos considerarse aspectos como:

- Fácil acceso.- La ciudad cuenta con una gran variedad de centros de abasto donde se pueden conseguir los productos tanto al por mayor como al menor.
 - El Costo.- Viene a convertirse en un limitante al momento de producir los bienes de consumo, los costos varían porque en algunos casos la materia prima sería escasa y difícil de conseguir.
 - Disponibilidad de la Materia Prima.- Variaría de acuerdo a las épocas de siembra y cosecha.
-
- **GALERÍA.-** La materia prima que utilizaremos para la presentación de las exposiciones, teatro y conferencias son: trípticos, catálogos y afiches, diseñados por establecimientos publicitarios, su costo varía de acuerdo a la cantidad que nuestra empresa adquiera acorde a su necesidad. Para la biblioteca el material directo son los libros de autores lojanos, disponibles en las librerías de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Loja.

3.4.1.3. TAMAÑO DEL MERCADO

Tiene relación directa con el tamaño del proyecto, es decir está en función de la demanda que tenga el servicio a generarse en la empresa.

Cabe destacar que la empresa cubrirá la demanda insatisfecha existente en el mercado con la prestación de su servicio, ya que en la actualidad esta demanda es

atendida por locales que únicamente prestan el servicio de cafetería o galería y este no se complementa, dejando de lado la verdadera función de este tipo de negocio.

3.4.2. CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

3.4.2.1. CAPACIDAD INSTALADA

Es la cantidad máxima de servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa, por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

El cálculo se lo realizó tomando como punto de referencia la demanda existente del producto y según los datos obtenidos en el estudio de mercado, se ha establecido la capacidad instalada de la planta, la misma que está determinada para que funcione con un proceso continuo, durante 14 horas laborables, con un promedio de atención de 18 personas diarias, por 6 días a la semana y por 52 semanas, lo que representa una atención de 5.616 personas por año, que corresponde al 100% de la capacidad instalada.

3.4.2.2. CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada mide el porcentaje de uso de la capacidad industrial instalada.

Para el presente proyecto se pretende cubrir la demanda basándose en utilizar el 83.33% de la capacidad instalada para el primer y segundo año, y a partir del tercer año utilizaremos el 100% de su capacidad durante la vida útil del proyecto.

La capacidad utilizada se determino mediante regla de tres simple, donde:

5.616 Capacidad Instalada 100.00% Capacidad

X 83.33% Capacidad a Utilizar

X = 4.680 Capacidad Utilizada

CUADRO Nro. 21
CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
0	12.727		-	-
1		5.616	83.33%	4.680
2			83.33%	4.680
3			100%	5.616
4			100%	5.616
5			100%	5.616
6			100%	5.616
7			100%	5.616
8			100%	5.616
9			100%	5.616
10			100%	5.616

ELABORACIÓN: Las Autoras

FUENTE: Cuadro Nro. 19

El presente proyecto en sus inicios utilizará el 83.33% que corresponde a 4.680 servicios al año, esta capacidad será para el primero y segundo años y, a partir del tercer año se proyecta utilizar el 100%.

3.4.3. LOCALIZACIÓN

La localización se basa fundamentalmente en determinar el lugar más adecuado para la instalación de la empresa.

En el caso específico de nuestra empresa Café-Galería, se realizó un análisis pormenorizado con todas las oportunidades y factores que permitan obtener la ubicación más acertada, encontramos lo siguiente: Transporte, mano de obra, facilidad de acceso de materia prima, factores ambientales, cercanía de mercado, disponibilidad de infraestructura, impuestos municipales y aspectos legales.

3.4.3.1. MACROLOCALIZACIÓN

Significa determinar el lugar geográfico dentro del país en el cual estará ubicada la empresa.

La ubicación para implementar una empresa que brinde el servicio de Café -Galería, es nuestro país Ecuador, en la región sur, ciudad Loja, la misma que es reconocida a nivel nacional como la ciudad cultural del país, forjada de personajes ilustres que se han destacado en los ámbitos de arte, música, cultura y comidas tradicionales.

En el siguiente mapa se señala la ubicación de la macro localización en la provincia de Loja y específicamente en el cantón y ciudad.

**GRÁFICO Nro. 20
MACRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA**



3.4.3.2. MICROLOCALIZACIÓN

Es el lugar exacto en donde se ubicara la empresa; consideramos situarla en las calles: Miguel Riofrío, entre Av. 24 de Mayo y Pasaje Sinchona, por las facilidades de parqueamiento, transporte público, acoplándose a las actividades culturales de este tipo de negocio.

Gráfico Nro. 21
MICROLOCALIZACIÓN DEL CAFÉ GALERÍA



3.4.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La casa que arrendaremos para la instalación de la empresa tendrá dos plantas, la misma que se distribuirá de la siguiente manera:

- **PRIMERA PLANTA.-** La primera planta se distribuirá de la siguiente manera: Área administrativa, en donde constaran las oficinas que se requiere para la implementación de la empresa “Loja de Antaño” y son la Gerencia, Contabilidad, Secretaria, Ventas y Producción. En lo correspondiente al Área del Servicio irá: un vestidor y una sala de exposiciones que pueden ser de: pinturas, esculturas, fotografías, etc. La casa cuenta con las siguientes medidas, tal como se demuestra en los planos que a continuación se detallan.
 - Secretaria: 4.00m. x 4.00m.
 - Baño: 1.50m. x 2.00m.
 - Vestidor: 4.00m. x 3.00m
 - Sala de exposiciones: 3.00m. x 5.00m.

**Gráfico Nro. 22
PRIMERA PLANTA**

Secretaría	Baño	Vestidor

Sala de Exposiciones

- **SEGUNDA PLANTA.-** En la segunda planta prestará los servicios de cafetería, biblioteca, teatro y sala de conferencias.
 - Cafetería: 5.00m. x 5.00m.
 - Baño: 1.50m. x 2.00m.
 - Biblioteca: 4.00m. x 3.00m
 - Teatro: 6.00m. x 6.00m.
 - Sala de conferencias: 3.00m. x 5.00m.

Gráfico Nro. 23
SEGUNDA PLANTA

Cafetería	Baño	Biblioteca
Teatro		Sala de Conferencias

3.4.5. INGENIERIA DEL PROYECTO

En esta parte se toma en cuenta los aspectos que tiene mayor incidencia sobre los costos e inversiones que deberán realizarse.

El propósito del estudio técnico es definir con exactitud todas las partes que involucran el proyecto, en cuanto a prestar los servicios de Café-Galería como se merecen los clientes.

Además se pretende hacer una correcta selección de proceso de cada uno de los servicios así como determinar las necesidades del personal calificado, materia prima, instalaciones, maquinaria y herramientas adecuadas.

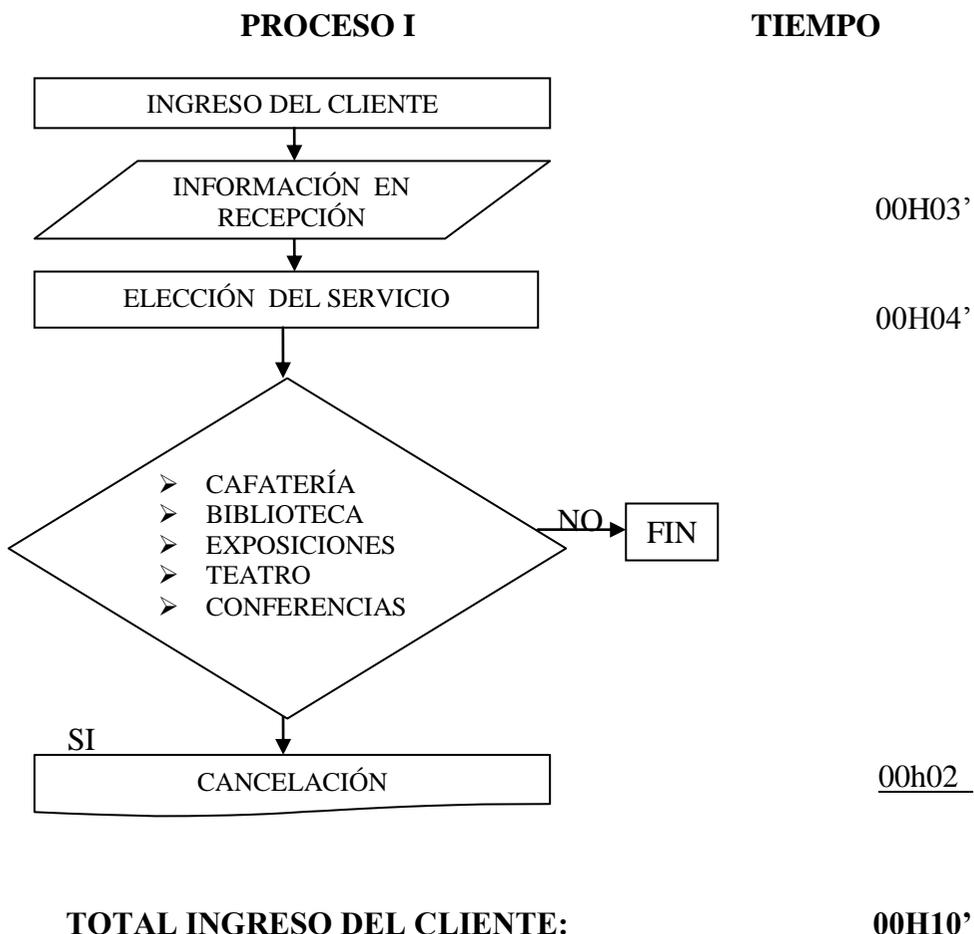
3.4.5.1.PROCESO PARA LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA

Nombre del SERVICIO: Loja de Antaño
Café-Galería

SERVICIO A OFRECER

En Loja de Antaño, Café-Galería usted podrá disfrutar de las mejores demostraciones de arte y cultura por parte de talentos de nuestra ciudad, un lugar exclusivo en donde podrá encontrar Sala de Exposiciones, Sala de Conferencias, Teatro, Biblioteca y Cafetería, todo en un solo lugar y en un ambiente agradable. Se debe tener en cuenta que en el precio está incluido el acceso a todo tipo de servicio.

GRÁFICO Nro. 24
DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA CAFETERÍA



3.4.5.1.1. PROCESO PARA LA CAFETERÍA

En esta parte se toma atención al ingreso de grupos o personas solas a quienes se les hace la entrega de una carta de los platillos que se ofrecen, una vez que hayan realizado su pedido está será entregado en un tiempo máximo de 22 minutos que durará su preparación y servicio.

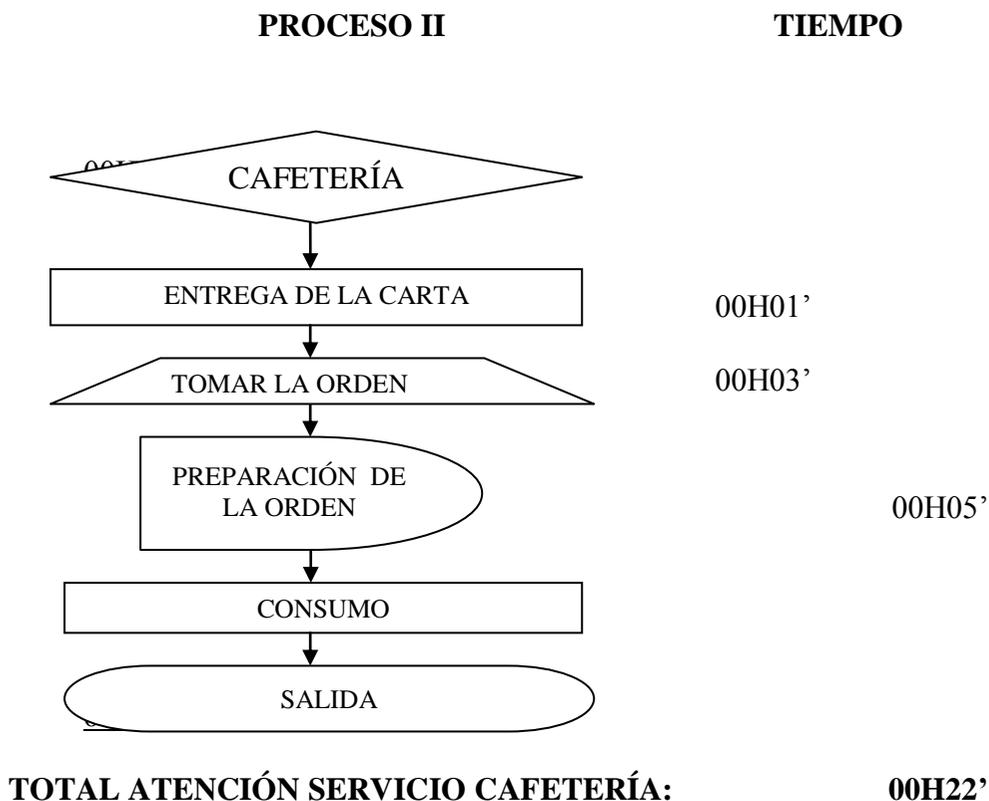
CARTA DE PLATILLOS:**BEBIDAS**

- Café colado
- Chocolate
- Capuchino
- Café en leche
- Aguas aromáticas
- Horchata
- Gaseosas
- Agua con gas
- Agua sin gas

APERITIVOS

- Humitas
- Tamal lojano
- Quimbolitos
- Empanadas de viento
- Quesadillas
- Tortillas de gualo

GRÁFICO Nro. 25
DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA CAFETERÍA



3.4.5.1.2. PROCESO PARA LA BIBLIOTECA

Esta inicia con el registro de los visitantes, quienes tendrán a su disposición, la singular obra literaria Lojana de todos los tiempos, luego de seleccionar el libro, se hará la entrega del mismo, y se aprovechará para hacer una invitación cordial a seguir visitando la biblioteca.

