



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA PICANTERÍA EN EL SECTOR LANDANGUI DEL
CANTÓN LOJA”**

**Tesis previa a optar por el
Grado de Ingeniera Comercial.**

Autora:

DORIS ROGEL JARAMILLO

Director:

ING. COM. PEDRO PIEDRA

Loja - Ecuador

2011

Sr. Ingeniero

Pedro Piedra

Docente de la Carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica,
Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

CERTIFICO:

Que el trabajo de investigación intitulado: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PICANTERÍA EN EL SECTOR LANDANGUI DEL CANTÓN LOJA**, de la autoría de señora Doris Rogel Jaramillo, previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial, ha sido revisado debidamente en su contenido teórico y práctico, por lo que autorizo su presentación y sustentación.

Loja, Octubre de 2011

Ing. Pedro Piedra

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Las ideas, criterios, conceptos, análisis, resultados, conclusiones y recomendaciones expuestos en el presente trabajo de tesis, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Doris Rogel Jaramillo

Autora

AGRADECIMIENTO

Los esfuerzos más importantes de nuestra vida constituye los estudios superiores hasta llegar a ser profesional, por ello expreso mi testimonio de gratitud a la Universidad Nacional de Loja, por haberme permitido superarme, a los Directivos del Área Jurídica, Social y Administrativa, al personal Docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ingeniero Pedro Piedra, Docente de la Carrera de Administración de Empresas en calidad de director de tesis del presente trabajo de investigación, por haberme brindado su valioso tiempo, conocimientos y compartir sus invaluables experiencias.

Doris Rogel Jaramillo

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico con mucho orgullo y amor a Dios quien con su infinita bondad nos guía y cuida día a día nuestros pasos, a mis queridos padres, suprema razón de mi existencia y superación, a mi esposo, a mis hijos, razón de mi inspiración, hermanos, familiares, y amigos por impulsarme a salir adelante cada día y enseñarme a no dejarme vencer por los obstáculos que se nos presenten, para culminar con éxito esta etapa muy importante de mi vida, y así poder lograr con éxito esta tan anhelada profesión.

Doris Rogel Jaramillo

**a. TITULO: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA PICANTERÍA EN EL SECTOR
LANDANGUI DEL CANTÓN LOJA**

RESUMEN

b. RESUMEN

La crisis económica, social y política que atraviesa el pueblo ecuatoriano, no solamente tiene presencia en las grandes ciudades, sino también en las pequeñas ciudades, en donde por la deficiente inversión de empresarios, ha causado parte de desarticulación y desorganización en los principales aspectos básicos del desarrollo y crecimiento armónico del cantón Loja.

Para la realización del presente trabajo de tesis se utilizó métodos de investigación que permitieron elaborar el plan investigativo el mismo que será expuesto a los inversionistas, teniendo como objetivo la presentación de una propuesta para la creación de una picantería en el sector Landanguí del cantón Loja.

Se aplicó encuestas a 398 familias del cantón Loja y 10 actores del sector como son: los dueños de los locales que ofrecen este tipo de servicio, la misma que permitió identificar a la competencia, la variedad de platos típicos, precio, cantidad, calidad de los servicios que ofrecen, lográndose determinar que existe una demanda de 53585228 para el primer año y en cuanto a la oferta actual del servicio es de 4755660. Arrojando una demanda insatisfecha de 602868 platos al año.

En el estudio técnico se hace conocer el proceso productivo en todas sus fases como: el plan de comercialización el cual indica las estrategias de venta de los platos típicos entre los principales tenemos fritada \$2,50 dólares el plato, chicharrón \$ 2,00 dólares el plato, chanfaina \$1,25 dólares el plato, y el sancocho \$1 dólar el plato. El canal de distribución será directo es decir productor consumidor final tamaño; y la publicidad se la realizará a través de la radio WG Milenium (92.5FM) por su sintonía a nivel de la provincia, en los noticieros de la mañana y al medio día es decir a las 7h30 am y 13h30 pm.

En cuanto a la ingeniería del proyecto se presenta el proceso de desarrollo del servicio con todas sus fases, en lo referente a tamaño y localización, se adjunta plano de la distribución física de la empresa. Además se indica que la empresa estará ubicada en el sector Landangui al lado izquierdo de la vía a Malacatos a 200 metros de la Y que conduce a Vilcabamba en el conjunto "Vista del Rio".

En cuanto a la Organización Legal y Administrativa, se presenta como una empresa de Compañía de Responsabilidad Limitada, por las condiciones favorables que presenta este tipo de organización su inversión en activos fijos es de 35970,00 dólares americanos activo diferido es de 1470,00 dólares americanos y el activo circulante es de 6583.80 dólares americanos dando un total de 44023,80 dólares americanos que será financiado por capital propio de los socios.

Con la venta de los diferentes platos típicos se espera un ingreso para el primer año de 84190,33 dólares americanos y para el quinto año es de 114158,88 dólares americanos. Con este nivel de ingresos el punto de equilibrio para el primer año será de 40669,05, utilizando un 48,31% de su capacidad instalada y para el quinto año de 57296,79, utilizando un 50,19% de su capacidad instalada.

En el estudio financiero, tenemos indicadores que muestran que el proyecto es rentable, lo que ubica al proyecto como una alternativa atractiva en el mercado financiero local.

La evaluación financiera representa un VAN positivo cuyo valor es de 21100,72 dólares americanos, lo que indica que el proyecto de inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 29,71 %, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería de 2 años 3 meses y 3 días. Así mismo la relación beneficio costo refleja que por cada dólar la empresa recupera 42 centavos de dólar.

Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad con el aumento del 22,70% en los costos es igual a 0,9210884 que es menor a 1, lo que nos quiere decir que el proyecto no es sensible al aumento de los precios y con la disminución en los ingresos del 13% es igual a 0,86281 que es menor a 1, lo que nos quiere decir que el proyecto no es sensible a tal disminución en los ingresos.

SUMMARY

The economic, social and political crisis that crosses the Ecuadorian town, not only has presence in the great cities, but also in the small cities, where by the deficient investment of industrialists, it has caused to part of disarticulation and disorganization in the main basic aspects of the development and harmonic growth of the Loja corner. For the accomplishment of the present thesis work it was used investigation methods that allowed elaborating the research plan the same that will be set out the investors, having like objective the presentation of a proposal for the one creation picantería in the Landanguí sector of the Loja corner. It was egg: applied to surveys to 398 families of the Loja corner and 10 actors of the sector the owners of the premises that offer this type on watch, the same that allowed to identify to the competition, the variety of typical plates, price, amount, quality of the services that offer, managing itself to determine that it exists a demand of 53585228 for the first year and as far as the present supply of the service is of 4755660. Assuming one demand unsatisfied of 602868 plates to the year. In the technical study it is made know the productive process in all phases like: the commercialization plan which indicates the strategies of sale of typical plates between the main ones we have fritada \$2.50 dollars the plate, chicharrón \$ 2.00 dollars the plate, chanfaina \$1.25 dollars the plate, and sancocho \$1 dollar the plate. The distribution channel will be direct that is to say, producing so large final consumer; and the publicity will be realized it to travel of radio WG Millennium (92.5FM) by its syntony concerning the province. As far as the engineering of the project the process of development of the service with all phases appears, with respect to size and location, encloses plane of the physical distribution of the company. In addition it is indicated that the company will be located in alongside left the Landanguí sector of the route to Malacatos to 200 meters of and that leads to Vilcabamba in the set "Vista of the River". As far as the Legal and Administrative Organization, one appears

like a company of Company of Limited Responsibility, by the favorable conditions that each type of organization presents/displays its investment in fixed assets is of 35970.00 dollars American active differed is of 1470.00 dollars American and the working capital is of 6583, 80 dollars American giving a total of 44023, 80 dollars American that will be financed by equity capital of the partners. With the sale of different typical plates an entrance for the first year of 84.190,33 dollars American is expected and for the fifth year it is of 114158,88 dollars American. With this level of income the point of balance for the first year will be of 40.669,05 to use 48,31% of install capacity and for the fifth year of 57.96,79 to use 50,19% of install capacity. In the financial study, we have indicators that show that the project is profitable, which locates to the project like an attractive alternative in the local financial market. The financial evaluation represents VAN positive who's S-value of 21.100,72, 31 dollars American, which indicates that the investment project is advisable. For the present project the TIR is 29, 71%, being this satisfactory value to realize the project. The time that would be required to recover the serious original investment of 2 years 3 months and 3 days. Also the relation benefit cost reflects that by each dollar the company reclaims 42 cents of dollar. For the present project, the values of sensitivity with the increase of the 22,70% in the costs are equal to 0,9210884 that he is smaller to 1, which means to us that the project is not sensible to the increase of the prices and with the diminution in the income of 13% he is equal to 0,86281 that is smaller to 1, which means to us that the project is not sensible to such diminution in the income.

INTRODUCCIÓN

c. INTRODUCCIÓN

La identificación de nuevas ideas de inversión es sin lugar a dudas el núcleo de toda actividad emprendedora y generadora de recursos económicos de un país. En nuestra provincia y particularmente en el Cantón Loja la actividad empresarial se encuentra poco desarrollada debido a la escasa experiencia en la dirección de empresas asimismo se ha generado también por la falta de interés y preocupación de los emprendedores por desconocer la realidad del entorno que muestra un gran potencial productivo que pudiera ser explotado con miras a que la producción y la generación de valor agregado resulten significativamente mayores para el crecimiento del sector y por ende al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, otro aspecto es el costo de capital y la falta de apoyo de las instituciones financieras.

Por medio de este trabajo se quiere dar a conocer los puntos por los cuales se cree que la idea de inversión basada en la creación de una empresa dirigida a la elaboración y comercialización de platos típicos, pretendiendo de esta manera fortalecer uno de los recursos turísticos que ofrece el sector de Landanguí del cantón Loja.

Es así que el contenido de esta investigación consta de las siguientes partes: en la primera se detalla los materiales y métodos que se aplicaron en la ejecución del trabajo, así como también consta de la revisión de literatura que permitió sustentar de mejor manera este proyecto.

Se expone los resultados del trabajo donde se detalla el análisis y tabulación de la encuestas aplicadas a las familias y entrevista a los propietarios de las picanterías existentes en el lugar, seguidamente se presenta la discusión de los mismos, en donde se incluye el estudio de mercado dentro del cual se analiza la oferta, demanda y la preferencia de los consumidores hacia el

producto que se va a elaborar; así también se estableció el canal de distribución más adecuado para su comercialización y la presentación que tendrá el producto en el mercado.

Se describen los estudios técnicos del proyecto específicamente sobre la instalación y funcionamiento de la empresa en estudio, acoplados al proceso productivo que esta requerirá, señalando que la misma estará ubicada en el sector de Landangui del cantón Loja. También se realizó la organización administrativa que indica la constitución legal, la estructura administrativa y las funciones que deberán cumplir las personas que integrarán la empresa. Se realizó el estudio económico en donde se detallan los presupuestos de mano de obra, maquinaria, materia prima, insumos e instrumentos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Se detalla el monto de la inversión requerida y su financiamiento, sus fuentes de ingreso y egresos durante la vida útil del proyecto.

Luego consta la evaluación financiera con el propósito de determinar la factibilidad del proyecto a través de los indicadores como son: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de capital y el análisis de sensibilidad; los mismos que resultaron positivos por lo que el proyecto es viable.

Finalmente se presentan las respectivas conclusiones, recomendaciones.

REVISIÓN DE LITERATURA

d. REVISIÓN DE LITERATURA

LA GASTRONOMÍA ECUATORIANA

La cocina ecuatoriana, que es conocida como "comida criolla" o "comida típica", es una gastronomía relativamente nueva. Aunque la cocina ecuatoriana no es conocida internacionalmente, tiene un valor muy original. Al lado de los diferentes alimentos básicos en las regiones (Sierra, Costa, Amazonas), que sirven para platos fuertes simples de recetas ancianas, también influencias europeas (sobre todo españolas) y norteamericanas tienen un papel importante en la cocina del Ecuador.

Los conquistadores españoles reemplazaron ampliamente los alimentos indios como cuy o llama, por cerdo y ternera. La carne de chancho (cerdo, lechón, cachorro) se come en varios lugares del país, participa en la elaboración de diversos platos, algunos de ellos como fritada, hornado, chugchucaras entre otros.