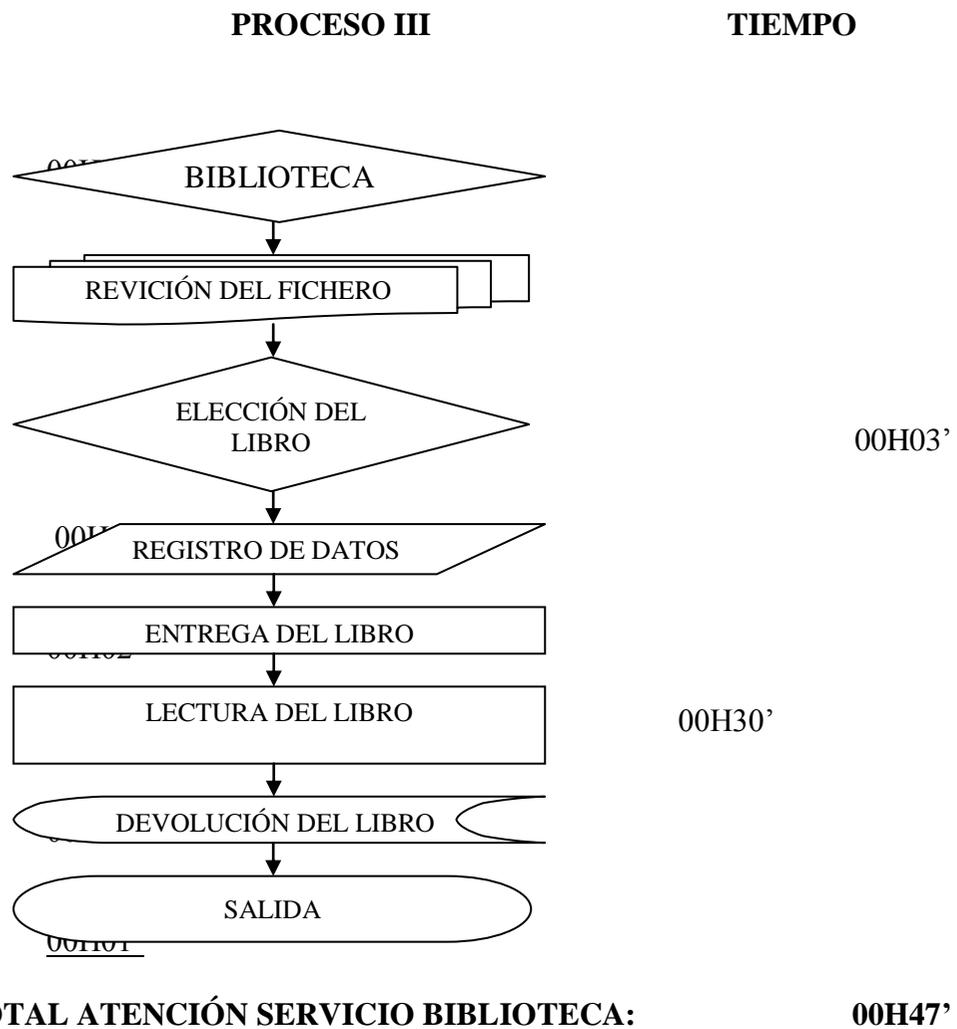
480 LIBROS Y OBRAS, de:

- Historia
- Biografías



- Leyendas
- Poesía
- Cuentos
- Novelas
- Fábulas

GRÁFICO Nro. 26
DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA BIBLIOTECA



3.4.5.1.3. PROCESO PARA LAS EXPOSICIONES

Las exposiciones tendrán una duración máxima de tres días, el proceso comienza con la búsqueda y disponibilidad de los artistas que deseen exponer sus obras, luego se procederá a la entrega de trípticos para luego proceder con la apertura de la exposición que quedara abierta al público.

Las exposiciones de arte podrán ser:

- Pintura
- Escultura
- Fotografía
- Libros



GRÁFICO Nro. 27
DIAGRAMA DE FLUJO PARA LAS EXPOSICIONES



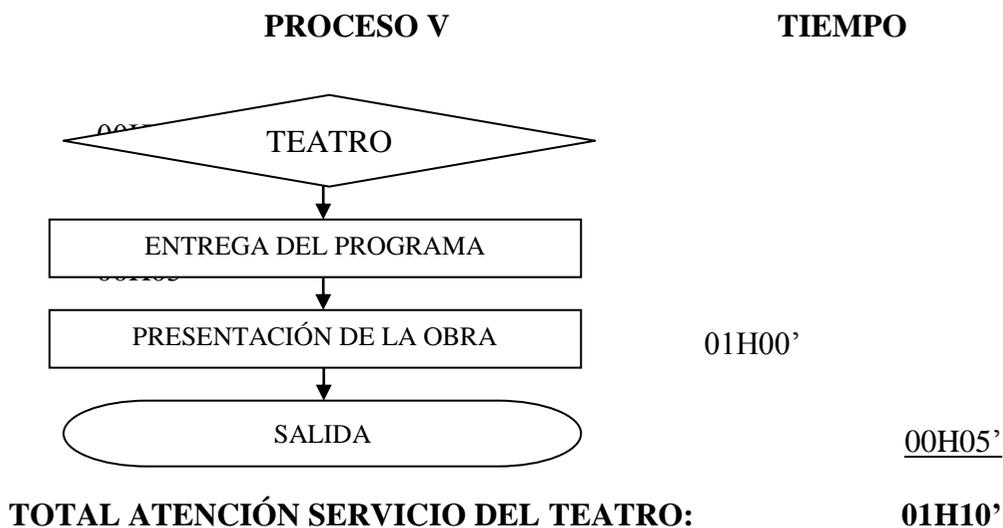
3.4.5.1.4. PROCESO PARA EL TEATRO

Al ingresar al teatro se hará la entrega de un programa detallado de las actividades a realizarse, luego se realizara la presentación oficial de la obra, dando así inicio a la presentación artística como:

- Monólogos
- Coros
- Obras teatrales
- Otros



**GRÁFICO Nro. 28
DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL TEATRO**



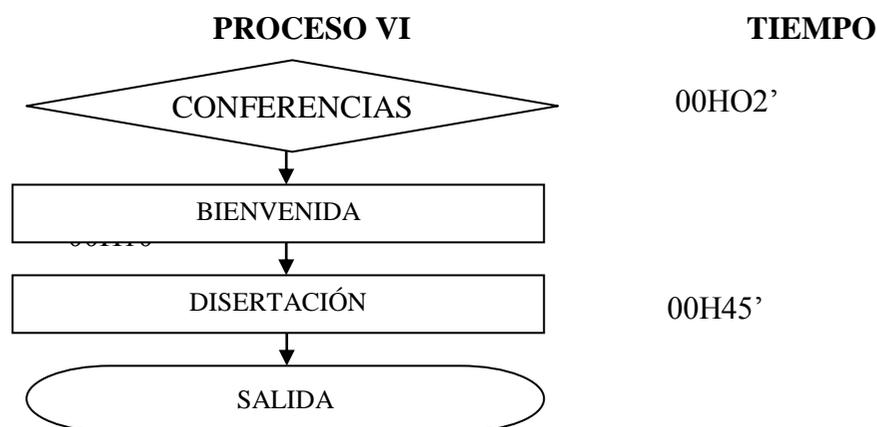
3.4.5.1.5. PROCESO PARA LAS CONFERENCIAS

Las conferencias serán presentadas primero dando la bienvenida al público que ha asistido para luego presentar la disertación competente. Estas conferencias pueden durar una hora o máximo tres días dependiendo el tema a tratarse, como:

- Educativos
- Médicos
- Políticos
- Convenciones
- Reuniones



GRÁFICO Nro. 29
DIAGRAMA DE FLUJO PARA LAS CONFERENCIAS



TOTAL ATENCIÓN SERVICIO DE CONFERENCIAS: 01H00'

3.4.6. BALANCE DE MATERIALES

Los balances de materiales que a continuación se indican están elaborados para un año de servicios los mismos que los dividimos para doce meses y obtenemos el capital de trabajo.

**Cuadro Nro. 22
PRESUPUESTO PARA LA CAFETERIA**

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Tamal lojano	Unid	600,00	0,30	180,00
Humitas	Unid.	600,00	0,30	180,00
Quimbolitos	Unid.	600,00	0,35	210,00
Empanadas	Unid.	400,00	0,20	80,00
Quesadillas	Unid.	500,00	1,10	550,00
Café	Libs.	50,00	2,00	100,00
Azúcar	Libs.	100,00	0,30	30,00
TOTAL ANUAL	4,680 personas a atender.			1.330,00
TOTAL MENSUAL				110,83

FUENTE: Chef
ELABORACIÓN: Las Autoras

**Cuadro Nro. 23
PRESUPUESTO PARA LA BIBLIOTECA**

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Libros	Unid	480,00	1,25	600,00
Fichas bibliográficas	Unid.	1.000,00	0,02	20,00
TOTAL ANUAL	4,680 personas a atender.			620,00
TOTAL MENSUAL				51,67

FUENTE: Librerías de la ciudades de Quito, Guayaquil, Ambato y Cuenca
ELABORACIÓN: Las Autoras

**Cuadro Nro.24
PRESUPUESTO PARA EL TEATRO**

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Tripticos	Unid	10.400,00	0,09	936,00
Publicidad (Radio)	Cuñas	100,00	11,96	1.196,00
TOTAL ANUAL	4,680 personas a atender.			2.132,00
TOTAL MENSUAL				177,67

FUENTE: Establecimientos Publicitarios
ELABORACIÓN: Las Autoras

Cuadro Nro. 2542

PRESUPUESTO PARA CONFERENCIAS

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Afiches	Unid	5.200,00	0,23	1.196,00
TOTAL ANUAL	4,680 personas a atender.			1.196,00
TOTAL MENSUAL				99,66

FUENTE: Papelerías
 ELABORACIÓN: Las Autoras

Cuadro Nro. 26

PRESUPUESTO PARA LAS EXPOSICIONES

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Tripticos	Unid	10.400,00	0,09	936,00
Catalogos	Unid.	10.400,00	0,11	1.144,00
Afiches	Unid.	5.200,00	0,23	1.196,00
TOTAL ANUAL	4,680 personas a atender.			3.276,00
TOTAL MENSUAL				273,00

FUENTE: Establecimientos Publicitarios
 ELABORACIÓN: Las Autoras

3.5. ESTUDIO FINANCIERO**3.5.1. INVERSIONES**

Se ha creído conveniente incluir en el presente estudio algunos alcances sobre este tema, pues bajo el marco de la política económica actual, todo negocio debe ser conducido como un proyecto de inversión. Lo cual tiene claramente definido todos los aspectos técnicos y económicos de la actividad a realizar. El objetivo es determinar los siguientes conceptos que componen la inversión total del proyecto de la empresa. Dichos activos engloban la inversión fija y el capital de trabajo indispensable para la ejecución del negocio, así como aquellas inversiones a realizar durante la puesta en marcha del proyecto (inversión diferida). En el capital de trabajo

se plasman los costos, gastos de operación, local del servicio, entre otros que constituyen los gastos efectivos.

3.5.2. ACTIVOS

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. El presente proyecto origina tres clases de activos:

- Activo Fijo
- Activo Diferido, y
- Activo Circulante o Capital de Trabajo.

3.5.2.1. ACTIVO FIJO

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación y se genera en la instalación de la empresa.

3.5.2.1.1. ESPECIFICACIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

Para el proyecto que se está estudiando, se incluirá como activos fijos los rubros de: muebles y equipo de oficina, equipo de cocina e instalaciones que son necesarios para la ejecución del proyecto.

- **Muebles y Equipo de Oficina.-** Se describe a los muebles y equipo de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.
- **Equipo de Cocina.-** Se trata del equipo que se utilizará para realizar las diferentes actividades del servicio de cafetería. El precio del equipo se obtuvo mediante, proformas e investigaciones en empresas locales y nacionales que se dedican a la venta de los mismos.
- **Instalaciones.-** Se refiere a la instalación de los servicios de luz eléctrica y agua potable.
- **Imprevistos.-** Todo presupuesto por más que haya sido cuidadosamente elaborado, tendrá siempre un margen de error por causas de la fluctuación de los precios, y cambios en las condiciones originales, etc., razón por la cual es conveniente incluir el rubro de imprevistos que se calcula generalmente con un porcentaje de la suma de inversiones fijas y que varían de acuerdo a la experiencia que se tenga en los cálculos del proyecto y al grado de confianza que merezca las estimaciones de inversiones fijas.

3.5.2.2.RESUMEN DE LAS INVERSIONES FIJAS

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

CUADRO Nro. 27
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	VALOR
Equipo de Cocina	2.096,00
Muebles y Enseres	4.472,00
Instalaciones	212,20
Útiles para cocina	1.854,00
Vehículo	12.000,00
Muebles y equipo de oficina	1.763,00
Imprevistos 2%	447,94
TOTAL	22.845,14

FUENTE: Anexos
ELABORACIÓN: Las Autoras

3.5.2.3. ACTIVO DIFERIDO

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con licencias para el funcionamiento del mismo, marcas, entre otros:

CUADRO Nro. 28
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS	VALOR
Gastos de Constitución	300,00
Estudios del Proyecto	400,00
Marcas y Patentes	100,00
TOTAL	800,00

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Consultorio Jurídico del Dr. Patricio Castro

3.5.2.4. ACTIVO CIRCULANTE

Es el capital necesario para que la empresa trabaje hasta que obtenga ingresos por la venta del primer servicio, dichos ingresos permitirán financiar los

siguientes servicios. Dependiendo del tipo de servicio se puede requerir capital de trabajo para uno, dos, tres o más meses. Hay negocios que requieren capital de trabajo por varios años. En el caso de la empresa de Café-Galería, estaría conformado por el importe de un mes, para la compra de insumos, pago de la mano de obra directa, energía eléctrica, agua potable, los gastos de venta y administración, los mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 29
INVERSIONES EN ACTIVO CIRCULANTE

ACTIVOS	VALOR
Rubros calculados para un mes de operación	
Materiales directos	712,83
Mano de Obra Directa	1.803,80
Arriendos	400,00
Suministros de trabajo	48,00
Mantenimiento de Vehículo	240,00
Agua Potable	29,60
Consumo de Energía Eléctrica	45,00
Sueldos Administrativos	1.060,28
Suministros de Oficina	0,79
Consumo Telefónico	60,00
Publicidad y Propaganda	35,00
Imprevistos 2%	88,71

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Anexos

3.5.3. RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el subsiguiente.

CUADRO Nro. 30
INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS	VALOR
Activo fijo	22.845,14
Activo diferido	800,00
Activo circulante	4.524,79
Total:	28.169,93

ELABORACIÓN:

Las Autoras

FUENTE:

Cuadros Nro. 27, 28 y 29

3.5.4.FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El presente estudio resalta la importancia de seleccionar la fuente o combinación de fuentes de financiamiento más apropiadas para el proyecto de Café-Galería.

3.5.4.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Por su origen las podemos clasificar en internas y externas. Las fuentes **internas** están representadas por las aportaciones de los socios de la empresa, reinversión de utilidades, emisión de acciones, venta de algunos activos de la empresa, entre otras. En cambio, las fuentes **externas** pueden ser préstamos bancarios, hipotecas de corto, mediano y largo plazo de tipo preferencial o normal, créditos de proveedores, adelanto de clientes y otras fuentes que no tienen origen en la propia empresa.

Para seleccionar una fuente se debe observar los siguientes factores:

- Características de crédito: montos máximos, garantías exigidas, plazos, tasas de interés.
- Características de la organización.
- Capital requerido, montos, plazos y condiciones.

En términos generales se menciona que las fuentes de financiamiento para el presente proyecto se utilizarán las dos fuentes, ya que la inversión no puede ser cubierta por las socias.

- **FUENTES INTERNAS.-** Será financiado con aportaciones de los socios, el 64.50% del total de la inversión que corresponde a 18.169,15 dólares.
- **FUENTES EXTERNAS.-** Después de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Loja. El crédito, constituirá el 35.50% que corresponde a 10.000 dólares a 2 años plazo al 12% de interés anual con el objeto de financiar parte de los activos fijos. Esto en el primer mes, en consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO Nro. 31
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	10.000,00	35,50%
Capital social	18.169,15	64,50%
TOTAL:	28.169,15	100,00%

ELABORACIÓN: Las Autoras

3.5.5. ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operación, en nuestra empresa.

- **COSTOS DE MATERIALES DIRECTOS:** Son los costos de todos los materiales que participan directamente en el proceso del servicio; así como los afiches, catálogos, etc.
- **COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA:** Son los salarios de los trabajadores responsables del servicio, está dada por el personal que trabaja en recepción, guía, etc.
- **GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN:** Se refiere a los gastos de marketing, los sueldos del personal administrativo, las depreciaciones de las oficinas y muebles, las amortizaciones de los activos intangibles, entre otros.

Su cuantificación es importante porque permitirá elaborar el estado de ganancias y pérdidas, y el flujo de caja. A continuación se describe el cálculo de los costos para el proyecto, demostrándose así, en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 32
COSTOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN

AÑO 1	
BASE DE PRODUCCION	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN ANUAL
Servicios	4.680
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costo primo	30.199,60
+ Gastos de producción	13.349,17
TOTAL:	43.548,77
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos administrativos	13.883,81
+ Gastos de ventas	428,40
+ Gastos financieros	1.100,00
TOTAL:	15.412,21
COSTO TOTAL:	58.960,98

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Cuadro Nro.35

Como podemos observar en el cuadro anterior, se establece que en el primer año de funcionamiento de la empresa el costo será de \$ 58.960,98.

Para preformar los presupuestos durante la vida útil del proyecto, se toma en cuenta el concepto de costos fijos y variables, en los primeros se toma el efecto de los anexos, a partir del cuarto año se le aumenta únicamente el inflacionario del 3% y el cambio de capacidad productiva que de acuerdo a la programación del servicio en el tercer año que se incrementa en un 100% (ver cuadro Nro. 21).

A continuación los costos de producción y operación para el año 10

CUADRO Nro.33
COSTOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN

AÑO 10	
BASE DE PRODUCCIÓN	
Servicios	5.616
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costo primo	41.635,83
+ Gastos de producción	16.932,60
TOTAL:	58.568,43
COSTOS DE OPERACIÓN	
Gastos administrativos	18.065,90
+ Gastos de ventas	945,86
+ Gastos financieros	0,00
TOTAL:	19.011,76
COSTO TOTAL:	77.580,19

ELABORACIÓN: Las Autoras
FUENTE: Cuadro Nro. 35

3.5.5.1. ANÁLISIS DE INGRESOS

Consiste en determinar aspectos como el precio de venta a partir de la estructura de costos y el estudio de mercado; también las condiciones de venta; es decir, si hay crédito, por cuánto tiempo y forma de pago.

El precio de venta se lo determino calculando los costos unitarios de producción y luego se agrega un margen de utilidad para determinar el precio de venta.

Cantidad de producto **4.680,00 Servicios**

Costos total **\$ 58.960,98**

$$\text{Costo unitario} = \frac{\$ 58.960,98}{4.680,00} = \$ 12.60$$

Luego de calcular el costo unitario de producción, se debe asignar un margen de utilidad, para el caso de servicios como los Café-Galería, el margen de utilidad debe ser en el orden del 20% del costo de producción, que se estiman en el mismo orden del costo:

$$\mathbf{Precio = costo unitario + utilidad}$$

$$\begin{aligned} \text{Precio} &= \$ 12.60 + 20\% \\ &= \$ 12.60 + \$ 2.52 \\ &= 15.12 \text{ dólares} \end{aligned}$$

De lo mismo, se desprende que si la empresa vende a \$ 15.12 precio, y el usuario final del producto pagará el 12% del impuesto al valor agregado (IVA), obteniéndose de esa forma el precio de venta al público (PVP).

$$\mathbf{PVP = Precio + IVA}$$

$$\begin{aligned} \text{P.V.P.} &= 15.12 + 12\% \text{ IVA} \\ &= 15.12 + 1.82 \\ &= 16.94 \text{ dólares} \end{aligned}$$

El ingreso para el primer año se lo obtiene multiplicando el precio por el número de unidades producidas:

Ingreso primer año = $15,12 \times 4.680,00 = 70.753,18$ dólares

El cálculo de los diferentes años de vida útil del proyecto tiene que ver con la incidencia de la inflación en el precio del producto y las cantidades programadas en el proyecto, evidenciándose un cambio de capacidad productiva en el tercer año, esto se demuestra en el siguiente cuadro.

Cuadro Nro. 34
PRESUPUESTO DE INGRESOS

AÑOS	CANTIDAD	PRECIO	VENTAS
1	4680	\$ 15,12	\$ 70.753,18
2	4680	\$ 15,57	\$ 72.246,95
3	4680	\$ 16,04	\$ 76.030,30
4	5616	\$ 16,52	\$ 77.879,51
5	5616	\$ 17,02	\$ 80.159,07
6	5616	\$ 17,53	\$ 82.903,18
7	5616	\$ 18,05	\$ 85.331,12
8	5616	\$ 18,60	\$ 87.337,32
9	5616	\$ 19,15	\$ 90.424,68
10	5616	\$ 19,73	\$ 93.096,23

ELABORACIÓN: Las Autoras

Finalmente, la mejor forma de hacer factible y económicamente estable la empresa, será diversificando de manera calculada sus rubros o líneas de trabajo, incluyendo la actividad de postventa, de tal manera que en los meses que no hay demanda del servicio, se puede realizar otras actividades. La diversificación de actividades amortigua eventuales problemas de baja demanda, u otro factor.

3.5.5.2. CLASIFICACIÓN DE COSTOS

- **Costos fijos:** Son costos que permanecen sin cambio durante un período de producción o servicio independientemente del aumento o disminución del volumen de producción o cantidad.

- **Costos Variables:** son aquellos que cambian en proporción directa al volumen de producción o actividad. Por ejemplo: insumos, bienes fungibles, etc.

CUADRO Nro. 35
COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS 1, 5 Y 10

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Materiales Directos		8.554,00		11.553,12		13.393,23
Mano de obra directa		21.645,60		24.362,31		28.242,60
Total Costo Primo	-	30.199,60	-	35.915,43	-	41.635,83
COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERV.						
Depreciación de Equipo de Cocina	188,64		188,64		188,64	
Depreciación de Muebles y Enseres	402,48		402,48		402,48	
Arriendos	4.800,00		5.402,44		6.262,91	
Depreciación de Instalaciones	19,10		19,10		19,10	
Útiles para Cocina		1.854,00		2.086,69		2.419,05
Suministros de Trabajo		48,00		54,02		62,63
Depreciación de Vehículo	1.920,00		1.920,00		2.240,00	
Mantenimiento de Vehículo		2.880,00		3.241,47		3.757,75
Agua Potable		355,20		399,78		463,46
Energía eléctrica		540,00		607,77		704,58
Amortización de activos diferidos	80,00		80,00		80,00	
Imprevistos 2%		261,75		288,05		332,01
Total Costo de Producción	7.410,22	5.938,95	8.012,66	6.677,78	9.193,13	7.739,48
COSTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	12.723,36		14.320,25		16.601,10	
Depreciación de Muebles y Equipo de Oficina	158,67		158,67		158,67	
Suministros de oficina		9,55		10,75		12,46
Consumo telefónico		720,00		810,37		939,44
Imprevistos 2%		272,23		306,00		354,23
Total Costos Administrativos	12.882,03	1.001,78	14.478,92	1.127,12	16.759,77	1.306,13
VENTAS						
Publicidad y propaganda		420,00		575,79		927,32
Imprevistos 2%		8,40		11,52		18,55
Total Costos de Ventas	-	428,40	-	587,31	-	945,87
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	1.100,00					
Total Costos Financieros	1.100,00		-		-	
TOTAL DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES	21.392,25	37.568,73	22.491,58	44.307,64	25.952,90	51.627,31
TOTAL COSTOS	58.960,98		66.799,22		77.580,21	

CUADRO Nro. 36
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materiales Directos	8.554,00	8.810,62	10.889,92	11.216,62	11.553,12	11.899,71	12.256,70	12.624,40	13.003,13	13.393,23
Mano de Obra Directa	21.645,60	22.294,97	22.963,82	23.652,73	24.362,31	25.093,18	25.845,98	26.621,36	27.420,00	28.242,60
Total Costo Primo	30.199,60	31.105,59	33.853,74	34.869,35	35.915,43	36.992,89	38.102,68	39.245,76	40.423,13	41.635,83
COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERV.										
Depreciación de Equipo de Cocina	188,64	188,64	188,64	188,64	188,64	188,64	188,64	188,64	188,64	188,64
Depreciación de Muebles y Enseres	402,48	402,48	402,48	402,48	402,48	402,48	402,48	402,48	402,48	402,48
Arriendos	4.800,00	4.944,00	5.092,32	5.245,09	5.402,44	5.564,52	5.731,45	5.903,39	6.080,50	6.262,91
Depreciación de Instalaciones	19,10	19,10	19,10	19,10	19,10	19,10	19,10	19,10	19,10	19,10
Útiles para cocina	1.854,00	1.909,62	1.966,91	2.025,92	2.086,69	2.149,29	2.213,77	2.280,19	2.348,59	2.419,05
Suministros de trabajo	48,00	49,44	50,92	52,45	54,02	55,65	57,31	59,03	60,80	62,63
Depreciación de Vehículo	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	2.240,00	2.240,00	2.240,00	2.240,00	2.240,00
Mantenimiento de Vehículo	2.880,00	2.966,40	3.055,39	3.147,05	3.241,47	3.338,71	3.438,87	3.542,04	3.648,30	3.757,75
Agua Potable	355,20	365,86	376,83	388,14	399,78	411,77	424,13	436,85	449,96	463,46
Energía eléctrica	540,00	556,20	572,89	590,07	607,77	626,01	644,79	664,13	684,06	704,58
Amortización de activos diferidos	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Imprevistos 2%	261,75	261,75	274,51	281,18	288,05	301,52	308,81	316,32	324,05	332,01
Total Costo de Producción del Servicio	13.349,17	13.663,48	13.999,99	14.340,12	14.690,45	15.377,69	15.749,36	16.132,17	16.526,47	16.932,60
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	43.548,77	44.769,07	47.853,73	49.209,47	50.605,88	52.370,58	53.852,03	55.377,93	56.949,60	58.568,43
COSTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	12.723,36	13.105,06	13.498,21	13.903,16	14.320,25	14.749,86	15.192,36	15.648,13	16.117,57	16.601,10
Depreciación de muebles y equipo de ofici.	158,67	158,67	158,67	158,67	158,67	158,67	158,67	158,67	158,67	158,67
Suministros de oficina	9,55	9,84	10,13	10,44	10,75	11,07	11,40	11,75	12,10	12,46
Consumo telefónico	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37	834,68	859,72	885,51	912,07	939,44
Imprevistos 2%	272,23	280,30	288,62	297,18	306,00	315,09	324,44	334,08	344,01	354,23
Total Costos Administrativos	13.883,81	14.295,47	14.719,48	15.156,21	15.606,04	16.069,37	16.546,59	17.038,13	17.544,42	18.065,90
VENTAS										
Publicidad y Propaganda	420,00	432,60	475,86	523,45	575,79	633,37	696,71	766,38	843,02	927,32
Imprevistos 2%	8,40	8,65	9,52	10,47	11,52	12,67	13,93	15,33	16,86	18,55
Total Costos de Ventas	428,40	441,25	485,38	533,91	587,31	646,04	710,64	781,70	859,88	945,86
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	1.100,00	700,00	300,00							
Total Costos Financieros	1.100,00	700,00	300,00	-						
TOTAL COSTO DE OPERACION	15.412,21	15.436,72	15.504,86	15.690,12	16.193,35	16.715,40	17.257,23	17.819,84	18.404,30	19.011,76
TOTAL COSTO	58.960,98	60.205,80	63.358,58	64.899,59	66.799,22	69.085,98	71.109,27	73.197,77	75.353,90	77.580,19

ELABORACIÓN: Las Autoras

3.5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el balance entre ingresos y egresos denominado por algunos Autoras como **PUNTO MUERTO**, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado, es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo, es menester clasificar los costos en Fijos y Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