Tomando en cuenta que la gastronomía forma parte de la entidad de un pueblo, decimos que el Cantón Loja sí cuenta con este atractivo que brinda a los turistas la satisfacción al degustar esta variedad de platos típicos con los que cuenta nuestra ciudad.

En el sector Landangui, se encuentran las picanterías que ofrecen una completa variedad gastronómica típica en Loja, localizamos una decena de lugares en donde los turistas, habitantes del sector, y los propios lojanos pueden degustar de la exquisita comida típica lojana.

La pequeña población denominada Landangui está ubicada a 25 Km. de Loja, constituye una parada obligatoria para quienes deciden visitar Malacatos y/o Vilcabamba, además de tener un clima agradable aquí se

disfruta de la mejor comida típica lojana. Desde hace 15 años se instalaron picanterías a los lados de la carretera formando parte de las tradiciones lojanas. Entre los deliciosos platos típicos tenemos:

Fritada, Chicharrón, Trozos de costilla de cerdo, se los fríe con naranja, sal, ajo, cebolla, se sirve acompañado con los cueritos, mote, plátano frito y curtido de cebolla con tomate.



Chicharrón, Trozos de jamón de cerdo, en trozos de regular tamaño y ponerlos a hervir en una olla o cacerola con agua, hasta que ésta se consume y empiecen a dorarse con su propia grasa. Los trozos ya se han frito, adquiriendo un color dorado; es el momento de escurrirlos y servirlos bien calientes.



Chanfaina, Para muchos probablemente las vísceras del cerdo resulten poco útiles o hasta sean un elemento del animal, que debe ser desechado, sin embargo en Loja, construyen el ingrediente central de uno de los platos típicos más apetecidos por propios y extraños, la famosa chanfaina. Hay que madrugar, la preparación de la chanfaina demora y se debe tener todo

listo bien temprano, pues hay viajeros que llegan en busca de comida, incluso desde tempranas horas.

Es preciso primero seleccionar bien las vísceras, una porción de shungo, otra de corazón y otra de menudo, después de lavarle bien se hace hervir por el lapso de una hora y se lava por segunda vez.

Cuando están listas las vísceras se hace el refrito con ajo, sal, achiote, orégano, y comino. A parte se cocina la papa y se la pica en cuadro finos. También el arroz debe ser cocido en forma separada, debe quedar un poco duro para que no se pegue al momento de revolver.

Una vez que se cuenta con todos los ingredientes listos, se agrega en la olla de los aliños, manteca de chanco y se pone las vísceras, la papa y el arroz en forma paulatina, y se revuelve con una cuchara hasta que quede todo bien mezclado.

Una vez lista, la chanfaina se sirve en el plato, acompañada de yuca, huevo cocinado y se rocía cebolla blanca picada bien fina. Además complementa el plato una porción de mote.



El sancocho de chanco Consiste sobre todo de carne de cerdo, cocida, plátanos verdes y arvejas. Originariamente es de la costa, pero se come hoy muchas veces también en la sierra. Tradicional sopa lojana, primero se

cocina la carne y luego en el caldo se agrega yuca, guineo verde, col y granos de arrocillo.



DEFINICIÓN DE OPORTUNIDAD

Oportunidad es el momento o tiempo indicado o conveniente para efectuar una acción, y que esta tenga resultado positivo. La oportunidad puede estar constituida por factores intrínsecos o extrínsecos.

Asimismo oportunidad es considerado como aquel momento que resulta ser propicio para hacer algo, es decir, cualquier acción que se lleva a cabo cuyos resultados tendrán un final exitoso.

DEFINICIÓN DE INVERSIÓN

Una inversión en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura.

DEFINICIÓN DE NEGOCIO

Un negocio es considerado como la compra y venta de bienes y servicios con afán de lucro, considerado también como un lugar para negociar donde se mantienen inventario de mercaderías para la venta". Un negocio es mucho más que un producto o servicio. Por eso es necesario contar con un

Plan, que obligue a pensar, investigar y trabajar en forma estratégica sobre el negocio y no actuar solamente sobre la base de la intuición.

Cuando se ha seleccionado una idea como iniciativa para desarrollar un negocio, la misma debe responder a una necesidad o deseo actual o potencial de los consumidores.

ESTUDIO DE MERCADO

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal de un proyecto. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias, en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado; con esta investigación después de un estudio meticuroso y bien realizado se podrá palpar el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

Por otro lado el estudio de mercado es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿Existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva el estudio continúa, caso contrario si la respuesta es negativa se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable.

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

La segmentación es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable. Los mercados se pueden segmentar de acuerdo con varias dimensiones:

- **DEMOGRÁFICA.**- El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad. Lo más común es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas.
- **GEOGRÁFICA.**- Los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunas, barrios. Debe tenerse en cuenta que algunos productos son sensibles a la cultura de una nación, pueblo o región.
- **PICTOGRÁFICA.**- El mercado se divide en diferentes grupos con base en características de los compradores tales como clase social, estilo de vida, tipos de personalidad, actitudes de la persona hacia si misma, hacia su trabajo, la familia, creencias y valores.¹

MUESTREO

El muestro es una técnica que permite determinar y seleccionar un grupo de individuos que realmente se estudiarán en el proyecto. Asimismo la muestra es el número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los resultados puedan extrapolarse al mismo, y con la condición de que sean representativos de la población.²

¹ MIRANDA Miranda Juan José. Gestión de proyectos. 4ta edición. pag.95

WEIERS M. Ronald. Investigación de mercados. págs. 451, 452, 453

² WEIERS M. Ronald. Investigación de mercados. págs. 96-125

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El propósito del análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como también determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

En el análisis de la demanda, se deben estudiar aspectos tales como los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios. Esto es saber qué niveles de ingreso tienen, para considerar sus posibilidades de consumo. Se habla, en ese caso, de estratos de consumo o de una estratificación por niveles de ingreso, para saber quiénes serán los clientes o demandantes de los bienes o servicios que se piensa ofrecer, asimismo conocer los gustos y preferencias de cada uno de ellos.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

El propósito del análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que los productores pueden y quieren poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc.

En este análisis es necesario conocer los factores que influyen en la oferta, obteniendo estos datos de fuentes primarias y secundarias.

Sin embargo, habrá datos muy importantes que no aparecerán en las fuentes secundarias y, por tanto, será necesario realizar encuestas. Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta está:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija
- Número de trabajadores

DEMANDA vs OFERTA

Es un estudio que permite comparar la demanda efectiva con la oferta proyectada (periodo por periodo) nos permite hacer una primera estimación de la demanda insatisfecha. En efecto, existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas.

Asimismo se puede determinar que la demanda está satisfecha cuando los compradores encuentran los bienes y servicios en las cantidades y precios que están dispuestos a pagar.

Una de las resultantes más importantes es la comparación periodo por periodo la demanda con la oferta, de lo cual se puede esperar una primera aproximación de la demanda insatisfecha y una estimación inicial del tamaño del proyecto, o sea la oferta generada por la nueva unidad económica.³

³ MIRANDA Miranda Juan José. Gestión de proyectos. 4ta edición 2003. pág. 107

ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda está en equilibrio. Conocer el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros. Para determinar el precio habrá que tomar en cuenta el número de intermediarios que participan en la venta, así como también se debe considerar lo siguiente:

- ✓ La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia.
- ✓ La segunda consideración es la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país.
- ✓ La reacción de la competencia es el tercer factor importante a considerar. Si existen competidores muy fuertes del producto, su primera reacción frente a un nuevo competidor probablemente sea bajar el precio del producto para debilitar al nuevo competidor.
- ✓ Finalmente hay que considerar el control de precios que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la llamada canasta básica. Si el producto que se pretende elaborar no está dentro de la canasta básica, entonces nunca estará sujeta a un control de precios.⁴

COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de lugar y tiempo.

Hay dos tipos de intermediarios: los comerciantes y los agentes. Los primeros adquieren el título de propiedad de la mercancía, mientras los

⁴ BACA Urbina Gabriel. Evaluación de proyectos. 4ta edición 2001 – págs. 48, 50 51
MIRANDA Miranda Juan José. Gestión de proyectos. 4ta edición 2003 – pág. 109

segundos no lo hacen, sino solo sirven de contacto entre el productor y el vendedor.

Dentro de la comercialización se destacan los “Canales de Distribución” que es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción además de un intercambio de información. El productor siempre tratara de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. Cabe recalcar que el conocer los canales de comercialización permite determinar el costo agregado al producto por efecto de su distribución.

Existen dos tipos de productores claramente diferenciados: Los de consumo popular y los de consumo industrial.

Canales para productos de consumo popular:

- ✓ **Productores – Consumidores.-** Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos; también incluye las ventas por correo. Aunque por esta vía el producto cuesta menos al consumidor, no todos los fabricantes practican esta modalidad ni todos los consumidores están dispuestos a ir directamente hacer la compra.⁵

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se determina la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, así como también el tamaño,

⁵ BACA Urbina Gabriel. **Evaluación de proyectos**. 4ta edición 2001. págs. 52, 53, 54
MIRANDA Miranda Juan José. **Gestión de proyectos**. 4ta edición 2003. pág. 110

localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

La finalidad del estudio técnico es determinar dónde, cuanto, cuando, como y con que producir⁶.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el mismo; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.⁷

TAMAÑO. El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto.

CAPACIDAD DEL PROYECTO

Existen algunas medidas que permiten contemplar la capacidad de un proyecto, entre las que se puede mencionar:

- **Capacidad Teórica.**- (también denominada capacidad máxima o ideal) supone que todo el personal y los equipos operan a la máxima eficiencia usando el 100% de la capacidad de la planta. La capacidad teórica es irreal; deja de incluir las interrupciones normales que resulten de daños o del mantenimiento de las máquinas.
- **Capacidad Instalada:** Es aquella que indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles, es decir la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse

⁶www.economia.unam.mx/pasoapaso/pdf/define/DefinicionesEstudioTecnico.pdf

⁷ CORDOBA Padilla Marcelo. **Formulación y evaluación de proyectos**. pág. 209

de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

- **Capacidad Utilizada:** Es parte de la capacidad instalada que se está empleando, refleja su real utilización en un determinado periodo de tiempo.
- **Reservas.-** Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera.
- **Capacidad Financiera.-** Es un análisis de las condiciones económicas financieras de que se dispone y que a su vez permita determinar la capacidad para financiar la inversión sea con capital propio o mediante crédito.
- **Capacidad Administrativa.-** En esta variable se analiza si en el medio existe el Talento Humano Idóneo que requerirá la nueva unidad productiva para su eficiente funcionamiento.⁸

LOCALIZACIÓN

El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto.

Este estudio tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del mismo, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

ETAPAS DE LA LOCALIZACIÓN

El estudio de localización se distingue dos partes muy importantes como son:

⁸ Internet. Cesar Patricio García. Capacidad Instalada

- **Macro localización.-** Se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto, tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un país o una región determinada.
- **Micro localización.-** Consiste en la selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la Macro localización.⁹

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio. El objetivo de este estudio está ligado con: la instalación y funcionamiento de la planta, señalando el proceso productivo así como también la maquinaria y equipos necesarios.¹⁰

DISEÑO DEL PRODUCTO

Se trata de diseñar el producto o productos objeto de proyecto, indicando entre otras: su nombre técnico, su nombre comercial, su composición, la forma de presentación, la unidad de medida, su vida útil y todas aquellas características que permitan reconocerlo y diferenciarlo.

Cuando se aprueba un diseño preliminar, se puede construir un prototipo o prototipos para someterlos a pruebas adicionales y análisis. En el diseño preliminar se toma en cuenta un gran número de compensaciones entre costo, calidad y rendimiento del producto.

⁹ MIRANDA Miranda Juan José. Gestión de proyectos. 4ta edición. año 2003. pág. 122.
CÓRDOBA Padilla Marcial. Formulación- y Evaluación de Proyectos. págs. 224, 225, 226.
MIRANDA Juan José. Gestión de proyectos. 4ta edición. año 2003. pags.122- 128
NASSIR Sapag, Reinaldo. Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. pág., 111.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa o que cambios hay que hacer si la empresa está formada.

- Qué régimen fiscal es el más conveniente para constituir la empresa
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto
- Como organizar la empresa cuando el proyecto este en operación¹¹

BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley entre ellos tenemos:

- **Acta constitutiva.-** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en el se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **La razón social o denominación.-** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo que debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- **Domicilio.-** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará.
- **Objeto de la sociedad.-** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

¹¹ www.monografias.com. Proyectos de Inversión

- **Capital social.-** Debe indicarse cual es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad.-** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.
- **Administradores.-** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.¹²

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura Organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización, creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir.