AÑO 1

- **PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

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

$$PE = \frac{21,392.25}{70,753.18 - 37,568.73} \times 100$$

$$PE = 64.46\%$$

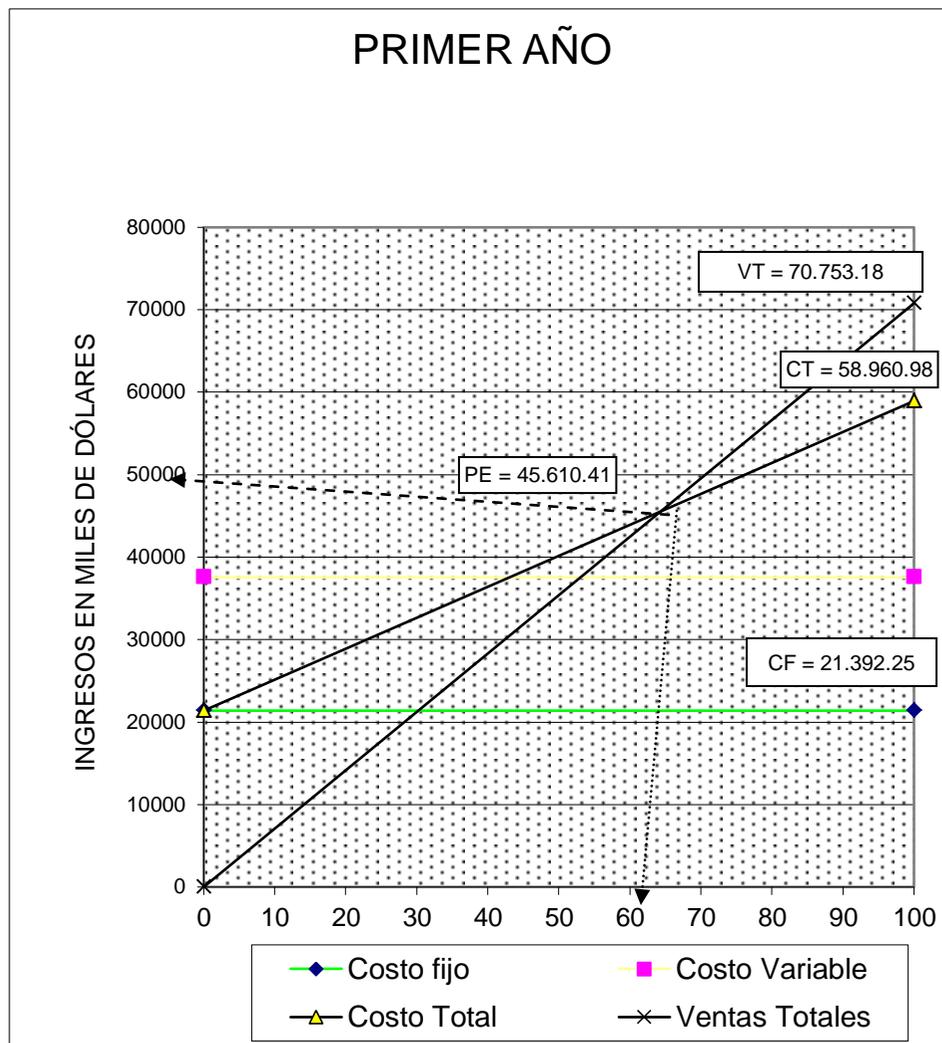
- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{21,392.25}{1 - \frac{37,568.73}{70,753.18}}$$

$$PE = 45,610.41 \text{ dólares}$$

GRAFICO Nro. 30
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN A LAS VENTAS Y LA
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: Las Autoras

AÑO 5

- **PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

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

$$PE = \frac{22,491.58}{80,159.07 - 44,307.64} \times 100$$

$$PE = 62.74\%$$

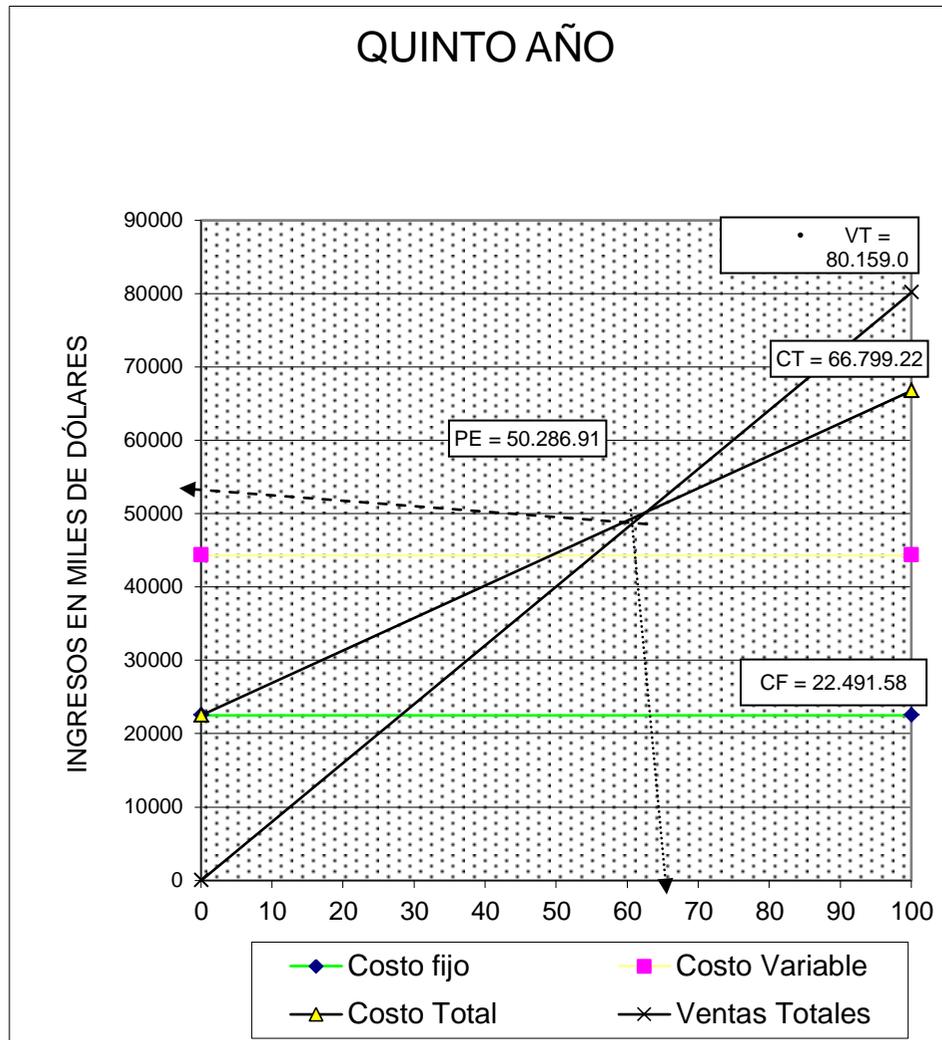
- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{22,491.58}{1 - \frac{44,307.64}{80,159.07}}$$

$$PE = 50,286.91 \text{ dólares}$$

GRÁFICO Nro. 31
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD
INSTALADA



ELABORACION: Las Autoras

AÑO 10

- **PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

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

$$PE = \frac{25,952.90}{93,096.23 - 51,627.31} \times 100$$

$$PE = 62.58\%$$

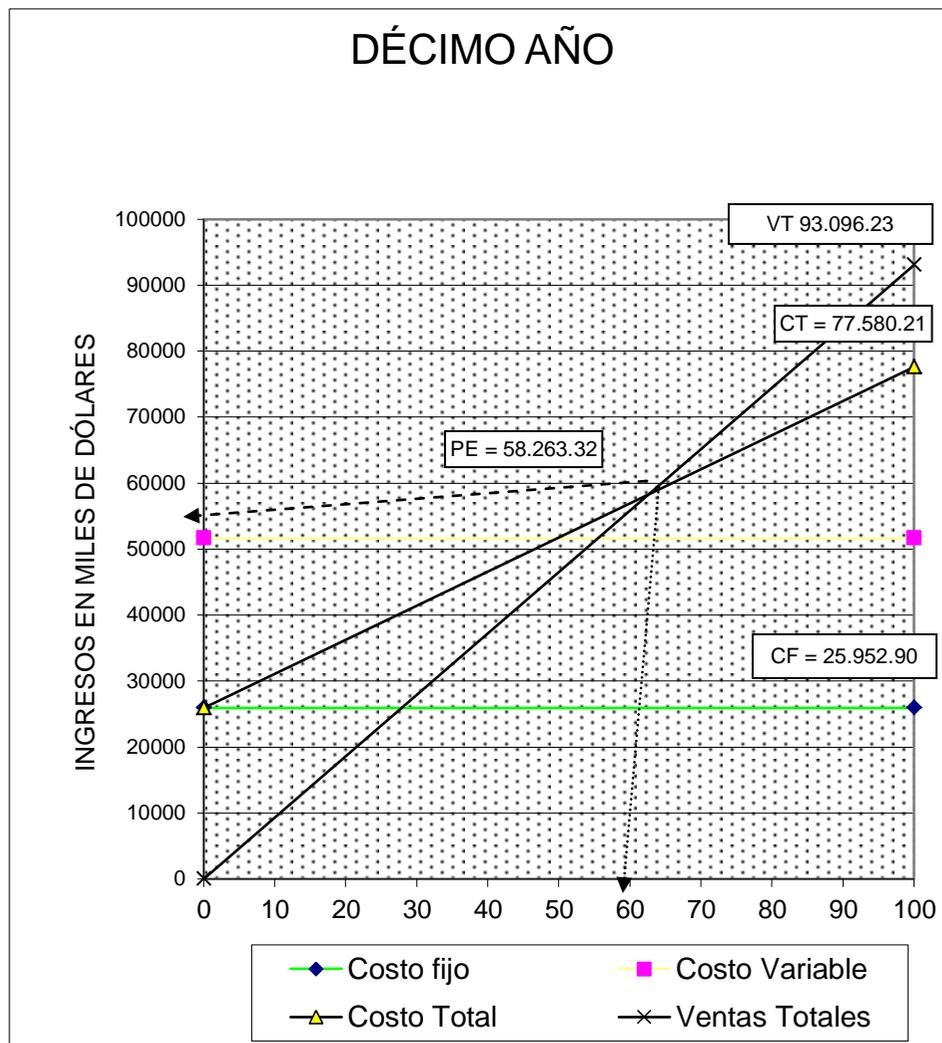
- **EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{25,952.90}{1 - \frac{51,627.31}{93,096.23}}$$

$$PE = 58,263.32 \text{ dólares}$$

GRÁFICO Nro.32
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN A LAS VENTAS Y CAPACIDAD
INSTALADA



ELABORACION: Las Autoras

3.5.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

También llamado estado de resultados, se utiliza para calcular la utilidad obtenida por la empresa, o la pérdida habida en el transcurso de un periodo. El estado de pérdidas y ganancias proporciona una medida del éxito de la empresa, en la obtención de utilidades provenientes de las actividades operativas en un periodo contable dado; también indica la fuente y monto de los ingresos de la empresa y la naturaleza y monto de los gastos de la misma. Está conformado por dos elementos básicos:

- **INGRESOS.-** Estos dan cuenta de las entradas resultantes de la venta de los servicios prestados por la empresa a sus clientes.
- **GASTOS.-** Indica las salidas que se han producido para generar dichos ingresos.
- **PERÍODO CONTABLE.-** Es variable de acuerdo a las necesidades específicas de cada empresa. Puede ser mensual, trimestral, semestral o anual. Un período contable de un año ha de servir para distribuir los estados financieros a los accionistas e inversionistas potenciales y para cumplir con las disposiciones fiscales. Generalmente se preparan reportes anuales usando el año calendario como periodo contable. A continuación se muestra la estructura básica del Estado de Pérdidas y Ganancias.

CUADRO Nro.37
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	Ingreso por ventas	70.753,18	72.246,95	76.030,30	77.879,51	80.159,07	82.903,18	85.331,12	87.837,32	90.424,68	93.096,23
-	Costos de Producción	43.548,77	44.769,07	47.853,73	49.209,47	50.605,88	52.370,58	53.852,03	55.377,93	56.949,60	58.568,43
	Utilidad Bruta	27.204,41	27.477,88	28.176,57	28.670,04	29.553,19	30.532,60	31.479,09	32.459,39	33.475,08	34.527,80
-	Costos de Operación	15.412,21	15.436,72	15.504,86	15.690,12	16.193,35	16.715,40	17.257,23	17.819,84	18.404,30	19.011,76
=	Utilidad Neta	11.792,20	12.041,16	12.671,72	12.979,92	13.359,84	13.817,20	14.221,85	14.639,55	15.070,78	15.516,04
-	15% utilidad a trabajadores	1.768,83	1.806,17	1.900,76	1.946,99	2.003,98	2.072,58	2.133,28	2.195,93	2.260,62	2.327,41
=	Utilidad antes de Imp. a la renta	10.023,37	10.234,99	10.770,96	11.032,93	11.355,87	11.744,62	12.088,58	12.443,62	12.810,16	13.188,63
-	25% Impuesto a la renta	2.505,84	2.558,75	2.692,74	2.758,23	2.838,97	2.936,15	3.022,14	3.110,91	3.202,54	3.297,16
=	Utilidad líquida del ejercicio	7.517,52	7.676,24	8.078,22	8.274,70	8.516,90	8.808,46	9.066,43	9.332,72	9.607,62	9.891,47

ELABORACIÓN:

Las Autoras

3.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

Para evaluar las inversiones se usan los siguientes métodos, entre los principales tenemos:

- El flujo de caja
- El valor actual neto (VAN)
- La tasa interna de retorno (TIR)
- Relación beneficio costo
- Periodo de recuperación de capital, y
- Análisis de sensibilidad

3.6.1. FLUJO DE CAJA

Se puede elaborar flujos de caja mensuales, para un periodo de producción, un semestre o año, dependiendo del objetivo del mismo. Para el presente caso se elabora un flujo de caja anual con la finalidad de evaluar el movimiento de efectivo, prever periodos de liquidez y evaluar la rentabilidad de las inversiones.

Previamente se tiene que definir el número de años a considerar en la evaluación del proyecto, en el cuadro siguiente, se muestra el flujo de caja proyectado para los diez años, que es la vida útil del proyecto.

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

La utilidad neta se obtiene del estado de resultados proyectados para los diez años, las depreciaciones y amortizaciones de intangibles son datos que se obtienen de los presupuestos de costos de producción rubros costos fijos. Las amortizaciones de la deuda son montos calculados en el plan de amortizaciones del préstamo y el valor de salvamento se obtiene del anexo de depreciaciones. Las variaciones de caja para cada año constituyen flujos de efectivo, para los cálculos del valor actual neto, beneficio costo, período de recuperación, Tasa interna de retorno y análisis de sensibilidad.