NIVELES JERÁRQUICOS

Los niveles jerárquicos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean, independientemente de la función que realicen, entre los niveles jerárquicos se destacan:

- **Nivel Legislativo - Directivo.-** Constituye el máximo nivel de dirección de la empresa en donde su función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos,

¹² Folleto Modulo X. UNL. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión. págs. 64, 65

dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. El nivel legislativo en el caso de una empresa lo constituye la Junta de Accionistas el mismo que está representado por el Presidente.

- **Nivel Ejecutivo.-** Como su nombre lo indica es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas, está representada básicamente por el Gerente General cuya responsabilidad es llevar a la empresa hacia el logro de los objetivos de la misma según las indicaciones emanadas del nivel legislativo – directivo, a la vez que dirigen y controlan el trabajo de los niveles inferiores dentro de la escala jerárquica.
- **Nivel Asesor.-** El nivel asesor aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más aéreas que tengan que ver con la entidad o empresa a la cual están asesorando, no tiene autoridad de mando, por lo tanto no toma decisiones ni ordena
- **Nivel Operativo.-** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa, es decir tiene relación directa con las labores de producción.
- **Nivel Auxiliar.-** El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficiencia. Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

Generalmente se la conoce como nivel administrativo complementario. Las actividades de este nivel tienen que ver con la secretaria, y más servicios generales que hacen fluida la vida administrativa de una entidad o empresa.¹³

¹³ Folleto de Administración y Gestión Empresarial. Niveles Jerárquicos. págs., 133, 134, 136,137

ORGANIGRAMAS

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad y sus canales formales de comunicación.¹⁴

Existen algunas clasificaciones de los organigramas entre ellos el más utilizado tenemos:

- **POR SU CONTENIDO**

- **Estructurales.-** Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, las relaciones de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.
- **Funcionales.-** Indican en el cuerpo de la gráfica, además de las unidades y sus relaciones las principales funciones de los departamentos.
- **Posición o Personal.-** Sirve para representar, en forma objetiva, la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación en caso de haberla, en algunos casos puede incluir la remuneración de cada puesto y aún el nombre del empleado que lo desempeña.¹⁵

¹⁴ www.elprisma.com. Organigrama
www.monografias.com. Organigramas
www.promonegocios.net. Tipos de Organigramas

MANUALES.

Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información una organización Así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere, además es una metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa.¹⁶

INVERSIONES.- La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto.

Por lo tanto cuando se va a determinar el monto de la inversión, es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar los cuales se destacan:

- **ACTIVOS FIJOS** .- El activo fijo de una empresa está formado por bienes que tienen cierta permanencia o fijeza y que han sido adquiridos con el propósito de usarlos; por ejemplo entre los activos fijos que se destacan tenemos: el edificio, equipo de transporte, recursos naturales, terrenos, obras civiles, equipos e instalaciones, muebles, maquinaria , vehículos, etc., los cuales debido al uso al que están sometidos o por el

¹⁶ www.monografias.com. Proyectos de Inversión

simple transcurso del tiempo están sujetos a una baja del valor que recibe el nombre de depreciación excepto los terrenos.

- **ACTIVOS DIFERIDOS.-** Los activos diferidos son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años.¹⁷

CAPITAL DE TRABAJO. En esta variable se analizan aspectos como:

PRESUPUESTOS DE PRODUCCIÓN. Los presupuestos de producción están formados por los siguientes elementos:

- **Materias Primas.-** Son aquellos materiales que de hecho entran y forman parte del producto terminado. Estos costos incluyen fletes de compra, de almacenamiento y de manejo. Los descuentos sobre compras se pueden deducir del valor de la factura de las materias primas adquiridas.
- **Mano de Obra Directa.-** Es la que se utiliza para transformar la materia prima en producto terminado. Se puede identificar en virtud de que su monto varía casi proporcionalmente con el número de unidades producidas.
- **Mano de Obra Indirecta.-** Es aquella necesaria en el departamento de producción, pero que no interviene directamente en la transformación de las materias primas. En este rubro se incluyen: personal de supervisión, jefe de turno, todo el personal, de control de calidad, y otros.

¹⁷ Folleto de proyectos Inversión. Inversión y Financiamiento
www.monografias.com. Activos Fijos y Diferidos
MIRANDA Miranda Juan José. **Gestión de Proyectos**. 4ta edición. año 2003. págs. 183 - 189
BACA Urbina Gabriel. **Elaboración de Proyectos**. 3ra Edición. pág. 137
www.wikilearning.com. Activos Fijos y Diferidos

- **Materiales Indirectos.-** Estos forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, sin ser el producto en sí. Aquí se incluyen: envases primarios y secundarios y etiquetas, por ejemplo.
- **Costo de Mantenimiento.-** Este es un servicio que se contabiliza por separado, en virtud de las características especiales que puede presentar. Se puede dar mantenimiento preventivo y correctivo al equipo y a la planta. El costo de los materiales y la mano de obra que se requieran, se cargan directamente a mantenimiento, pues puede variar mucho en ambos casos.
- **Cargos por Depreciación y Amortización** Ya se han mencionado que son costos virtuales, esto es, se tratan y tienen el efecto de un costo sin serlo. Para calcular el monto de los cargos, se deberán utilizar los porcentajes autorizados por la Ley de Impuesto Sobre La Renta. Este tipo de cargos está autorizado por la propia ley, y en caso de aplicarse a los costos de producción, se deberá incluir todo el activo fijo y diferido relacionado directamente con ese departamento.

GASTOS DE OPERACIÓN O ADMINISTRACIÓN

En los gastos de administración incluye todos los gastos que ocupa la empresa para administrar por ejemplo el sueldo del gerente, las secretarias, auxiliares de oficina, contador, útiles de oficina, servicios públicos, así como también las depreciaciones administrativas que tienen su origen en el área administrativa como: muebles, equipos de computo y equipos de oficina, etc.

GASTOS DE VENTAS

Se llama así a todas las operaciones que se hacen en íntima relación con la operación de venta y que resultan indispensables para poder efectuarla, por ejemplo: la publicidad, los sueldos de vendedores, las comisiones pagadas a agentes, etc. es decir, los que se originan en el departamento o área de

ventas relacionados con la distribución y comercialización del producto o del servicio.

GASTOS FINANCIEROS

Gastos Financieros son los incurridos por la adquisición de préstamos en el sistema financiero para compensar el requerimiento de efectivo en la apertura de la empresa; como puede ser la cantidad de capital de trabajo necesario, alguna maquinaria para el funcionamiento, etc. Los préstamos se pueden tomar siempre y cuando tengamos respaldo para este crédito como son los terrenos y edificios en caso de ser hipotecarios, vehículos, mobiliario, entre otros en caso de ser prendarios.¹⁸

PRESUPUESTOS

Los presupuestos son la estimación programada de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

Así mismo una de las herramientas que se incluyen en los presupuestos son:

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS- Es un documento contable que presenta los resultados obtenidos en un periodo económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo.¹⁹

¹⁸ BACA Urbina Gabriel. **Elaboración de Proyectos**. 3ra Edición. págs. 135, 136, 137

¹⁹ www.monografias.com. Presupuestos.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto porque en él no hay pérdidas y ganancias, es decir representa la cantidad de unidades que una empresa debe producir para no perder ni ganar. Para determinar esta herramienta se debe clasificar los costos de una empresa en:

- **Costos fijos:** son aquellos que no varían junto con la producción su importe permanece constante independientemente de lo que la empresa produzca. Tales como: sueldos de ejecutivos, personal de seguridad, renta de edificios, el alumbrado, impuestos sobre propiedades, etc.
- **Costos variables:** son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción, estos pueden ser: materia prima directa, mano de obra directa, etc.

EVALUACIÓN FINANCIERA

El estudio de evaluación económica - financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

En la evaluación económica - financiera se toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo mediante métodos que son básicamente:

- Valor actual neto (VAN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- Relación beneficio costo (RBC)
- Período de recuperación de capital (PRC)
- Análisis de sensibilidad

MATERIALES

Y

MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

En el transcurso del presente trabajo de tesis se utilizó: materiales, métodos y técnicas

MATERIALES:

- **Materiales de Oficina:** hojas formato A4, carpetas, lápiz, cuaderno, esferográficos, borradores, escuadras, etc.
- **Equipo de Oficina:** computadora, calculadora.
- **Medios magnéticos:** cámara fotográfica, flash memory, Cd.
- **Reproducción de Texto:** Copias, digitación de textos, impresiones, empastado.
- **Otros:** Transporte, Internet, Imprevistos.

La Metodología, hace referencia al conjunto de métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar los objetivos planteados en la presente investigación.

Métodos:

Para la realización del presente trabajo investigativo se utilizaron los siguientes métodos:

Método Científico.- Es un método de estudio sistemático de la naturaleza que incluye las técnicas de observación, reglas para el razonamiento y la predicción, ideas sobre la experimentación planificada y los modos de comunicar los resultados experimentales y teóricos; Este método se lo utilizó al momento de buscar conceptos científicos en lo referente a la estructura del marco teórico referencial del tema de estudio, que me permitió fundamentar el presente trabajo.

Método Inductivo.- Consiste en establecer enunciados, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene. Este método se lo utilizó al momento de realizar el estudio de mercado y los requerimientos para la elaboración de los platos típicos así como determinar el tamaño y localización del proyecto.

Método Deductivo.- Este Método se utilizó para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; Y ayudando a determinar las potencialidades existentes en el sector así como la oferta y demanda de platos típicos, y la formulación de las respectivas conclusiones y recomendaciones en cuanto a la factibilidad del proyecto.

TÉCNICAS:

Entre las principales técnicas que se utilizaron en el desarrollo del presente trabajo investigativo está la observación directa la entrevista y la encuesta.

La Observación Directa.

Esta técnica permitió en forma objetiva y clara conocer y observar las necesidades del sector en lo relacionado con la comida típica del lugar, el servicio, atención, y los precios.

La encuesta

Esta tiene por finalidad recabar información mediante un cuestionario de preguntas las mismas que fueron aplicadas a la población del cantón Loja, y nos proporcionó los elementos necesarios para la elaboración y comercialización de los platos típicos.

Las entrevistas

Esta técnica permite un dialogo con los principales actores del sector como son: los dueños de los locales que ofrecen este tipo de servicio, la misma que permitió identificar a la competencia, los platos típicos, precio, cantidad, calidad y los servicios que ofrecen las picanterías del sector.

Población y muestra.

Con los datos obtenidos se efectuaron los cálculos necesarios para determinar el tipo de empresa y el monto de las inversiones. Así como la elaboración de los estados financieros y la evaluación del proyecto donde se demostrará su factibilidad.

La información secundaria que se necesita para el análisis, se la obtuvo en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los censos de población y vivienda 1990-2001, fuentes que sirvieron de información para determinar el tamaño de la muestra en el Cantón Loja.

Tamaño de la muestra

El área de influencia comprende los habitantes del cantón Loja que proyectada para el año 2011 de acuerdo a los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con lo cual se obtiene una población total de 404.835 habitantes en el año 2001.

Para el cálculo de la población proyectada se parte del hecho de tener el censo del 2001 realizado por el INEC con su respectiva tasa de crecimiento, que es de 1,75%. :

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

En donde: pf = Población para 2011

Po = Población

I = Tasa de crecimiento poblacional

N = Períodos transcurridos

Pf = Po (1 + i)ⁿ

Pf = 404,835(1 + 0.0175)¹⁰

Pf = 473.244 población para el año 2011

Esta población se la divide para 4 miembros que conforman la familia, determinando que existen en la provincia de Loja 118.311.

Para el presente trabajo de investigación se aplicará el 95% de confiabilidad, lo que produce un 5% de error. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

FÓRMULA:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Población

$$n = \frac{118.311}{1 + 118.311 (0.05)^2}$$

e = margen de error

n = 398 encuestas

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

Cuadro N° 1

Parroquias	Población/ familia	Porcentaje	# de encuestas
Sagrario	20.929	17,69	70
El Valle	16.043	13,56	54
Sucre	42.817	36,19	144
San Sebastián	38.522	32,56	130
Total	118.311	100,00	398

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: La autora

Proceso investigativo lógico del proyecto:

En el estudio de mercado establecemos la demanda de nuestro producto, la estrategia de comercialización y definimos las políticas que regirán la picantería.

Posteriormente a través de un estudio técnico se determino la localización de nuestra empresa procurando buscar un lugar estratégico, el tamaño permitirá establecer el volumen de elaboración de platos típicos que tendrá la picantería como capacidad instalada. La ingeniería del proyecto permitirá contar con el personal de apoyo necesario para instalar nuestra empresa en este caso contaremos con un Ingeniero Civil para el diseño de las instalaciones.

En la parte organizacional, se tomó en cuenta la ley de compañías dando a conocer la forma de cómo estará organizada la empresa, partiendo desde su

razón social, base legal, tipo de organización, personal y manual de funciones.

La evaluación financiera permitió conocer la rentabilidad del proyecto a través de la determinación de costos, pronósticos, puntos de equilibrio, análisis y demás indicadores económicos que permitirán establecer el grado de rentabilidad de la inversión.

Finalmente en base a los resultados obtenidos, se formularán las conclusiones y recomendaciones del trabajo investigado.

RESULTADOS

f. RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA

1. ¿Indique cuál es su nivel de ingreso mensual?

Cuadro N° 2

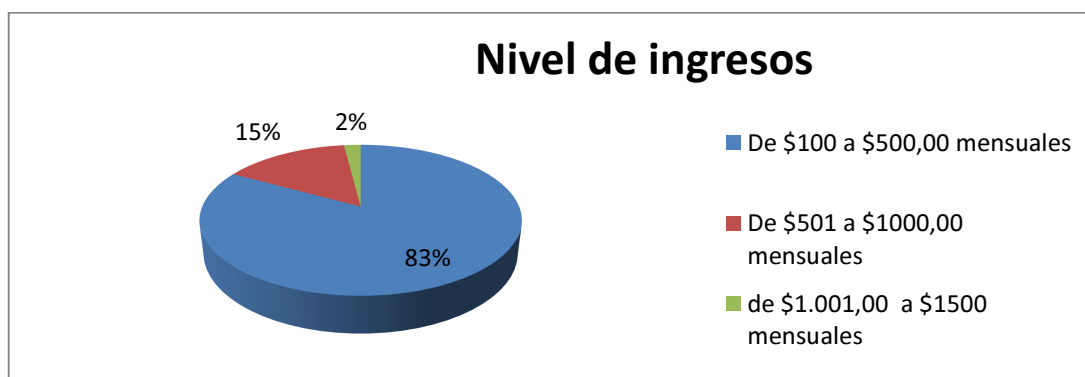
NIVEL DE INGRESOS

INGRESO MENSUAL	Xm	Frecuencia (f)	(%)	$\sum xm.f$
De \$100 a \$500,00 mensuales	300	330	83	99000
De \$501 a \$1000,00 mensuales	750	60	15	45000
de \$1.001,00 a \$1500 mensuales	1250	8	2	10000
TOTAL		398	100	154000

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 1



Interpretación

De los habitantes de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, el 83% manifestaron que su ingreso mensual es menor a quinientos dólares; el 15% que su ingreso es mayor a quinientos dólares mensuales y el 2 % restante de la población expresaron que su ingreso es superior a los mil dólares mensuales, teniendo un ingreso promedio de \$386.93 dólares americanos.

2. ¿Ha visitado el sector Landangui del cantón Loja?

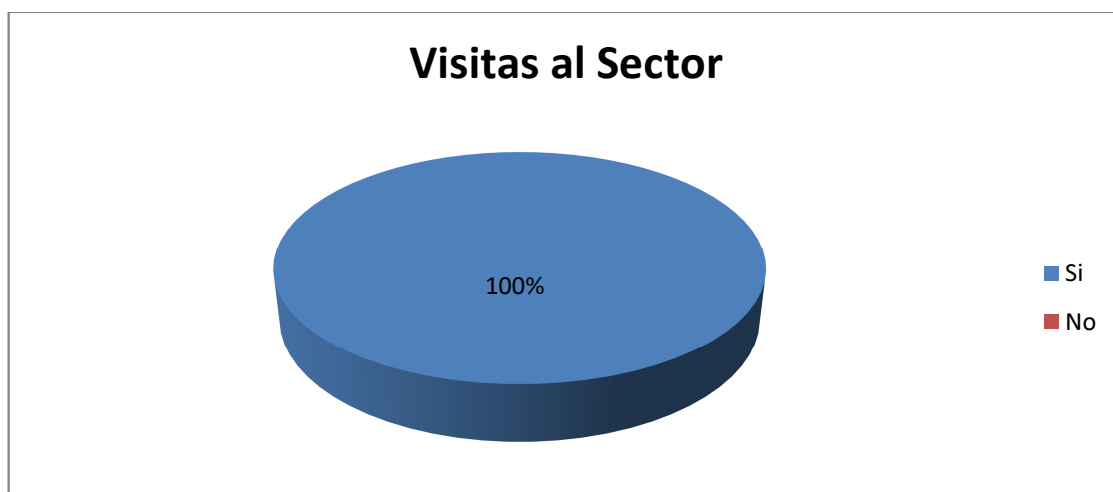
Cuadro N° 3

VARIABLE	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	398	100
NO	0	0
TOTAL	398	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 2



Interpretación

Del total de encuestas aplicadas el 100% de la población manifestaron que si han visitado el sector de Landangui del Cantón Loja, por su clima, atractivos turísticos y platos típicos.

3. Con qué frecuencia visita el sector Landangui?

Cuadro N° 4

FRECUENCIA DE VISITAS

VARIABLE	X	Frecuencia (f)	(%)	X.f
Diario	365	0	0	0
Semanal	52	338	85	17576
Quincenal	26	20	5	520
Mensual	12	32	8	384
Semestral	2	8	2	16
TOTAL		398	100%	18496

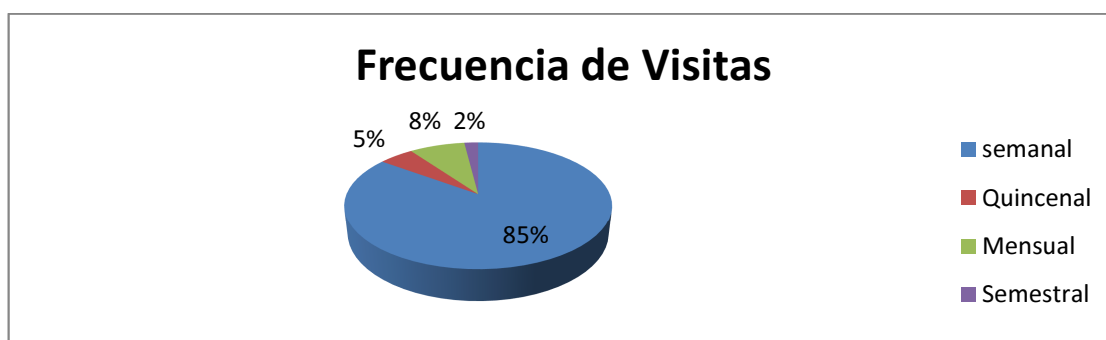
FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

FORMULA:

$$X = \frac{\sum X.f}{n} \quad X = \frac{18.496}{398} \quad X = 46 \text{ visitas}$$

Gráfico N° 3

**Interpretación**

Con respecto a la frecuencia de visitas al sector, el 85% manifestaron hacerlo de manera semanal, el 5% quincenal, el 8% mensual, y el 2% restante indicaron hacerlo de forma semestral; obteniendo un promedio de 46 visitas al sector.

4. ¿Dónde se alimenta regularmente cuando realiza turismo?

Cuadro N° 5

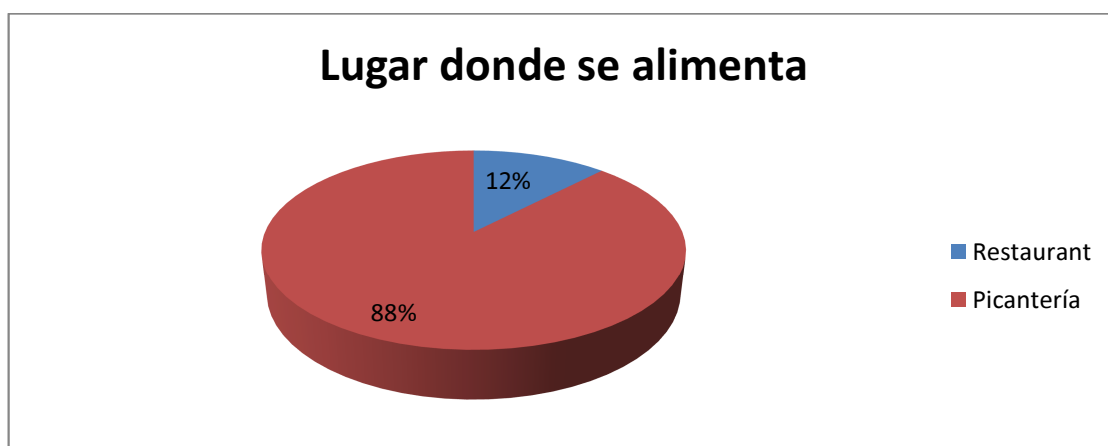
LUGAR DONDE SE ALIMENTA

VARIABLE	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Restaurant	49	12.25
Picantería	349	87.75
Otros	0	0
TOTAL	398	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 4

**Interpretación**

Con respecto a esta pregunta a cerca de los sitios que los encuestados regularmente acuden a saborear los platos típicos del sector el 87.75% indicaron que lo hacen en las picanterías, y el 12.25% buscan un restaurant.

5. ¿Consume usted platos típicos en el sector Landanguí?

Cuadro N° 6

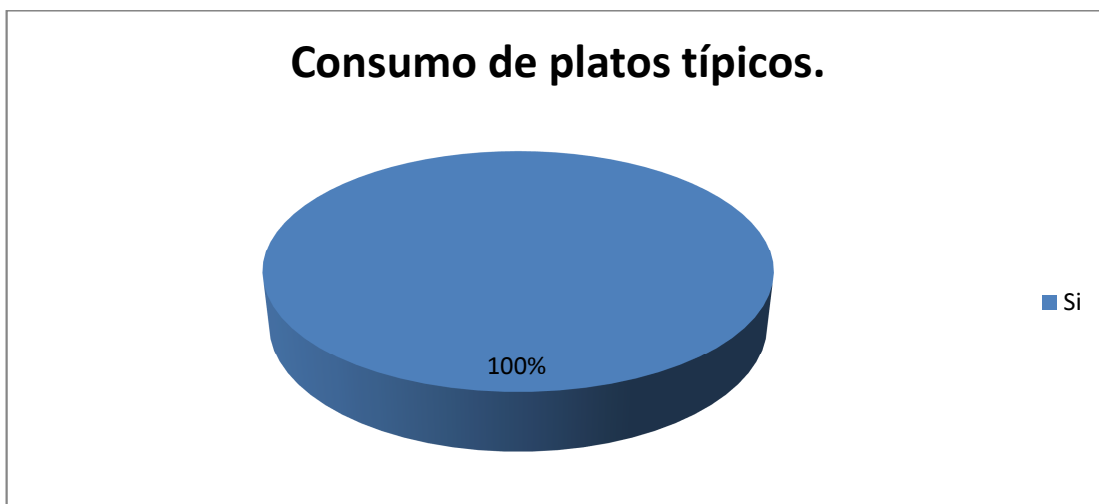
CONSUMO DE PLATOS TÍPICOS

VARIABLE	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	349	100
NO	0	0
TOTAL	349	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 5



Interpretación

Del total de encuestados el 100% expresaron que consumen los diferentes platos típicos que ofrece el sector de Landanguí.

6. ¿Qué cantidad de platos típicos consume usted cada fin de semana en el sector Landanguí?