**CUADRO Nro. 38
FLUJO DE CAJA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		70.753,18	72.246,95	76.030,30	77.879,51	80.159,07	82.903,18	85.331,12	87.837,32	90.424,68	93.096,23
Crédito Banco de Loja	10.000,00										
Capital propio	18.169,15										
Valor de rescate						2.400,00					3.654,32
Total de ingresos	28.169,15	70.753,18	72.246,95	76.030,30	77.879,51	82.559,07	82.903,18	85.331,12	87.837,32	90.424,68	96.750,55
EGRESOS											
Activo Fijo	20.954,06										
Activo Diferido	800,00										
Activo Circulante	6.415,09										
Presupuesto de operación		58.960,98	60.205,80	63.358,58	64.899,59	66.799,22	69.085,98	71.109,27	73.197,77	75.353,90	77.580,19
- Depreciación y Amortizac.		2.768,89	2.768,89	2.768,89	2.768,89	2.768,89	3.088,89	3.088,89	3.088,89	3.088,89	3.088,89
15% Utilidad a los trab		1.768,83	1.806,17	1.900,76	1.946,99	2.003,98	2.072,58	2.133,28	2.195,93	2.260,62	2.327,41
25% Impuesto a la Renta		2.505,84	2.558,75	2.692,74	2.758,23	2.838,97	2.936,15	3.022,14	3.110,91	3.202,54	3.297,16
Amortización de Capital		3.333,33	3.333,33	3.333,34							
Total de egresos	28.169,15	63.800,09	65.135,16	68.516,53	66.835,92	68.873,28	71.005,83	73.175,80	75.415,72	77.728,17	80.115,86
FLUJO DE CAJA	0,00	6.953,08	7.111,80	7.513,77	11.043,59	13.685,79	11.897,35	12.155,32	12.421,61	12.696,51	16.634,68

ELABORACIÓN:

Las Autoras

3.6.2. VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos, el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN, es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

$$\text{Factor} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$\text{Factor} = \frac{1}{(1 + 0.12)^2}$$

$$\text{Factor} = 0.892857$$

CUADRO Nro. 39
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		12%	
0	28.169,15		
1	6.953,08	0,892857	6.208,11
2	7.111,80	0,797194	5.669,48
3	7.513,77	0,711780	5.348,15
4	11.043,59	0,635518	7.018,40
5	13.685,79	0,567427	7.765,69
6	11.897,35	0,506631	6.027,57
7	12.155,32	0,452349	5.498,45
8	12.421,61	0,403883	5.016,88
9	12.696,51	0,360610	4.578,49
10	16.634,68	0,321973	5.355,92
		SUMA	58.487,14
			28.169,15
			30.317,99

ELABORACIÓN: Las Autoras

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto Actualizado - Inversión

V.A.N. = 58.487,14 - 28.169,15

V.A.N. = 30.317,99

3.6.3. TASA INTERNA DE RETORNO.

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptar el proyecto.

- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazar el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 30.75% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, porque nos indica que este porcentaje se encuentra por encima del porcentaje de la tasa pasiva actual que a plazo fijo es del 8%, y así mismo es superior al costo de capital que es del 12%, o de otra manera se puede explicar que la empresa se encuentra en posibilidades de pagar un interés hasta de un 30.75%.

CUADRO Nro.40
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		30,50%		31,00%	
0	-28.169,15		-28.169,15		-28.169,15
1	6.953,08	0,766284	5.328,03	0,763359	5.307,70
2	7.111,80	0,587190	4.175,98	0,582717	4.144,16
3	7.513,77	0,449954	3.380,85	0,444822	3.342,29
4	11.043,59	0,344793	3.807,75	0,339559	3.749,95
5	13.685,79	0,264209	3.615,91	0,259205	3.547,43
6	11.897,35	0,202459	2.408,73	0,197866	2.354,09
7	12.155,32	0,155141	1.885,79	0,151043	1.835,98
8	12.421,61	0,118882	1.476,70	0,115300	1.432,21
9	12.696,51	0,091097	1.156,62	0,088015	1.117,49
10	16.634,68	0,069806	1.161,21	0,067187	1.117,64
			228,42		-220,22

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 30,5 + 0,5 \left(\frac{1,517.84}{228,42 - (-220,22)} \right)$$

$$TIR = 105,87 + 1,107.67$$

$$TIR = 30,75\%$$

3.6.4. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.20) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 20 centavos de utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que viene a continuación:

CUADRO Nro. 41
RELACION BENEFICIO/COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		12%			12%	
1	58.960,98	0,892857	52.643,73	70.753,18	0,892857	63.172,48
2	60.205,80	0,797194	47.995,69	72.246,95	0,797194	57.594,83
3	63.358,58	0,711780	45.097,39	76.030,30	0,711780	54.116,87
4	64.899,59	0,635518	41.244,86	77.879,51	0,635518	49.493,84
5	66.799,22	0,567427	37.903,67	80.159,07	0,567427	45.484,41
6	69.085,98	0,506631	35.001,11	82.903,18	0,506631	42.001,33
7	71.109,27	0,452349	32.166,22	85.331,12	0,452349	38.599,47
8	73.197,77	0,403883	29.563,35	87.837,32	0,403883	35.476,02
9	75.353,90	0,360610	27.173,37	90.424,68	0,360610	32.608,05
10	77.580,19	0,321973	24.978,74	93.096,23	0,321973	29.974,49
			373.768,15			448.521,78

ELABORACIÓN: Las Autoras

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}} = \frac{448.521,78}{373.768,15} = 1,20$$

3.6.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

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

CUADRO Nro. 42
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	28.169,15	
1		6.953,08
2		7.111,80
3		7.513,77
4		11.043,59
5		13.685,79
6		11.897,35
7		12.155,32
8		12.421,61
9		12.696,51
10		16.634,68
		TOTAL: 112.113,51

ELABORACIÓN: Las Autoras

SUMATORIA DEL FLUJO NETO - INVERSIÓN

$$\text{P.R.C.} = \frac{\text{SUMATORIA DEL FLUJO NETO - INVERSIÓN}}{\text{FLUJO ÚLTIMO AÑO}}$$

$$\text{P.R.C.} = \frac{112.113,51 - 28.169,15}{16.634,68}$$

$$\text{P.R.C.} = 5,046 \text{ años}$$

$$0,046 \times 12 = 0,556 \text{ meses}$$

$$0,556 \times 30 = 16,68 \text{ días}$$

La inversión se recuperará en 5 años y 16 días

3.6.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 8% en los costos y una disminución del 6.5% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

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

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad no son mayores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 6.5% y en un 8%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios.

FORMULAS:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

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

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

CUADRO Nro. 43
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 8% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		8,00%			24,00%		24,50%	
						-28.169,15		-28.169,15
1	58.960,98	63.677,86	70.753,18	7.075,32	0,80645	5.705,90	0,80321	5.682,99
2	60.205,80	65.022,26	72.246,95	7.224,70	0,65036	4.698,68	0,64515	4.661,02
3	63.358,58	68.427,27	76.030,30	7.603,03	0,52449	3.987,69	0,51819	3.939,84
4	64.899,59	70.091,56	77.879,51	7.787,95	0,42297	3.294,10	0,41622	3.241,50
5	66.799,22	72.143,16	80.159,07	8.015,91	0,34111	2.734,29	0,33431	2.679,82
6	69.085,98	74.612,86	82.903,18	8.290,32	0,27509	2.280,56	0,26852	2.226,15
7	71.109,27	76.798,01	85.331,12	8.533,11	0,22184	1.893,02	0,21568	1.840,44
8	73.197,77	79.053,59	87.837,32	8.783,73	0,17891	1.571,47	0,17324	1.521,68
9	75.353,90	81.382,21	90.424,68	9.042,47	0,14428	1.304,64	0,13915	1.258,24
10	77.580,19	83.786,61	93.096,23	9.309,62	0,11635	1.083,22	0,11177	1.040,49
						384,42		-76,98

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 24 + 0,5 \left(\frac{384,42}{384,42 + 76,98} \right)$$

$$NTIR = 24,42\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 30,75\%$$

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tirproj. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **6,33%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **20,60%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,8435447**

CUADRO Nro. 44
ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCION DEL 6.5% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 6,50%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 24,50%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 25,00%	VALOR ACTUAL
						-28.169,15		-28.169,15
1	58.960,98	70.753,18	66.154,22	7.193,24	0,8032	5.777,70	0,8000	5.754,59
2	60.205,80	72.246,95	67.550,90	7.345,11	0,6452	4.738,70	0,6400	4.700,87
3	63.358,58	76.030,30	71.088,33	7.729,75	0,5182	4.005,50	0,5120	3.957,63
4	64.899,59	77.879,51	72.817,34	7.917,75	0,4162	3.295,52	0,4096	3.243,11
5	66.799,22	80.159,07	74.948,73	8.149,51	0,3343	2.724,49	0,3277	2.670,43
6	69.085,98	82.903,18	77.514,47	8.428,49	0,2685	2.263,26	0,2621	2.209,48
7	71.109,27	85.331,12	79.784,60	8.675,33	0,2157	1.871,12	0,2097	1.819,35
8	73.197,77	87.837,32	82.127,90	8.930,13	0,1732	1.547,04	0,1678	1.498,23
9	75.353,90	90.424,68	84.547,08	9.193,18	0,1391	1.279,21	0,1342	1.233,89
10	77.580,19	93.096,23	87.044,97	9.464,78	0,1118	1.057,83	0,1074	1.016,27
						391,23		-65,30

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 6,5 + 0,5 \left(\frac{391,23}{391,23 + 65,30} \right)$$

NTIR = 24,93%

TIR DEL PROYECTO = 30,75%

1) **DIFERENCIA DE TIR**

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif. Tir. = **5,82%**

2) **PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) * 100

% Var. = **18,93%**

3) **SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var. / Nueva Tir

Sensibilidad = **0,7594440**

3.7. ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

3.7.1. CONSTITUCIÓN Y RAZÓN SOCIAL DE LA COMPAÑÍA

El tipo de empresa que hemos creído conveniente conformar, es bajo la modalidad de Compañía Anónima, que funcione al nivel de una pequeña empresa, para lo cual en primera instancia tendrá que constituirse legalmente mediante escritura pública, notariada e inscrita en el Registro Mercantil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.

OBJETO.- La empresa se dedicará a la prestación de servicios de Café-Galería en la cual ofreceremos los servicios de: Cafetería, Biblioteca, Exposiciones, Teatro y Conferencias.

RAZÓN SOCIAL.- La sociedad empresarial se denominará “Loja de Antaño” Café-Galería, Compañía Anónima.

DURACIÓN.- La organización tendrá una vida útil de diez años, a partir de la fecha de inscripción en la Registradora Mercantil.

CAPITAL.- El capital social será suscrito en su totalidad, para que el proyecto pueda ponerse en marcha, acorde con el cronograma de inversiones,

teniendo presente que el 25% del monto total será depositado en el Banco de Loja, como requisito indispensable para la escritura pública de constitución definitiva.

DOMICILIO.- La Empresa “Loja de Antaño” Café-Galería S.A., estará domiciliada en la ciudad, cantón y provincia de Loja.

ADMINISTRACIÓN.- Todas las socias tienen la capacidad de administrar la compañía y firmar por ella. Si en el acta de constitución de la Compañía Anónima se aclarara que sólo alguna o algunas de las socias han sido autorizadas para cobrar o para administrar y firmar por ella, sólo la firma y los actos de éstas bajo la razón social obligarán a la compañía a cumplir con las obligaciones que éstas han adquirido a su nombre.

3.7.2. NIVELES ADMINISTRATIVOS

La estructura funcional de la empresa estará constituida por los siguientes niveles:

Nivel Legislativo.- Estará representado por la Junta General de Accionistas. Este nivel es el más alto y se encarga de determinar las políticas de la empresa.

Nivel Asesor.- Lo conforma un profesional de Ciencias Jurídicas, quien tendrá que asesorar cuando sea requerido en problemas legales de la empresa.

Nivel de Apoyo.- Estará formado por todos aquellos puestos de trabajo que tengan relación directa con el cumplimiento de las actividades administrativas de la empresa como ser la Secretaría y Guardianía.

Nivel Operativo.- En este nivel estarán ubicados las personas que tienen relación directa con el proceso de prestación del servicio.

3.7.3. ORGANIGRAMAS

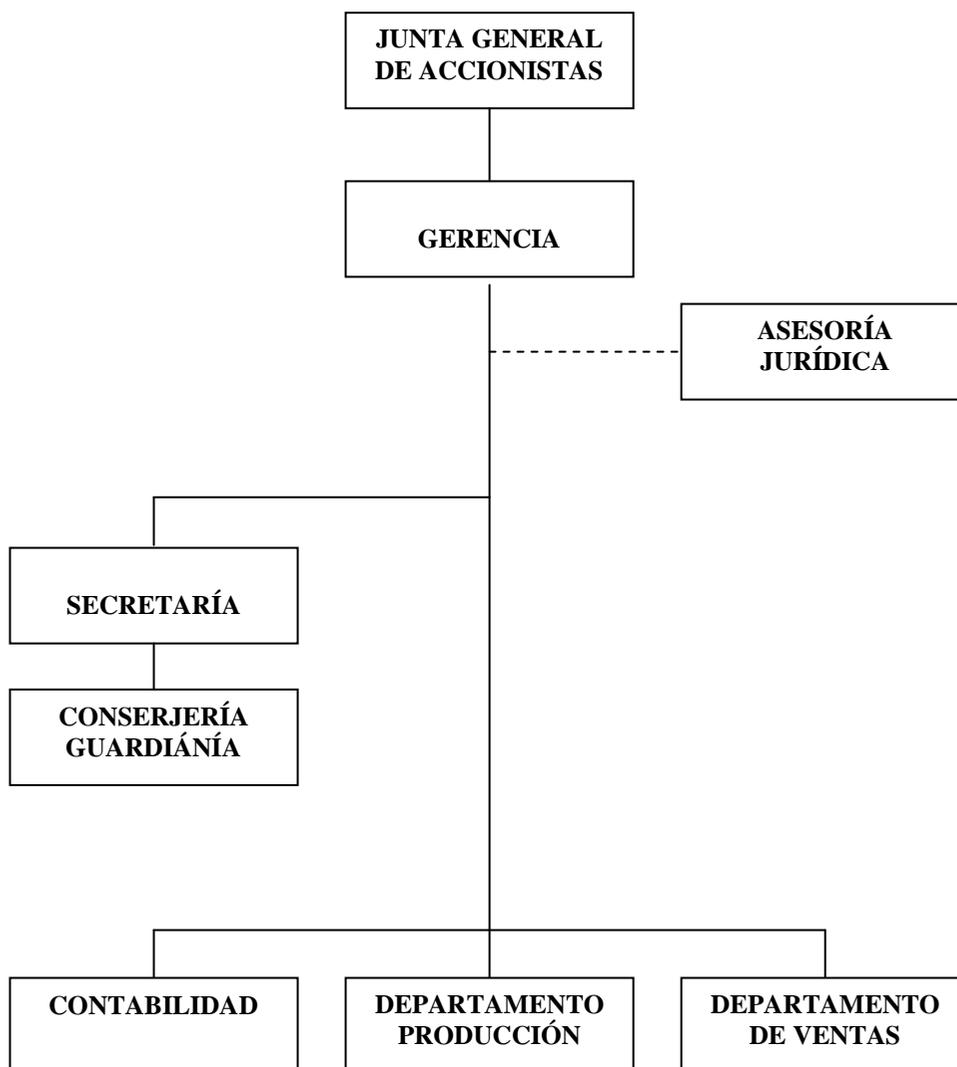
Son cuadros de organización que muestran ordenadamente los diferentes agrupamientos de las actividades básicas en departamentos y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre estos departamentos y unidades.