Cuadro N° 7

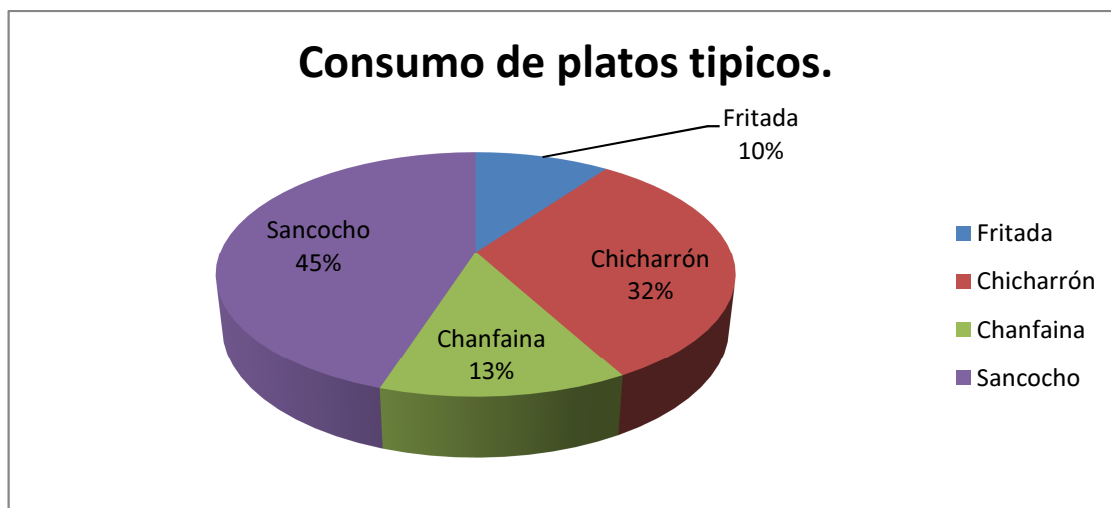
CANTIDAD DE CONSUMO

VARIABLE	Cantidad/ platos	Frecuencia (f)	%	Periodo de tiempo	Total anual
Fritada	110	35	10	52	5720
Chicharrón	70	112	32	52	3640
Chanfaina	100	45	13	52	5200
Sancocho	120	157	45	52	6240
TOTAL	400	349	100		20800

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 6

**Interpretación**

Del total de encuestados con respecto al consumo el 10% manifiesta que compran fritada, el 32% chicharrón, el 13% chanfaina, y el 45% restante sancocho.

7. ¿De los siguientes platos típicos cuales son de su preferencia?

Cuadro N° 8

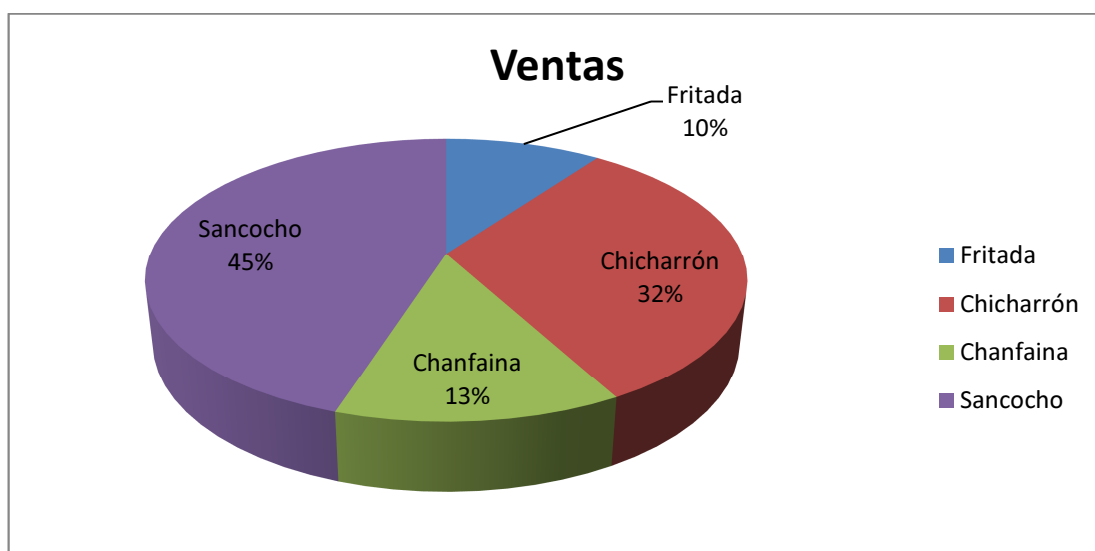
NIVEL DE VENTAS

VARIABLE	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Fritada	35	10
Chicharrón	112	32
Chanfaina	45	13
Sancocho	157	45
TOTAL	349	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 7



Interpretación

Los encuestados manifestaron su preferencia por el chicharrón con un 32% y el sancocho con un 45% seguidamente por la chanfaina con el 13% y fritada con el 10%.

8. ¿Cuáles son los precios de los platos típicos de su preferencia?

Cuadro N° 9

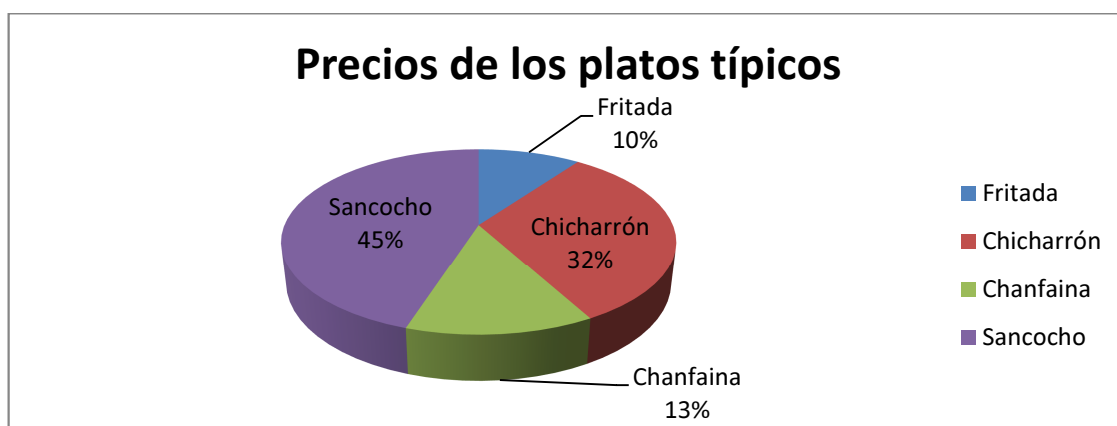
PRECIOS DE LOS PLATOS TÍPICOS

VARIABLE	Dólares	Cantidad	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Fritada	2 a 3	Plato	35	10
Chicharrón	2 a 3	Plato	112	32
Chanfaina	1 a 2	Plato	45	13
Sancocho	1 a 2	Plato	157	45
TOTAL			349	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La Autora

Gráfico N° 8



Interpretación

De acuerdo a las encuestas aplicadas para conocer los precios de los diferentes platos típicos, el 10% revelaron que la fritada tiene un costo de 2 a 3 dólares el plato, el 32% considera que el chicharrón se encuentra de 2 a 3 dólares el plato, el 13% indica que la chanfaina esta de 1 a 2 dólares el plato y el 45% restante manifiesta que el precio del sancocho se encuentra de 1 a 2 dólares el plato.

9. ¿Está conforme con el precio que paga por los alimentos que consume?

Cuadro N° 10

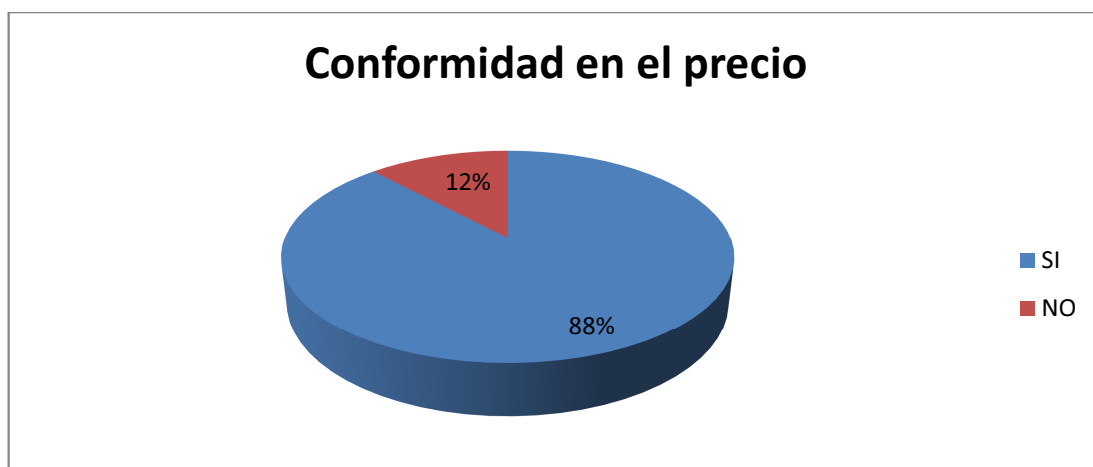
Conformidad en el precio

VARIABLE	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	307	88
NO	42	12
TOTAL	349	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 9



Interpretación

De acuerdo a las encuestas aplicadas para saber si están conformes con los precios de los diferentes platos típicos, el 88% manifestaron estar de acuerdo con los precios, mientras que el 12% consideran que los precios son elevados.

10. ¿Como considera usted al servicio y atención que recibe de las picanterías del sector?

Cuadro N° 11

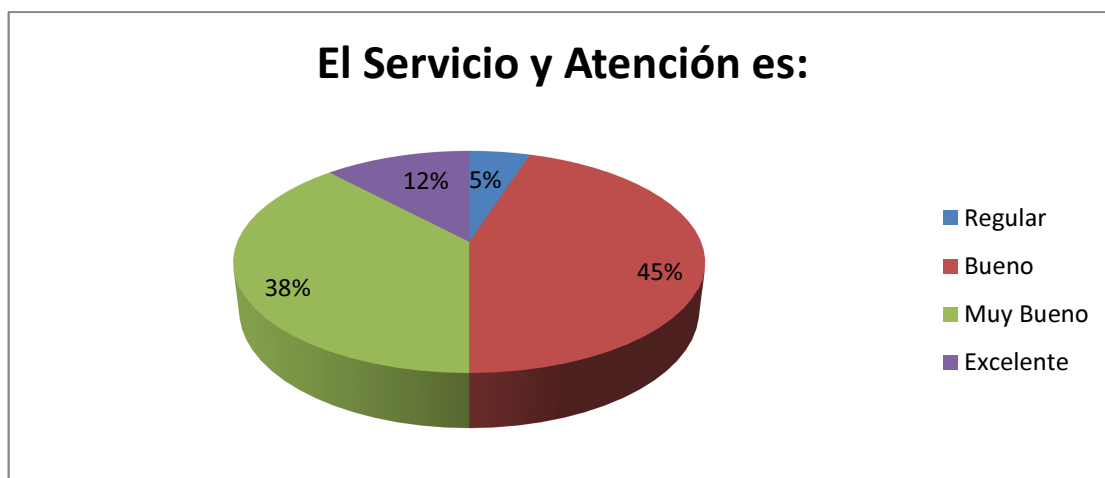
SERVICIO Y ATENCIÓN

VARIABLE	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Regular	17	5
Bueno	157	45
Muy Bueno	133	38
Excelente	42	12
TOTAL	349	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 10



Interpretación

Con relación a esta pregunta podemos indicar que el 5% de los encuestados consideran que el servicio y la atención que reciben por parte de las picanterías del sector es regular, 45% manifiestan que es bueno, 38% indican que es muy bueno y el 12% restante consideran que es excelente.

11. Si se creara una nueva picantería en el sector Landangui que ofrecería buena atención, servicio, precio bajos, y buen sabor; ¿estaría usted dispuesto a adquirir sus platos típicos?

Cuadro N° 12

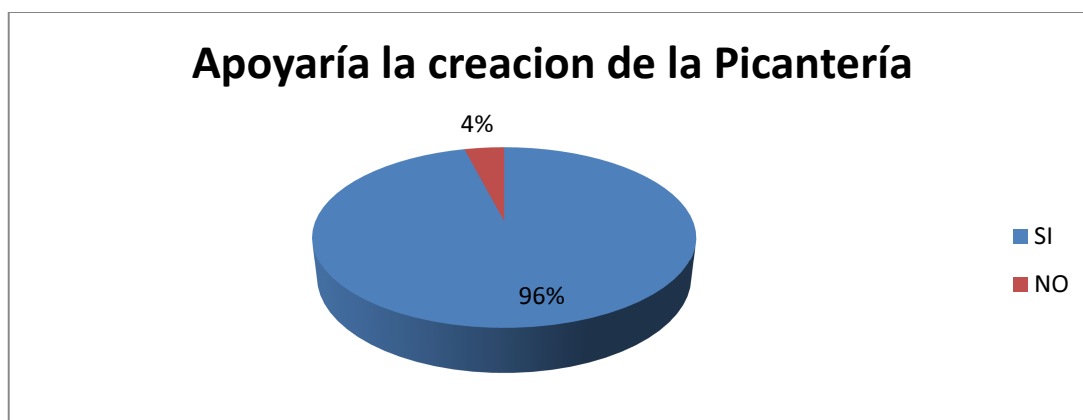
APOYO AL PROYECTO

VARIABLE	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
SI	335	96
NO	14	4
TOTAL	349	100

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 11

**Interpretación**

Con respecto a esta pregunta si se creara una nueva picantería en el sector de Landangui que ofreciera buena atención, servicio, precios bajos y buen sabor el 96% de los encuestados expresaron que si estarían dispuestos a comprar los platos típicos y el 4% restante manifiesta que no estarían dispuestos a comprar.

12. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse acerca de esta nueva picantería?

Cuadro N° 13

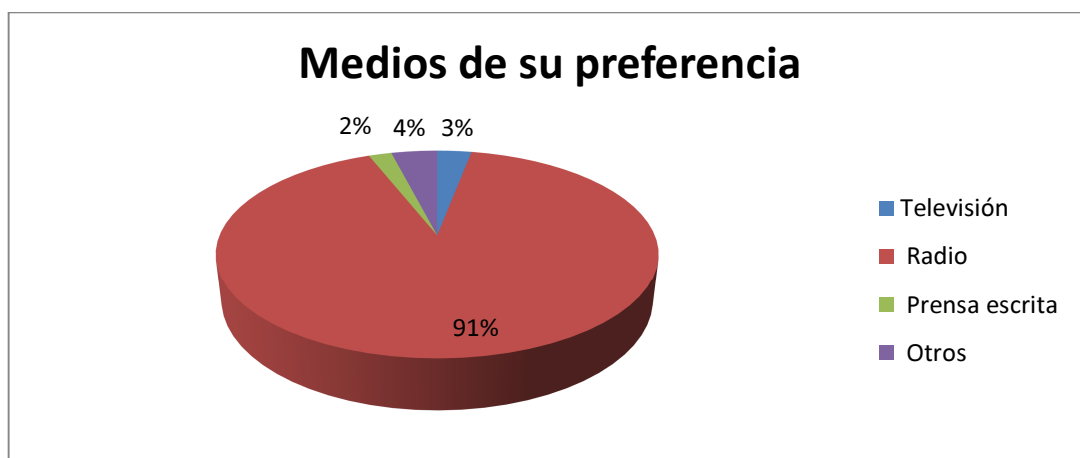
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

VARIABLE	Frecuencia (f)
Televisión	11
Radio	340
Prensa escrita	8
Otros	15

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 12



Interpretación

Del total de encuestados 11 manifestaron que el medio que más le gustaría para informarse de la existencia de la nueva picantería es a través de la televisión, 340 expresaron que la radio, 8 indicaron que la prensa y el 15 restante manifestaron que les gustaría informarse a través de otros tales como hojas volantes.

13. Señale que tipo de promoción le gustaría que le ofrezca la picantería

Cuadro N° 14

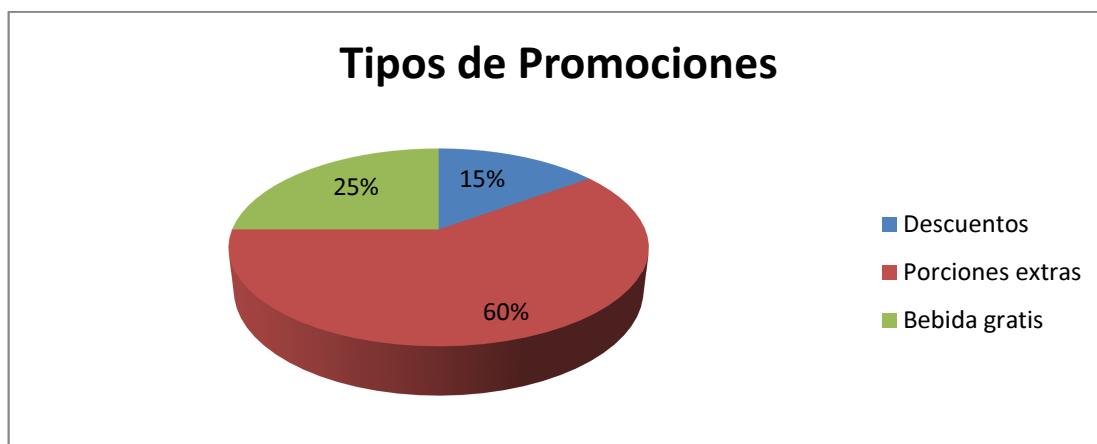
TIPOS DE PROMOCIONES

VARIABLE	Frecuencia (f)
Descuentos	56
Porciones extras	224
Bebida gratis	94

FUENTE: La encuesta

ELABORACIÓN: La autora

Gráfico N° 13



Interpretación

Con relación a esta pregunta, en la cual se desea conocer el tipo de promoción que le gustaría que la nueva picantería ofrezca a sus clientes el 56 expresa que descuento, 224 porciones extras, y el 94 bebida gratis.

ENTREVISTA APLICADA A LOS DISTINTOS DUEÑOS DE LAS PICANTERÍAS DEL SECTOR LANDANGUI

La presente entrevista tiene como objetivo realizar un estudio, para conocer los platos típicos que ofrecen las diferentes picanterías del sector Landangui del cantón Loja.

1. ¿Su picantería cuenta con el respectivo permiso de funcionamiento?

De las entrevistas realizadas a los propietarios de las picanterías del sector de Landangui, respondieron que si cuenta con los respectivos permisos municipales y de salud. Lo que les permiten realizar su actividad económica sin ningún inconveniente.

2. ¿Su picantería ofrece platos típicos?

Los entrevistados manifestaron que sí ofrecen platos típicos esto debido a que los que visitan al sector lo hacen por degustar la gastronomía del lugar y por turismo

3. ¿Con qué frecuencia prepara los platos típicos?

Los consultados manifestaron que realizan la preparación de estos platos típicos en forma regular los fines de semana, y cuando existen los feriados.

4. ¿Cuales son los platos típicos de mayor consumo?

Con referencia a esta pregunta los entrevistados expresaron platos de mayor consumo son, el chicharrón, fritada, sancocho, y la chanfaina, cabe aclarar que hay otros productos como plátanos fritos, la cecina, la gallina criolla.

5. ¿Qué cantidad de platos típicos vende usted cada fin de semana en el sector Landangui?

Los entrevistados manifestaron que la cantidad de platos típicos que se venden en el sector de Landangui oscilan entre:

Cuadro N° 15

OFERTA DE PLATOS TÍPICOS

VARIABLE	Cantidad/ platos	Frecuencia (f)	Periodo de tiempo	Total anual
Fritada	450	3	52	23400
Chicharrón	300	1	52	15600
Chanfaina	500	3	52	26000
Sancocho	500	3	52	26000
TOTAL	1750	10	52	91000

FUENTE: La entrevista

ELABORACIÓN: La autora.

6. ¿Cuáles son los precios de los platos típicos que usted ofrece?

Los entrevistados manifestaron que el precio de los platos típicos que se ofrecen en el sector de Landanguí oscilan entre:

Cuadro N° 16

PRECIOS DE LOS PLATOS TÍPICOS

Producto	Precio/dólares	Cantidad
Chicharrón	2	Plato
Fritada	2.5	Plato
Chanfaina	1,50	Plato
Sancocho	1,25	Plato.

FUENTE: La entrevista

ELABORACIÓN: La autora

7. ¿Cómo considera usted al servicio y atención que usted brinda en su picantería?

Los entrevistados indicaron que el servicio y la atención que brindan a los visitantes es el requerido por los consumidores siempre con cordialidad y buen trato

8. ¿Utiliza algún medio de comunicación para informar y publicitar su negocio?

Con respecto a esta pregunta los entrevistados manifestaron que no utilizan ningún medio de comunicación para informar de la existencia de la picantería y de los platos que ofrece sea esto por los costos altos que implican estos.

9. ¿Usted brinda promociones al momento de la compra?

Los entrevistados expresaron que sí se brinda promociones al momento de la compra y estos se los realiza a través de: degustaciones, descuentos cuando se trata de un grupo, y contrataciones.

10. ¿Cree que existe competencia entre las picanterías del sector?

Al momento de preguntar a los entrevistados que si existe competencia entre las diferentes picanterías del sector manifestaron, que si existe por cuanto cada una de ellas utiliza diferentes estrategias de venta de sus productos como: bajos precios, y cantidad.

11. ¿Con cuántos empleados cuenta su picantería?

Los entrevistados expresaron que para brindar una buena atención y servicio es necesario contar con un número adecuado de empleados, esto dependiendo de algunas acontecimientos como: feriados, y contrataciones para matrimonios quinceañeras entre otros; para la atención de los fines de semana se cuenta con cinco personas entre los cuales están: 2 empleadas de cocina, 2 para la atención al público y una cajera.

DISCUSIÓN

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda o una participación de mercado que justifique, bajo ciertas condiciones, la puesta en marcha de una determinada empresa de ciertos bienes o servicios en un espacio de tiempo.

Consumo por familia.

Para el cálculo del consumo por familia en el sector de Landangui fue necesario conocer la cantidad de consumo de platos típicos adquiridos por los visitantes los fines de semana que multiplicada por 52 semanas que tiene el año nos da el valor anual de consumo por familia que es de 20800 platos.

Cuadro N° 17

CONSUMO DE PLATOS TÍPICOS

Platos típicos	Frecuencia	%	Periodo de tiempo	Total anual
Fritada	35	10	52	5720
Chicharrón	112	32	52	3640
Chanfaina	45	13	52	5200
Sancocho	157	45	52	6240
TOTAL	349	100	52	20800

FUENTE: cuadro 7

ELABORACIÓN: La autora

Consumo Promedio por Familia= total anual/ la frecuencia

C P F= 20800/349

CPF = 60 platos por familia al año.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

LA DEMANDA: La demanda es la suma de las decisiones independientes de los consumidores de un mercado que pretenden maximizar su utilidad. Este precepto asume, por supuesto, que los consumidores realizan elecciones racionales: éstas son precisamente las que se intentan modificar mediante la publicidad y el marketing.

DEMANDA POTENCIAL

La *Demanda Potencial*, ésta constituida por el total de la población urbana de la ciudad de Loja siendo esta una población de 118.311²⁰ familias que visitan el sector Landanguí por turismo, por su comida típica, entre otros atractivos.

DEMANDA REAL

La *Demanda Real*, se la obtuvo ejecutando la operación de una regla de tres, con el propósito de conocer la cantidad de habitantes de la población total que son 103818 familias en relación al 87.75% que corresponde al tamaño de la muestra, los mismos que dijeron que acuden a saborear los platos típicos del sector.

²⁰ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC censo 1990-2001

Cuadro N° 18

DEMANDA REAL

POBLACIÓN	PORCENTAJE	TOTAL
118.311	87.75%	103818

FUENTE: Cuadro 1 y cuadro 5

ELABORACIÓN: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

La *Demanda Efectiva*, de igual forma, es el cálculo del número de habitantes que son 103818 familias obtenidos en la demanda real por el 96% que corresponde al tamaño de la muestra, los mismos que dijeron que si estarían dispuestos a visitar la nueva picantería; determinando así a 99665 familias como la demanda efectiva. Para realizar la proyección para la vida útil del proyecto se considerara la tasa de crecimiento dada por el INEC para el ciudad de Loja la misma que es de 1.75%²¹ de crecimiento anual.

Cuadro N° 19

DEMANDA EFECTIVA

Población	%	Total	Consumo Familia	Total/ Anual
103.818	96%	99.665	60	5'979.900

FUENTE: Cuadro 12 y 17

ELABORACIÓN: La Autora

²¹ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC censo 1990-2001

Proyección de la demanda efectiva para la vida útil del proyecto.

Cuadro N° 20

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PERIODO	POBLACIÓN EN FAMILIAS	% DE CRECIMIENTO	CONSUMO / FAMILIA	DEMANDA EFECTIVA
2011	0	99.665	0	60	5'979.900
2012	1	101.409	1.75	60	6'084.540
2013	2	103.184	1.75	60	6'191.040
2014	3	104.490	1.75	60	6'269.400
2015	4	106.827	1.75	60	6'409.620
2016	5	108.696	1.75	60	6'521.760

FUENTE: Cuadro 17 y 19

ELABORACIÓN: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado y a un precio determinado.