Los organigramas que hemos establecido en nuestra compañía son dos: estructural y funcional.

A continuación se detallan cada uno de los organigramas con su correspondiente explicación.

GRAFICO Nro.33
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

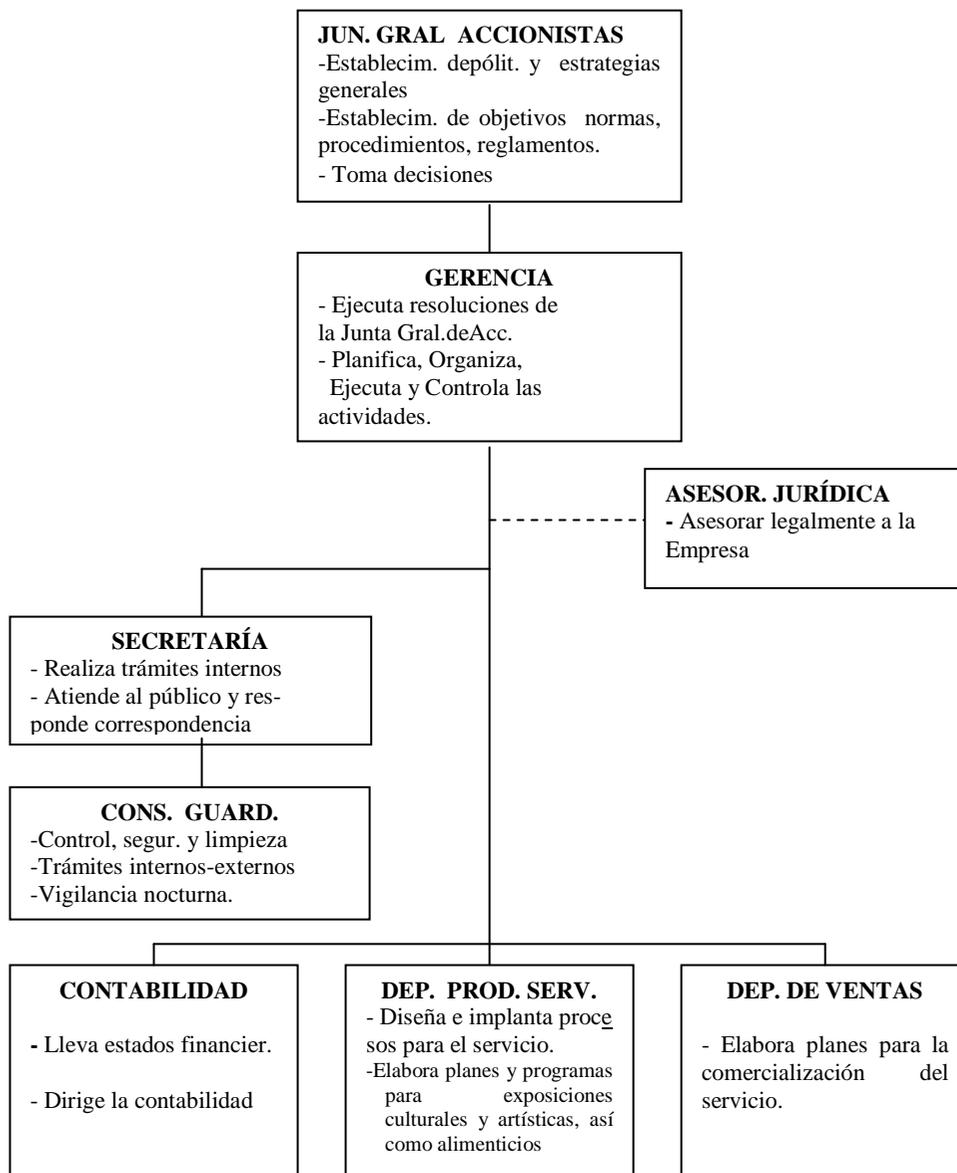
“Loja de Antaño”
Café-Galería S.A



ELABORACIÓN: Las Autoras

GRAFICO Nro. 34
ORGANIGRAMA FUNCIONAL

“Loja de Antaño”
Café-Galería S.A.



ELABORACIÓN: Las Autoras

3.7.4. MANUAL DE FUNCIONES

Determina las funciones y responsabilidad que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la empresa. Así como también define la línea de autoridad.

Todos quienes integran el Recurso Humano de la Empresa deben tener conocimiento claro del trabajo que van a desempeñar, ya que de esto dependerá alcanzar mayor productividad en la Organización.

- **TITULO DEL PUESTO: Gerente**

Tendrá autoridad sobre todo el personal de la empresa.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Administrar los recursos humanos, materiales y económicos de la empresa y ejecutar, supervisar y coordinar la actividad comercial de la misma.

RELACIÓN DE DEPENDENCIA: Depende del Directorio.

FUNCIONES TÍPICAS DEL GERENTE:

- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.
- Cumplir con las disposiciones dadas en el directorio e informar sobre la marcha de las mismas.

- Realizar las actividades de promoción y generar ideas para mejorar el negocio.
- Contratar el personal que se requiera para la realización de actividades de la empresa.
- Organizar cursos de capacitación.
- Convocar a reuniones para coordinar las actividades de la empresa.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Ingeniero Comercial, Economista.
 - Conocimientos en administración de empresas.
 - Experiencia mínima de dos años.
-
- **TITULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico**

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Dirección, ejecución, y coordinación de labores jurídicas variadas.

FUNCIONES TIPICAS

- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Asumir la defensa de la institución y de sus servidores en asuntos oficiales.

- Emitir dictámenes en materia de su competencia.
- Asesorar en materia legal a funcionarios, directivos y ejecutivos.
- Participar en sesiones de Junta de Accionistas y Jefes.
- Elaborar proyectos de resolución y fallos administrativos variados.
- Elaborar, estudiar contratos y proyectos de reforma a la ley, reglamentos, decretos, acuerdos y resoluciones.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad por la representación legal, solución de asuntos jurídicos y la toma de decisiones.

REQUISITOS MINIMOS:

- Doctor en Jurisprudencia o Abogado.
 - Experiencia profesional mínima de dos años.
 - Licencia profesional actualizada.
-
- **TITULO DEL PUESTO: Contabilidad**

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Diseñar, implementar y mantener el sistema integrado de contabilidad de la compañía.

RELACIÓN DE DEPENDENCIA:

Depende de la Gerencia.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Llevar y controlar la contabilidad de la compañía.
- Elaborar los estados financieros.
- Preparar informes mensuales acerca de los saldos de cada una de las cuentas de la empresa.
- Preparar y presentar la declaración de impuestos.
- Realizar los roles de pagos para el personal de la empresa y la documentación respectiva al IESS.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad técnica y económica, exactitud, destreza.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Contadora Pública.
- Conocimientos en contabilidad de costos.
- Experiencia mínima de dos años.
- Licencia profesional.

- **TITULO DEL PUESTO: Secretaría**

Realizar labores de secretaría y asistencia directa al gerente de la empresa.

RELACIÓN DE DEPENDENCIA:

Depende de la Gerencia.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Redactar y mecanografiar todo tipo de correspondencia.
- Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el Gerente de la empresa.
- Controlar la asistencia del personal.
- Mantener actualizados los archivos de los documentos comunicaciones de secretaria.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad, destreza, creatividad.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Secretaria Pública.
- Conocimientos en secretaría y archivo.
- Experiencia mínima de dos años.

- **TITULO DEL PUESTO: Conserje**

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ejecución de labores rutinarias de mensajería, limpieza, y mantenimiento en general.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Franquear y retirar correspondencia, así como ejecutar diligencias en bancos y otras instituciones.
- Realizar el aseo de oficinas y salas de los servicios que dispone el café-galería.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad por la buena presentación de oficinas e instalaciones de la empresa, demostrando predisposición e interés. Esta sujeto a control y supervisión de sus superiores.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Bachiller.
- Experiencia de tres meses en funciones similares.

- **TITULO DEL PUESTO: Guardián**

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ejecución de labores rutinarias de guardianía y seguridad en general.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Vigilar eventualmente el edificio y otros bienes de la empresa.
- Ejecutar ocasionalmente trabajos de carpintería, gasfitería, albañilería y otros, tendientes a mantener la imagen y presentación de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsabilidad para cuidar, custodiar las oficinas e instalaciones de la empresa, demostrando predisposición e interés.

Sujeto a control y supervisión de sus superiores.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Bachiller.
- Experiencia de seis meses en funciones similares.

- **TITULO DEL PUESTO: Cheff**

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Se encarga de mantener la buena preparación y presentación de los platos a ofrecer.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Mantener en orden el servicio de cocina.
- Preparar los alimentos bajo las normas de higiene.
- Conservar en buen estado los productos y materiales utilizados en la cocina.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsable por el cumplimiento de las labores de mantenimiento de la cocina y preparación con estilo los alimentos.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título en el arte culinario.
- Experiencia de dos años en este tipo de trabajo.

- Disposición de tiempo completo.
- **TITULO DEL PUESTO: Mesero**

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Se encarga de mantener la buena presentación del salón donde recibirá los servicios el cliente.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Ubicar a los clientes en las mesas adecuadas.
- Tomar los pedidos de los clientes y servir.
- Mantener la buena presentación de las mesas.
- Siempre dar un trato personalizado al cliente con el fin de que éste se sienta cómodo y confiado del servicio que ofrecemos.
- El personal de trabajo **NO PUEDE** estar en estado etílico o bajo la influencia de alguna droga.
- No se puede trabajar con calzado descubierto (sandalias).
- Si se tiene el cabello largo debe estar recogido.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsable por el cumplimiento de las labores de mantenimiento del salón y la buena atención al cliente y estará sujeto a disposiciones de sus superiores.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de Bachiller.
 - Cursos de relaciones humanas y atención al cliente.
 - Experiencia de un año en este tipo de trabajo.
-
- **TITULO DEL PUESTO: Bibliotecario**

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Se encarga de mantener las obras literarias y tener al día el inventario de las mismas así como preocuparse por la buena presentación de la biblioteca con el propósito de entregar un buen servicio a los clientes.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Asesorar sobre las obras literarias a los clientes.
- Estar al día con la información sobre las obras literarias y mantener un registro de las mismas.

- Clasificar las obras literarias por género y por autor.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsable por el cumplimiento de las labores encomendadas, entre ellas; velar por el mantenimiento de la biblioteca y la buena atención al cliente.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título a nivel superior en Lengua y Literatura.
 - Cursos de relaciones humanas y atención al cliente.
 - Experiencia de un año en este tipo de trabajo.
-
- **TITULO DEL PUESTO: Guía**

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Se encarga de orientar al cliente en todas las actividades referentes al servicio de exposiciones artísticas.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Dar la bienvenida y entregar los prospectos y trípticos a la sala de itinerantes.

- Asesorar al cliente en la utilización de los servicios.
- Informar a los clientes sobre las obras en exposición.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsable por el cumplimiento de las labores encomendadas y velar por la buena atención al cliente.

REQUISITOS MINIMOS:

- Estudios básicos en bellas artes.
- Cursos de relaciones humanas y atención al cliente.
- Experiencia de un año en este tipo de trabajo.

- **TITULO DEL PUESTO:Recepcionista**

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Se encarga de dar la bienvenida a los asistentes y brindar información requerida por estos.

FUNCIONES TÍPICAS:

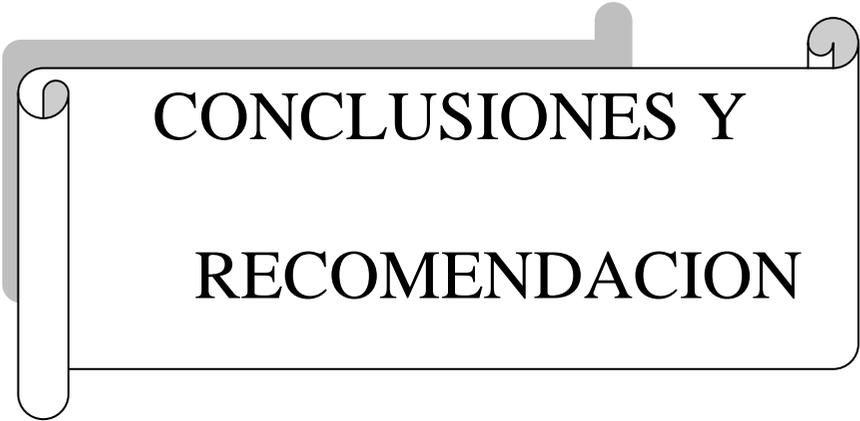
- Registrar a los visitantes.
- Entrega de informes diarios y semanalmente sobre el ingreso de clientes.
- Informar a los clientes asuntos relacionados con los eventos.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Responsable por el cumplimiento de las labores encomendadas, y entregar buena atención al cliente.

REQUISITOS MINIMOS:

- Título de bachiller.
- Buena presencia.
- Cursos de relaciones humanas y atención al cliente.
- Cursos sobre turismo.



**CONCLUSIONES Y
RECOMENDACION**

4.1. CONCLUSIONES

Una vez terminada la presente investigación se llegó a establecer varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:

- Después de haber realizado el estudio de mercado, hemos demostrado que existe una demanda que es atendida por ciertos establecimientos que no cumplen con los requisitos establecidos para este tipo de negocios, inclusive algunos tienen el concepto equivocado sobre el servicio de Café-Galería.
- El servicio que ofreceremos será de acuerdo a las condiciones y necesidades de las personas que lo requieran.
- Al establecer el VAN, el presente proyecto nos da un valor positivo de 30,317.99 dólares, lo que indica que el proyecto es factible y por ende la inversión es conveniente.
- Para el presente proyecto la TIR es 30.75% siendo este valor satisfactorio para realizar este proyecto, por ser mayor a la tasa pasiva actual que es del 8% a plazo fijo.
- El tiempo que se requerirá para recuperar la inversión original es de 5 años y 16 días.