De acuerdo a las preguntas realizadas en las entrevistas a los propietarios de las picanterías del sector Landangui, se pudo determinar que el número de picanterías que brindan este tipo de servicio en el sector es de 10 picanterías.

Cabe recalcar que este pequeño grupo de picanterías, se encuentran dispersas en diferentes lugares del sector Landangui del cantón Loja, causando congestión vehicular en el centro del sector. Según las entrevistas realizadas, estas picanterías, hoy en día, anhelan un cambio donde se

proponga dar una mejor atención y servicio, una mejor imagen que aporte a la organización y al desarrollo del sector por lo que en algunas se ha implementado el servicio de parqueamiento privado.

Cuadro N° 21

Picanterías existentes en el sector.

Nombre de la Picantería
La Tomeñita
Sin nombre
Doña Ketty
Al paso
Sin nombre
Lilianita
Mesón familiar
Divino niño
J&B tradiciones
Sin nombre

FUENTE: La entrevista

ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro N° 22

PLATOS TÍPICOS

Platos típicos	Cantidad/ platos	Período de tiempo	Total anual
Fritada	450	52	23.400
Chicharrón	300	52	15.600
Chanfaina	500	52	26.000
Sancocho	500	52	26.000
TOTAL	1.750		91.000

FUENTE: Cuadro 15

ELABORACIÓN: La Autora

Promedio de Ventas al año.

Ventas = total anual / cantidad

V= 91.000/1.750

V = 52.

Cuadro N° 23

PROYECCIÓN DE LA OFERTA PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

AÑO	PERIODO	OFERTA ANUAL	% DE CRECIMIENTO	PROMEDIO / VENTAS	OFERTA
2011	0	91.000	0		91.000
2012	1	91.455	0.5	52	4'755.660
2013	2	91.912	0.5	52	4'779.424
2014	3	92.372	0.5	52	4'803.344
2015	4	92.833	0.5	52	4'827.316
2016	5	93.298	0.5	52	4'851.496

FUENTE: Avalúos y Catastros del Municipio de Loja y Cuadro 22

ELABORACIÓN: La Autora

BALANCE ENTRE LA OFERTA Y DEMANDA

Este balance se logra tomando en consideración el total de la oferta y la demanda efectiva dando como resultado la demanda insatisfecha de servicios de transportes, esta información será útil para realizar el calculo de la capacidad instalada y utilizada.

En el siguiente cuadro se da a conocer dicho balance:

Cuadro N° 24

Demanda Insatisfecha

AÑO	PERIODO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA/ INSATISFECHA
2011	0	5'358.528	4'755.660	602.868
2012	1	5'449.626	4'779.424	670.202
2013	2	5'542.290	4'803.344	738.946
2014	3	5'636.520	4'827.316	809.204
2015	4	5'732.316	4'851.496	880.820
2016	5	5'829.786	4'755.660	1'074.126

FUENTE: Cuadro 20 y 23

ELABORACIÓN: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

En este punto y previo a efectuar la inversión es de vital importancia considerar las estrategias que nos permitan ingresar y mantenernos en el mercado para lo cual se tomará en cuenta los elementos de la muestra de mercado como son: servicio precio, plaza, y publicidad.

Esta combinación permitirá definir con exactitud cuáles son las características de nuestros clientes; lo que posibilitará ubicar los servicios correctamente, definir políticas, precios, y establecer nuestra estrategia de comunicación.

SERVICIO

El servicio que prestará la nueva Picantería, será la venta de platos típicos, como fritada, chicharrón, chanfaina, y sancochos además nos

identificaremos con una política de buen servicio y atención por lo que contaremos con el número adecuado de personal, una adecuada estructura organizativa, y además se contará con un parqueadero de uso exclusivo para clientes.

PRECIO

El precio se establecerá de acuerdo a los costos de elaboración de los diferentes platos típicos tomando en consideración los precios de la competencia existentes en el mismo sector

- Canal de comercialización (Servicio - Consumidor)
- Poder adquisitivo de los consumidores.

Una vez analizado minuciosamente cada uno de estos factores anteriormente mencionados, se planteará valores convenientes y de acuerdo a las expectativas de la microempresa; los mismos que se han establecido en el estudio de mercado, los que van de acuerdo a la frecuencia de compra y el precio menor; teniendo como referencia los siguientes: fritada \$2,50 dólares el plato, chicharrón \$ 2,00 dólares el plato, chanfaina \$1,25 dólares el plato, y el sancocho \$1 dólar el plato.

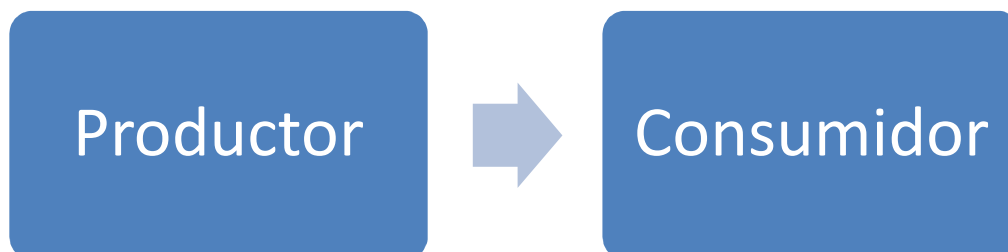
Todos estos precios que constaran como ingresos, serán regulados de acuerdo a la situación económica de los visitantes y paralelamente a los valores de otras picanterías del sector.

Estableciendo como estrategia el mejorar la porción o cantidad ofrecida en el plato de cada uno de los consumidores como también buscar precios más cómodos en el valor del chanco.

PLAZA

La plaza esta constituida por el lugar en el cual ofertantes y demandantes realizan intercambios de bienes y servicios en nuestro caso se ha considerado la plaza al sector Landangui del cantón Loja por encontrarse en un lugar estratégico en el cual se constituye como un centro o punto de encuentro de cientos de personas que viajen todos los fines de semana ya sea por turismo o por disfrutar de la gastronomía del sector. Para lo cual se ha considerado optar como canal de comercialización, que permitirá proveer un servicio directo y de calidad entre el servidor y consumidor final, tratando de brindar un servicio de calidad, eficiencia y seguridad.

Gráfico N° 14



PUBLICIDAD.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 12 de la encuesta a la población; se llegó a la conclusión de establecer la publicidad mediante la cual se hará conocer los servicios que presta la picantería, los mismos que será dados por medio de la radio que tenga una cobertura a nivel de toda la provincia de Loja, siendo la WG Milenium 92.5FM el medio más escuchado por parte de la ciudadanía. La frecuencia que se transmitirá será en los noticieros de la mañana y al medio día es decir a las 7h30 am y 13h30 pm.

2. ESTUDIO TÉCNICO.

En el estudio técnico del proyecto que se está queriendo llevar a cabo, se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para el servicio que se desea implementar y, en el cual se analiza y se determina el tamaño óptimo del lugar de servicio, la localización, las instalaciones y la organización requerida en el proyecto.

De este estudio se deriva la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

El estudio técnico define los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto tales como:

- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Determinar la localización más adecuada.
- Establecer la distribución y diseño de las instalaciones.
- El proceso de servicio.
- Estudio de impacto ambiental.
- Estudio organizativo.

2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la posterior realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primer instancia llevar a cabo una aproximación de costos involucrados en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, a un grado

óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.

El tamaño y capacidad de este proyecto en particular, se debe a dos aspectos principalmente: la gran demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto y a la dimensión del área total con que contaría la edificación será de 400 metros cuadrados, disponible para la construcción de las instalaciones y del parqueadero del proyecto a ejecutarse.

DISTRIBUCIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN	
ÁREA ADMINISTRATIVA	10m ²
ÁREA DE COCINA	18m ²
ÁREA DE COMIDA	216m ²
ÁREA DE CAJA	6m ²
ÁREA VERDE Y DE PARQUEO	150m ²
TOTAL	400m²

Tanto la determinación del tamaño como la capacidad que tendrá la infraestructura, serán de mucha utilidad para la estimación de las inversiones necesarias que mejor se ajusten a las necesidades del mismo y para cálculos futuros en las siguientes etapas del proyecto (Estudio económico-financiero y evaluación económica).

La disponibilidad en el suministro de recursos, tanto materiales, humanos y financieros no representan en este caso, factores que condicionen o limiten el tamaño y capacidad planteados para este proyecto, puesto que existe la disponibilidad deseada en cuanto a tiempo, cantidad y calidad.

El tamaño del presente proyecto está relacionado directamente con la demanda insatisfecha de servicios la misma que es de 602.868 servicios de platos típicos.

De este total de demanda Insatisfecha el presente proyecto pretende tomar un 15% de la demanda insatisfecha para el primer año obteniendo una capacidad instalada de 90.430 de la cual se utilizará el 70% dando como resultado 63.301 servicios de platos típicos al año; con un incremento gradual del 10% para los tres primeros años y el 100% para los dos últimos. Cabe indicar que la nueva picantería comenzará su trabajo con poca participación en el mercado, no para satisfacer el total de la demanda insatisfecha, como se lo detalla en el cuadro N° 25.

Cuadro N° 25

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

Años	Demanda Insatisfecha	% Demanda	Capacidad Instalada	% Capacidad	Capacidad Utilizada
1	602.868	15	90.430	70	63.301
2	670.202	18	120.636	80	96.509
3	738.946	21	155.179	90	139.661
4	809.204	24	194.209	100	194.209
5	880.820	27	237.821	100	237.821

FUENTE: Cuadro 24

ELABORACIÓN: La Autora

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto.

Este estudio tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del mismo,

contribuyen a minimizar los costos y gastos de la inversión durante el periodo de vida del proyecto.

Etapas de la localización

El estudio de localización se distingue dos partes muy importantes como son:

- **Macro localización.-** Se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto, tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un país o una región determinada.

Gráfico N° 15

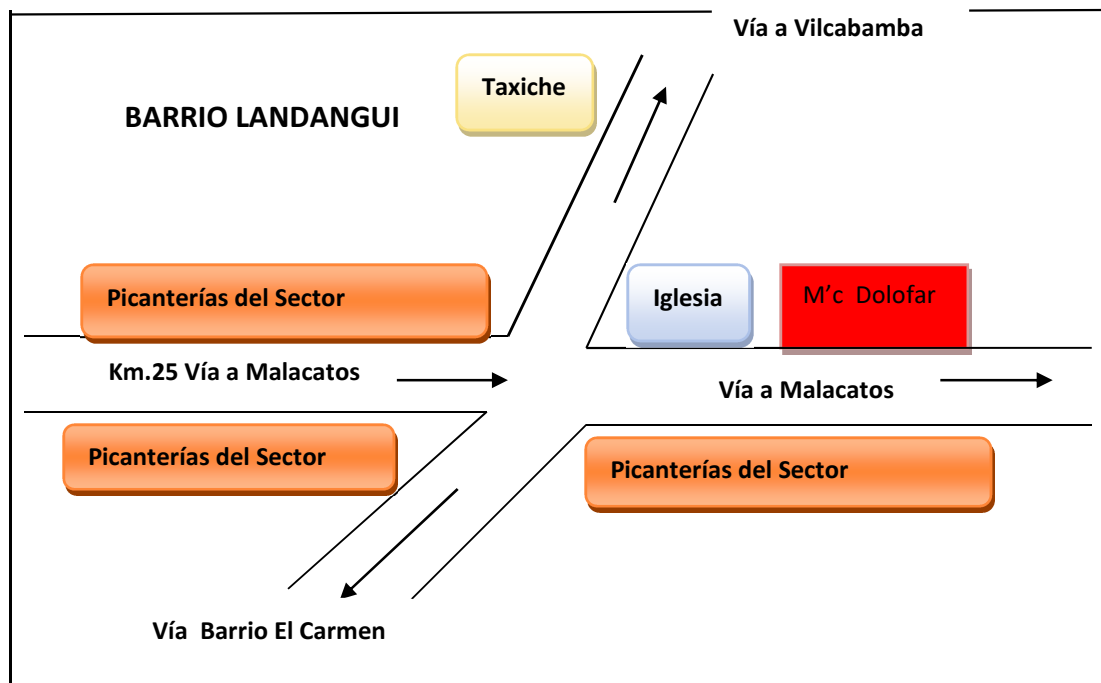
MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA.