- La Relación Beneficio Costo en el proyecto, es de \$ 1.20, lo que significa que por cada dólar invertido, se tendrá una utilidad de 20 centavos de dólar.
- El Análisis de Sensibilidad, demuestra que el proyecto no será sensible cuando los costos se llegaran a incrementarse hasta en un 8% y los ingresos a disminuirse en un 6.5%.
- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía en Sociedad Anónima y administrativamente se encontrará organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente sus actividades.
- En cuanto a los objetivos planteados, éstos fueron desarrollados en el proceso de la investigación sin problema alguno, así mismo al comprobar la hipótesis, ésta resulta ser positiva.

4.2 RECOMENDACIONES

- Que los inversionistas interesados, ejecuten este proyecto, pues tendrán muchos beneficios tanto sociales como económicos.
- Para realizar una inversión se debe partir de la base fundamental de estudios técnicos, a través de especialistas en la materia, de manera que se garantice la factibilidad de estos estudios.

- La gestión del gobierno para fomentar la creación de empresas a través del amparo y protección de leyes, debe ser apoyada con la ejecución de obras básicas para el desarrollo empresarial, de manera que los capitales existentes en las diferentes provincias, sean invertidos con toda confianza.
- Se recomienda así mismo, que las instalaciones y la puesta en marcha de la empresa, se lo haga en el menor tiempo posible, por cuanto existe una demanda que favorece a los intereses de esta actividad.
- Que exista una buena gestión organizacional, con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus áreas.
- Frente al proceso productivo del servicio, se recomienda utilizar una tecnología de punta, con la finalidad de prevenir ciertos desfases que vayan en contra de la empresa y del usuario.



RESUMEN

5.1. RESUMEN

El trabajo de investigación se refiere a la entrega de un servicio de Café-Galería en la ciudad y provincia de Loja, con el propósito de atender una demanda que exige el mercado de esta sociedad y a la vez contar con la mano de obra necesaria.

Para descubrir la factibilidad del proyecto, se realizó el correspondiente estudio de mercado, tamaño y localización, ingeniería del proyecto, evaluación financiera y la organización de la empresa.

En el estudio de mercado se pudo determinar que existe suficiente demanda para implementar este tipo de empresa en la ciudad y provincia de Loja.

Luego de haber realizado la evaluación financiera, con sus respectivos índices, como el VAN, TIR, RBC, PRC, dan como resultado indicadores positivos, los cuales nos aseguran que se puede realizar este proyecto sin mayores dificultades.

Uno de los indicadores financieros que demuestra que el proyecto es rentable es el VAN, que nos da una cantidad superior a la rentabilidad esperada, por tal razón se asegura que el proyecto es ejecutable.

Además se ha establecido su organización administrativa con los diferentes niveles jerárquicos y con las funciones que se debe desempeñar en cada uno de los

puestos de trabajo que existirán en la empresa. Esta como tal, está estructurada y se ha previsto que la vida útil del proyecto sea de un período de diez años, estando ubicada en la ciudad y provincia de Loja.

A decorative graphic of a scroll with a grey shadow and a black outline, containing the word 'BIBLIOGRAFÍA' in a serif font.

BIBLIOGRAFÍA

1. ANDERSON, David R., Statistics for business and economics, 2ª de., West Publishing, St. Paul., Minn., 1984
2. ARMIJOS Gutiérrez, Eduardo. Guía para la presentación de trabajos de investigación en la Facultad de Ciencias Administrativas. 1990
3. BATTERSBY, Albert. Planificación y Programación de Proyectos. Editorial Ariel. Barcelona - España. 1973
4. Biblioteca Práctica de Administración y Ventas, Tomo I
5. Diccionario Espasa-Calpe S.A.
6. Enciclopedia Autodidáctica Océano, Tomo I, II y III
7. Enciclopedia del Management, Océano Centrum, 1985
8. Enciclopedia Universal Sopena, Tomo 1, 3 7,8 y 13
9. HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación. Editorial Mc. Graw Hill. Buenos Aires - Argentina. 1991
10. KOZEL, Carlos. Guía de Medicina Natural. Editorial de la Misión. Bogotá - Colombia.
11. MOSTO Díaz, Jorge. Costo y Presupuesto. Editorial Bros Técnicos. 1982
12. VÁZQUEZ R., Víctor Hugo. Organización Aplicada Gráficas Arboleda. Quito - Ecuador. 1995
13. [HTTP://WWW.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400989.html](http://WWW.esmas.com/emprendedores/startups/comohacerestudios/400989.html).

A decorative graphic of a scroll with a grey shadow, containing the text "ANEXOS" in a serif font.

ANEXOS

ANEXO Nro. 1
ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

ANEXO Nro. 2

ENCUESTAS A DEMANDANTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Los estudiantes de la Carrera de Administración Empresas de la Universidad Nacional de Loja, le solicitamos comedidamente la información requerida en la presente encuesta, la misma que tiene como objetivo conocer su opinión sobre el servicio que brindan los Café-Galería (Sustitutos) en nuestra ciudad.

1.- ¿Acude usted a hacer uso del servicio de Café-Galería en la ciudad de Loja?

SI ()
 NO ()

2.- ¿Cada qué tiempo Ud. visita estos lugares?

DIARIO ()
 SEMANAL ()
 QUINCENAL ()
 MENSUAL ()
 OCASIONES ESPECIALES ()

3.- ¿Por qué razones acude Ud. a este lugar?

VARIEDAD ()
 COMODIDAD ()
 INNOVACIÓN ()

4.- ¿Considera Ud. que el costo por este tipo de servicios es?

BAJO: \$ 1.50 – 2.50 ()
 MEDIO: \$ 2.51 – 4.00 ()
 ALTO: \$ 4.01 – 6.50 ()

5.- ¿Por qué medios de comunicación Ud. se enteró de este tipo de servicios?

RADIO	()
PRENSA ESCRITA	()
HOJAS VOLANTES	()
TV.	()
AFICHES	()

6.- ¿Cuál es el horario en el que usted acude a estos lugares?

MAÑANA: 09H00 – 12H00	()
TARDE: 14H00 – 18H00	()
NOCHE: 19h00 – 24h00	()

7.- ¿Qué platos típicos de la comida Lojaña sirven en estos lugares?

TAMAL	()
HUMITAS	()
QUIMBOLITOS	()
EMPANADAS DE VIENTO	()
QUESADILLAS	()
MOLLOCO	()
SANGO	()
OTROS	()

8.- ¿En caso de implementarse un Café-Galería en la ciudad de Loja, acorde a las necesidades de la población, acudiría a utilizar sus servicios?

SI	()
NO	()

9.- ¿Qué servicios le gustaría que le brinden?

CAFETERÍA	()
BIBLIOTECA	()
EXPOS. ARTE	()
TEATRO	()
MÚSICA	()
OTROS	()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nro. 3

ENCUESTAS A OFERTANTES



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Los estudiantes de la Carrera de Administración Empresas de la Universidad Nacional de Loja, le solicitamos comedidamente la información requerida en la presente encuesta, la misma que tiene como objetivo conocer el mercado que brinda el servicio de Café Galería en nuestra ciudad.

1. ¿Cuáles son los servicios que ofrece en su negocio?

ESPECTÁCULOS	()
MÚSICA	()
EXPOSICIONES DE ARTE	()
LICORES	()
COMIDA TÍPICA	()

2. ¿Qué horarios pone a disposición sus servicios?

TARDE Y NOCHE:(14H00-22H00)	()
TODO EL DÍA: (09H00-2200)	()

3. ¿En qué días ofrece la atención de sus servicios?

LUNES A VIERNES	()
LUNES A SÁBADO	()

4. ¿Qué número de personas acuden diariamente a hacer uso de los servicios que presta su negocio?

.....

5. ¿Por qué medios de comunicación hacen conocer sus servicios?

RADIO ()
TELEVISIÓN ()
PRENSA ESCRITA ()
HOJAS VOLANTES O AFICHES ()

6. ¿Quiénes acuden a hacer uso de estos servicios?

MENORES DE 18 AÑOS ()
MAYORES DE 18 AÑOS ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nro. 4
PRESUPUESTO DE MATERIALES DIRECTOS PARA CAFETERÍA

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Tamales	Unid	600,00	0,30	180,00
Humitas	Unid.	600,00	0,30	180,00
Quimbolitos	Unid.	600,00	0,35	210,00
Empanadas	Unid.	400,00	0,20	80,00
Quesadillas	Unid.	500,00	1,10	550,00
Café	Libs.	50,00	2,00	100,00
Azúcar	Libs.	100,00	0,30	30,00
TOTAL 1er. año	4,680 personas a atender.			1.330,00
TOTAL 2do. año	4,680 personas a atender. + 3%			1.369,90
TOTAL 3er. año	5,616 personas a atender. + 3%			1.693,19

FUENTE: Chef
ELABORACIÓN: Los Autoras

ANEXO Nro. 5
PRESUPUESTO DE MATERIALES DIRECTOS PARA BIBLIOTECA

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Libros	Unid	480,00	1,25	600,00
Fichas bibliográficas	Unid.	1.000,00	0,02	20,00
TOTAL 1er. año	4,680 personas a atender.			620,00
TOTAL 2do. año	4,680 personas a atender. + 3%			638,60
TOTAL 3er. año	5,616 personas a atender. + 3%			789,31

FUENTE: Librerías de la ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Loja
ELABORACIÓN: Los Autoras

ANEXO Nro. 6
PRESUPUESTO DE MATERIALES DIRECTOS PARA TEATRO

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Tripticos	Unid	10.400,00	0,09	936,00
Publicidad (Radio)	Cuñas	100,00	11,96	1.196,00
TOTAL 1er. año	4,680 personas a atender.			2.132,00
TOTAL 2do. año	4,680 personas a atender. + 3%			2.195,96
TOTAL 3er. año	5,616 personas a atender. + 3%			2.714,21

FUENTE: Establecimientos Publicitarios
ELABORACIÓN: Los Autoras

ANEXO Nro.7
PRESUPUESTO DE MATERIALES DIRECTOS
PARA SALA DE CONFERENCIAS

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Afiches	Unid	5.200,00	0,23	1.196,00
TOTAL 1er. año	4,680 personas a atender.			1.196,00
TOTAL 2do. año	4,680 personas a atender. + 3%			1.231,88
TOTAL 3er. año	5,616 personas a atender. + 3%			1.522,60

FUENTE: Papelerías
 ELABORACIÓN: Los Autoras

ANEXO Nro. 8
PRESUPUESTO DE MATERIALES DIRECTOS PARA EXPOSICIONES

DENOMINACIÓN	U/MED.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Tripticos	Unid	10.400,00	0,09	936,00
Catalogos	Unid.	10.400,00	0,11	1.144,00
Afiches	Unid.	5.200,00	0,23	1.196,00
TOTAL 1er. año	4,680 personas a atender.			3.276,00
TOTAL 2do. año	4,680 personas a atender. + 3%			3.374,28
TOTAL 3er. año	5,616 personas a atender. + 3%			4.170,61

FUENTE: Establecimientos Publicitarios
 ELABORACIÓN: Los Autoras

ANEXO Nro. 9
PROYECCIÓN PARA MATERIALES DIRECTOS
PARA OPERACIÓN

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	8.554,00
2	8.810,62
3	10.889,92
4	11.216,62
5	11.553,12
6	11.899,71
7	12.256,70
8	12.624,40
9	13.003,13
10	13.393,23

Nota: Para realizar la proyección de los presupuestos de materiales directos, sumamos los totales del primer año del Anexo Nro. 4 al Anexo Nro. 8. Los tres primeros años, se los toma de las tablas anteriores, a partir del cuarto año se le aumenta únicamente el 3% de incremento.

ANEXO Nro.10
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	CAJERO	MESERO	CHEFF
Básico	200,00	200,00	200,00
Décimo tercero 1/12	16,67	16,67	16,67
Décimo cuarto SBU/12	16,67	16,67	16,67
Vacaciones 1/24	8,33	8,33	8,33
Transporte	20,00	20,00	20,00
Aporte patronal 11,15% de 1	22,30	22,30	22,30
Fondos de Reserva 1/12	16,67	16,67	16,67
Total	300,63	300,63	300,63
Nº de Personas	1,00	1,00	1,00
Total Mensual	300,63	300,63	300,63
Tota anual	3.607,60	3.607,60	3.607,60
Total anual sueldos M.O.D.	10.822,80		

FUENTE: La Tablita
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 11
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	BIBLIOTECARIA	RECEPCIONISTA	GUÍA
Básico	200,00	200,00	200,00
Décimo tercero 1/12	16,67	16,67	16,67
Décimo cuarto SBU/12	16,67	16,67	16,67
Vacaciones 1/24	8,33	8,33	8,33
Transporte	20,00	20,00	20,00
Aporte patronal 11,15% de 1	22,30	22,30	22,30
Fondos de Reserva 1/12	16,67	16,67	16,67
Total	300,63	300,63	300,63
Nº de Personas	1,00	1,00	1,00
Total Mensual	300,63	300,63	300,63
Tota anual	3.607,60	3.607,60	3.607,60
Total anual sueldos M.O.D.	10.822,80		

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro.12
PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	21.645,60
2	22.294,97
3	22.963,82
4	23.652,73
5	24.362,31
6	25.093,18
7	25.845,98
8	26.621,36
9	27.420,00
10	28.242,60

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 13
PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COCINA

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Cocina de seis quemadores	1	180,00	180,00
Refrigeradora	1	450,00	450,00
Microhondas	1	160,00	160,00
Cafetera	1	120,00	120,00
Equipo de Sonido	1	850,00	850,00
Microfono	3	12,00	36,00
Amplificador	1	300,00	300,00
TOTAL			2.096,00

FUENTE: Importadoras Locales y Nacionales

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 14
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COCINA**

VALOR DEL ACTIVO: 2.096,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	2.096,00	209,60		1.886,40
1	1.886,40		188,64	1.697,76
2	1.697,76		188,64	1.509,12
3	1.509,12		188,64	1.320,48
4	1.320,48		188,64	1.131,84
5	1.131,84		188,64	943,20
6	943,20		188,64	754,56
7	754,56		188,64	565,92
8	565,92		188,64	377,28
9	377,28		188,64	188,64
10	188,64		188,64	0,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro.15
PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENSERES**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Butaca	10	30,00	300,00
Juego de mesas con sillas	40	15,00	600,00
Sillas	6	12,00	72,00
Taburetes	10	30,00	300,00
Juego de sala	4	600,00	2.400,00
Estantes	2	300,00	600,00
Barra	1	200,00	200,00
Total:			4.472,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad
ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 16
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES**

VALOR DEL ACTIVO: 4.472,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	4.472,00	447,20		4.024,80
1	4.024,80		402,48	3.622,32
2	3.622,32		402,48	3.219,84
3	3.219,84		402,48	2.817,36
4	2.817,36		402,48	2.414,88
5	2.414,88		402,48	2.012,40
6	2.012,40		402,48	1.609,92
7	1.609,92		402,48	1.207,44
8	1.207,44		402,48	804,96
9	804,96		402,48	402,48
10	402,48		402,48	0,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro.17
PRESUPUESTO PARA ARRIENDO**

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Local para operación de la empresa	400,00	4.800,00
TOTAL		4.800,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 18
PROYECCIÓN PARA ARRIENDO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	4800,00
2	4944,00
3	5092,32
4	5245,09
5	5402,44
6	5564,52
7	5731,45
8	5903,39
9	6080,50
10	6262,91

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 19
PRESUPUESTO PARA INSTALACIONES**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Lámparas de 10 amp.	8	5,00	40,00
Interruptores	8	0,40	3,20
Rollo de alambre N° 12	2	6,50	13,00
Rollo de alambre N° 10	2	7,50	15,00
Medidor trifásico	1	135,00	135,00
Breaker con caja	1	6,00	6,00
TOTAL			212,20

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO Nro. 20
DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES**

VALOR DEL ACTIVO: 212,20				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL			10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	212,20	21,22		190,98
1	190,98		19,10	171,88
2	171,88		19,10	152,78
3	152,78		19,10	133,69
4	133,69		19,10	114,59
5	114,59		19,10	95,49
6	95,49		19,10	76,39
7	76,39		19,10	57,29
8	57,29		19,10	38,20
9	38,20		19,10	19,10
10	19,10		19,10	0,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 21
PRESUPUESTO PARA ÚTILES DE COCINA**

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Platos	150	2,00	300,00
Platillos	200	1,00	200,00
Tazas	200	1,00	200,00
Teteros	4	10,00	40,00
Azucareras	35	2,00	70,00
Servilleteros	35	1,00	35,00
Juegos de Cubiertos (docenas)	10	12,00	120,00
Juegos de Cucharillas (docenas)	10	6,00	60,00
Charoles	72	2,00	144,00
Vasos	50	0,50	25,00
Recipientes de cinco litros	6	10,00	60,00
Manteles	40	12,00	480,00
Floreros	40	3,00	120,00
TOTAL			1.854,00

FUENTE: Almacenes Locales y Nacionales
ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro.22
PROYECCIÓN PARA ÚTILES DE COCINA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	1854,00
2	1909,62
3	1966,91
4	2025,92
5	2086,69
6	2149,29
7	2213,77
8	2280,19
9	2348,59
10	2419,05

ELABORACIÓN:Las Autoras

ANEXO Nro.23
PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE TRABAJO

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Mandiles	2	20,00	40,00
Mascarillas	8	1,00	8,00
			48,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 24
PROYECCIÓN PARA SUMINISTROS DE TRABAJO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	48,00
2	49,44
3	50,92
4	52,45
5	54,02
6	55,65
7	57,31
8	59,03
9	60,80
10	62,63

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro.25
PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VAL. TOTAL
Camioneta Mazda	1	12.000,00
		12.000,00

FUENTE: Distribuidores

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 26
DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO**

VALOR DEL ACTIVO: 12.000,00				
5 AÑOS DE VIDA ÚTIL		20% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	12.000,00	2.400,00		9.600,00
1	9.600,00		1920	7.680,00
2	7.680,00		1920	5.760,00
3	5.760,00		1920	3.840,00
4	3.840,00		1920	1.920,00
5	1.920,00		1920	0,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 27
PRESUPUESTO PARA COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO DEL
VEHÍCULO**

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
El mantenimiento corresponde al 2% mensual del valor del activo	240,00	2.880,00

ELABORACIÓN:Las Autoras

**ANEXO Nro. 28
PROYECCIÓN PARA COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO DEL
VEHÍCULO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	2880,00
2	2966,40
3	3055,39
4	3147,05
5	3241,47
6	3338,71
7	3438,87
8	3542,04
9	3648,30
10	3757,75

ELABORACIÓN:Las Autoras

ANEXO Nro. 29

PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE

DENOMINACIÓN	CANT. (m³)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de agua				
potable	40	0,740	29,60	355,20
				355,20

FUENTE: Empresa Municipal de Agua Potable

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 30**PROYECCIÓN POR CONSUMO DE AGUA POTABLE**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	355,20
2	365,86
3	376,83
4	388,14
5	399,78
6	411,77
7	424,13
8	436,85
9	449,96
10	463,46

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 31**PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

DENOMINACIÓN	CANT. (Kw./h)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo	300	0,15	45,00	540,00
TOTAL			45,00	540,00

FUENTE: Empresa Eléctrica Regional del Sur

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 32
PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3%
1	540,00
2	556,20
3	572,89
4	590,07
5	607,77
6	626,01
7	644,79
8	664,13
9	684,06
10	704,58

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 33
AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	800,00	80,00	720,00
2	720,00	80,00	640,00
3	640,00	80,00	560,00
4	560,00	80,00	480,00
5	480,00	80,00	400,00
6	400,00	80,00	320,00
7	320,00	80,00	240,00
8	240,00	80,00	160,00
9	160,00	80,00	80,00
10	80,00	80,00	0,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro.34
PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

RUBROS/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA	CONSERJE
Básico	300,00	220,00	200,00
Décimo tercero 1/12	25,00	18,33	16,67
Décimo cuarto SBU/12	16,67	16,67	16,67
Vacaciones 1/24	12,50	9,17	8,33
Transporte	20,00	20,00	20,00
Aporte patronal 11,15% d	33,45	24,53	22,30
Fondos de Reserva 1/12	25,00	18,33	16,67
Total	432,62	327,03	300,63
Nº de Empleados	1,00	1,00	1,00
Total Mensual	432,62	327,03	300,63
Tota anual	5.191,40	3.924,36	3.607,60
Total Sueldos Administ.	12.723,36		

FUENTE: La Tablita 2007

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 35
PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	12.723,36
2	13.105,06
3	13.498,21
4	13.903,16
5	14.320,25
6	14.749,86
7	15.192,36
8	15.648,13
9	16.117,57
10	16.601,10

ELABORACIÓN:Las Autoras

ANEXO Nro. 36
PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	80,00	80,00
Sillón tipo gerente	1	50,00	50,00
Escritorio tipo Secretaria	1	40,00	40,00
Silla giratoria	1	30,00	30,00
Sillas	6	8,00	48,00
Archivadores	2	150,00	300,00
Estantes	2	80,00	160,00
Computadora	1	850,00	850,00
Impresora	1	120,00	120,00
Sumadora	1	40,00	40,00
Teléfono	1	45,00	45,00
Total:			1.763,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 37
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

VALOR DEL ACTIVO: 1.763,00				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL		10% DEPRECIACIÓN		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.763,00	176,30		1.586,70
1	1.586,70		158,67	1.428,03
2	1.428,03		158,67	1.269,36
3	1.269,36		158,67	1.110,69
4	1.110,69		158,67	952,02
5	952,02		158,67	793,35
6	793,35		158,67	634,68
7	634,68		158,67	476,01
8	476,01		158,67	317,34
9	317,34		158,67	158,67
10	158,67		158,67	0,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 38
PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Papel bond	200	0,006	1,2
Papel copia	400	0,006	2,4
Lápices	12	0,2	2,4
Esferográficos	12	0,28	3,36
Otros 2%			0,19
Total			9,55

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 39
PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE OFICINA

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	9,55
2	9,84
3	10,13
4	10,44
5	10,75
6	11,07
7	11,40
8	11,75
9	12,10
10	12,46

ELABORACIÓN: Las Autoras

PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN PARA CONSUMO TELEFÓNICO

Para consumo telefónico se ha considerado la base de 60 dólares mensuales, resultando para el primer año 720 dólares.

ANEXO Nro. 40 PROYECCIÓN POR CONSUMO TELEFÓNICO

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	720,00
2	741,60
3	763,85
4	786,76
5	810,37
6	834,68
7	859,72
8	885,51
9	912,07
10	939,44

ELABORACIÓN: Las Autoras

ANEXO Nro. 41 PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Prensa escrita local	35,00	420,00
TOTAL		420,00

FUENTE: Medios de comunicación
ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 42
PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3%
1	420,00
2	432,60
3	445,58
4	458,95
5	472,71
6	486,90
7	501,50
8	516,55
9	532,04
10	548,00

ELABORACIÓN: Las Autoras

**ANEXO Nro. 43
AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

CAPITAL: 10000 PAGO: SEMESTRAL				
INTERÉS: 12%				
TIEMPO: 3 AÑOS				
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				10.000,00
1	1.666,67	600,00	2.266,67	8.333,33
2	1.666,67	500,00	2.166,67	6.666,67
3	1.666,67	400,00	2.066,67	5.000,00
4	1.666,67	300,00	1.966,67	3.333,33
5	1.666,67	200,00	1.866,67	1.666,67
6	1.666,67	100,00	1.766,67	0,00
	10.000,00	2.100,00	12.100,00	

ELABORACIÓN: Las Autoras



ÍNDICE

ÍNDICE

<u>CONTENIDOS</u>	<u>PÁGINAS</u>
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. METODOLOGÍA UTILIZADA.....	5
2.1. Determinación del tamaño de la PEA.....	7
3. RESULTADOS.....	12
3.1 Antecedentes.....	13
3.1.1. Historias sobre culturas.....	14
3.1.2. Letras.....	15
3.1.3. Investigación y ensayo.....	15
3.1.4. Novela.....	16
3.1.5 .Relato.....	16
3.1.6. Poesía.....	16
3.1.7. Teatro.....	17
3.1.8. Música.....	17
3.1.9. Comidas Típicas.....	18
3.2. Estudio de Mercado.....	20

	169
3.2.1. Comportamiento de los demandantes.....	21
3.3. Encuesta a ofertantes.....	30
3.3.1. Análisis de la demanda y oferta.....	37
3.3.1. Demanda.....	37
3.3.2.1. Establecimiento y proyección de la demanda.....	38
3.3.2. Oferta.....	39
3.3.2.1. Servicio promedio.....	39
3.3.3. Comparación entre Demanda y Oferta.....	40
3.3.4. Plan de Marketing.....	42
3.3.4.1. Objetivos.....	42
3.3.4.2. Plan estratégico.....	43
3.3.4.2.1. Misión.....	43
3.3.4.2.2. Visión.....	43
3.3.4.2.3. Mercado.....	44
3.3.4.2.4. Análisis Foda.....	44
3.3.4.2.5. Segmentación del mercado.....	45
3.3.4.2.6. Definir Objetivos.....	44
3.3.4.2.7. Posicionamiento.....	47
3.3.4.2.8. Factor de Cobertura.....	44
3.3.4.2.9. Estrategia de Mercado.....	49
3.3.4.3. Promoción.....	49
3.3.4.3.1. Objetivos.....	49
3.3.4.3.2. Estrategia.....	50
3.3.4.4. La Publicidad.....	51

	170
3.3.4.4.1. Objetivos.....	51
3.3.4.4.2. Estrategias.....	51
3.3.4.5. El Precio.....	59
3.4. Estudio Técnico.....	59
3.4.1. Tamaño y Localización.....	59
3.4.1.1. Tamaño de la Empresa.....	59
3.4.1.1.1. Consideraciones del Tamaño del Proyecto.....	59
3.4.1.2. Factores condicionales del Mercado.....	60
3.4.1.3. Tamaño del Mercado.....	49
3.4.2. Capacidad Instalada y Utilizada.....	62
3.4.2.1. Capacidad Instalada.....	62
3.4.2.2. Capacidad Utilizada.....	64
3.4.3. Localización.....	64
3.4.3.1. Macrolocalización.....	64
3.4.3.2. Microlocalización.....	66
3.4.4. Distribución de la Planta.....	67
3.4.5. Ingeniería del Proyecto.....	68
3.4.5.1. Procesos para los servicios de la empresa.....	69
3.4.6. Balance de Materiales.....	77
3.5. Estudio Financiero.....	78
3.5.1. Inversiones.....	78
3.5.2. Activos.....	79
3.5.2.1. Activo Fijo.....	79
3.5.2.2. Resumen de las inversiones fijas.....	80

	171
3.5.2.3. Activo Diferido.....	81
3.2.2.4. Activo Circulante.....	81
3.5.3. Resumen de la Inversión Total Prevista.....	82
3.5.4. Financiamiento de la inversión.....	83
3.5.4.1. Fuentes de Financiamiento.....	83
3.5.5. Estructura de Costos.....	85
3.5.5.1. Análisis de los Ingresos.....	87
3.5.5.2. Clasificación de los Costos.....	90
3.5.6. Punto de Equilibrio.....	93
3.5.1. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	86
3.6. Evaluación Financiera.....	88
3.6.1. Flujo de Caja.....	89
3.6.2. Valor Actual Neto.....	91
3.6.3. Tasa Interna de retorno.....	93
3.6.4. Relación Beneficio – Costo.....	96
3.6.5. Período de Recuperación de Capital.....	98
3.6.6. Análisis de Sensibilidad.....	100
3.7. Estructura de la Organización.....	105
3.7.1. Constitución y Razón Social de la Compañía.....	105
3.7.2. Niveles Administrativos.....	106
3.7.3. Organigramas.....	107
3.7.4. Manual de Funciones.....	110
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	124
4.1. Conclusiones.....	125

	172
4.2. Recomendaciones.....	126
5. RESUMEN.....	128
5.1. Resumen.....	129
6. BIBLIOGRAFÍA.....	131
7. ANEXOS.....	133
8. ÍNDICE.....	156