- **Micro localización.**-Consiste en la selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la Macro localización.²²

Gráfico N° 16

LUGAR PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA PICANTERÍA EN EL SECTOR LANDANGUI



ELABORACIÓN: La Autora

La infraestructura será ubicada viablemente al sur de la ciudad de Loja, en el sector Landangui, al lado izquierdo de la vía a Malacatos a 200 metros de la Y en el conjunto "Vista del Rio", lugar donde funcionara la nueva picantería; sitio que tiene todos los servicios básicos como son: buena vía de acceso, para dar un buen servicio al consumidor, energía eléctrica, alcantarillado, agua potable, entre otros; lo que nos facilitara llevar adelante la ejecución de este proyecto.

²² MIRANDA Miranda Juan José. **Gestión de proyectos**. 4ta edición. año 2003. pág. 122.
CÓRDOBA Padilla Marcial. **Formulación- y Evaluación de Proyectos**. págs. 224, 225, 226.

2.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

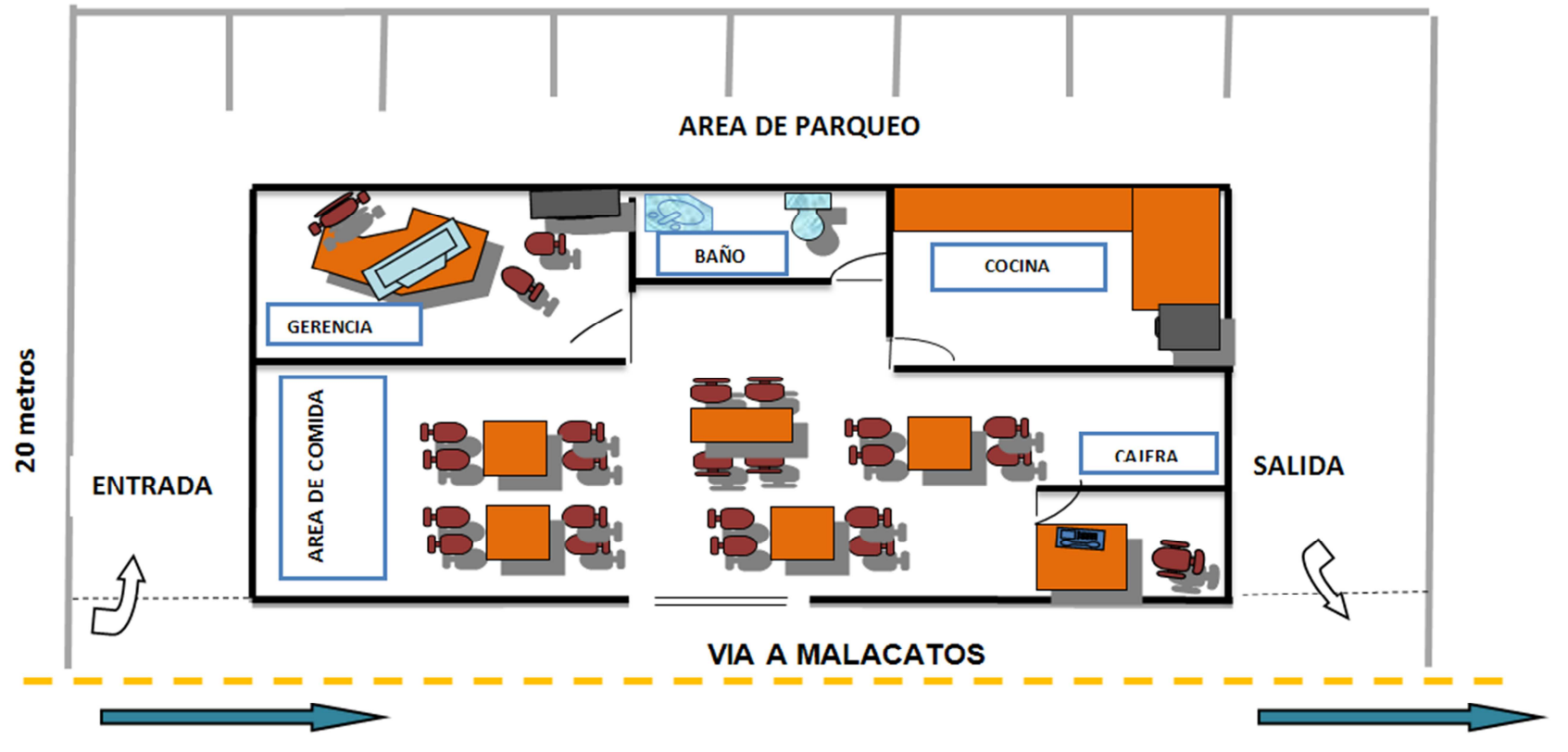
DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LAS INSTALACIONES.

Para que la distribución y diseño de las instalaciones de un proyecto provean condiciones de trabajo aceptables, es preciso tomar en cuenta dos especificaciones en particular: funcionalidad y estética que proporcionen y optimicen la distribución eficiente entre cada una de sus áreas.

Dada la magnitud del terreno disponible para la instalación de la infraestructura, a continuación se ponen a consideración las posibles instalaciones que permitan la operación más económica y eficiente para aprovechar de la mejor manera posible los espacios y recursos de que se dispone, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para quienes hagan uso de ellas, tomando en consideración las reglas de normatividad que deben cumplirse para su construcción.

Gráfico N° 17

DISTRIBUCIÓN Y DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



ELABORACIÓN: La AUTORA

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.

El servicio que ofrecerá la nueva picantería será canalizado a través de lo que el consumidor solicite de acuerdo a su gusto y preferencia en cuanto a platos típicos que ofrecerá la misma.

DIAGRAMA DE FLUJO.

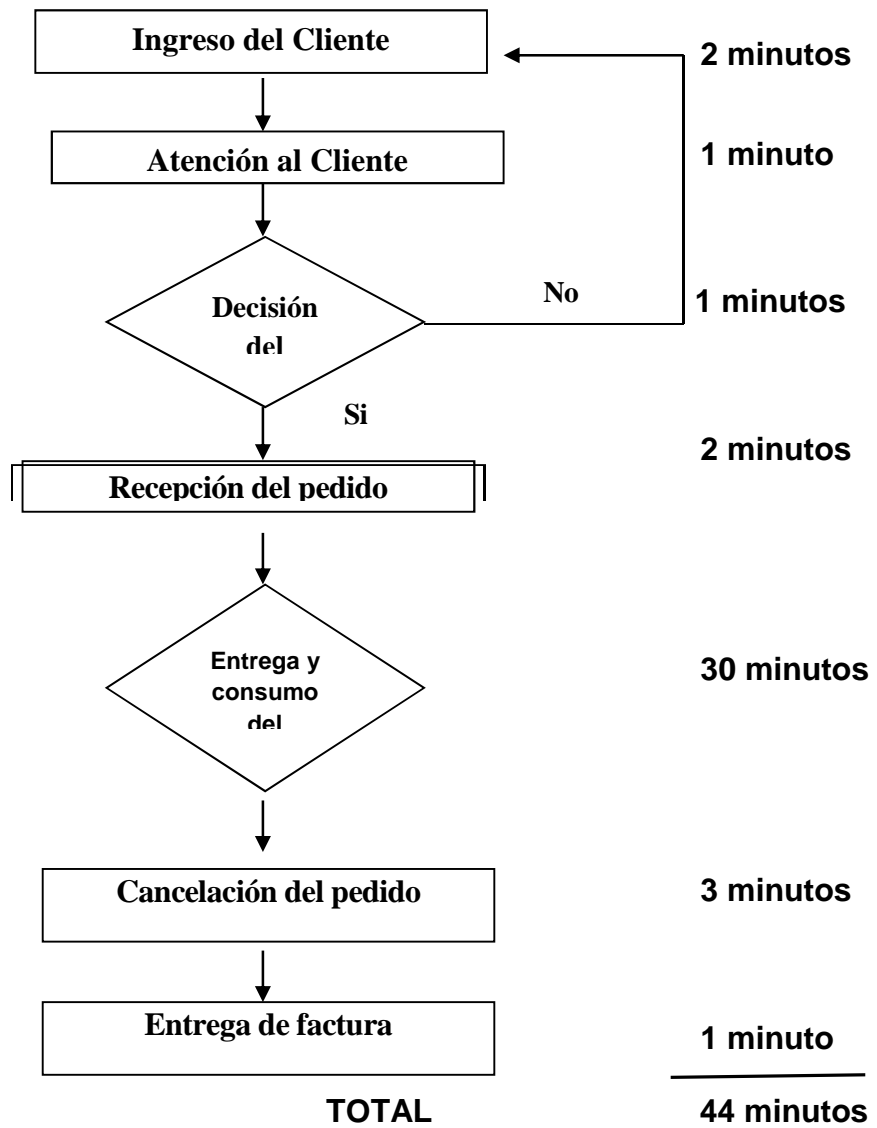
En los diagramas de flujo se presenta gráficamente la secuencia de las diferentes etapas o procesos, los productos de entrada y salida de cada operación

DESCRIPCIÓN DEL FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 1. INGRESO DEL CLIENTE.** Al ingresar el cliente busca el lugar adecuado para servirse el plato de su preferencia
- 2. ATENCIÓN AL CLIENTE.** Es la atención personalizada al cliente para entregarle el menú para que conozca el costo y la variedad de platos de acuerdo al gusto y preferencia.
- 3. ELECCIÓN DEL PLATO.** En este paso el cliente selecciona el o los platos de su preferencia.
- 4. RECEPCIÓN DEL PEDIDO.** Luego de la elección se procede a entregar el pedido a la cocina para que sirva el plato.
- 5. DESPACHO DEL PEDIDO.** se procede a entregar el pedido al cliente para que sea consumido.
- 6. CANCELACIÓN DEL PEDIDO.** En esta fase el cliente cancela en caja el valor de su pedido.
- 7. ENTREGA DE LA FACTURA.** Una vez cobrado el consumo la cajera procede a emitir la factura correspondiente al cliente.

Gráfico N° 18

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.



REQUERIMIENTOS

Para el normal funcionamiento de las instalaciones de la nueva picantería en el sector de Landanguí del cantón Loja se requiere de recursos humanos, materiales y financieros.

RECURSOS HUMANOS

Está constituido por el talento humano quien será responsable de la planificación, organización dirección y control de las actividades, la cual está integrada por administrativos y operativos:

ADMINISTRATIVOS.

- ✓ Gerente
- ✓ Contador
- ✓ Secretaria
- ✓ Asesor Jurídico

OPERATIVOS

- ✓ Cocinero
- ✓ Mesero
- ✓ Cajera
- ✓ Guardián
- ✓ Posillero

RECURSOS MATERIALES.

El presupuesto de inversión en recursos materiales se refiere a la valorización de las inversiones en obras físicas, equipo, e insumos necesarios para la instalación y puesta en marcha del proyecto:

ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN

- ✓ Parqueadero
- ✓ Área de comida
- ✓ Gerencia
- ✓ Cajera
- ✓ Baño
- ✓ Cocina

MUEBLES Y ENSERES

- ✓ Escritorios
- ✓ Sillones
- ✓ Sillas
- ✓ Mesas
- ✓ Archivador
- ✓ Mostrador

EQUIPO DE OFICINA

- ✓ Computadora
- ✓ Calculadora
- ✓ Impresora multifunción.
- ✓ Teléfono
- ✓ Fax
- ✓ Sumadora
- ✓ Televisor
- ✓ Equipo de sonido.

UTENSILIOS DE COCINA

- ✓ Pailas

- ✓ Ollas
- ✓ Cilindro de gas
- ✓ Sartenes
- ✓ Baldes
- ✓ Vajilla
- ✓ Cuchillos
- ✓ Porta cubiertos.
- ✓ Hachas
- ✓ Cucharones
- ✓ Charoles de mesa
- ✓ Vasos
- ✓ Jarras
- ✓ Tazas
- ✓ Ajiceros
- ✓ Saleros
- ✓ Reposteros
- ✓ Basureros
- ✓ Manteles
- ✓ Cortinas
- ✓ Espejos
- ✓ Vidrios para mesas
- ✓ Servilleteros
- ✓ Floreros
- ✓ Rodapiés con el logo de la picantería

MAQUINARIA Y EQUIPO

- ✓ Cocinas
- ✓ Refrigeradora
- ✓ Congelador
- ✓ Licuadora

RECURSOS FINANCIEROS.

Los recursos financieros para un proyecto de inversión son los recursos monetarios útiles para solventar los requerimientos del monto total de inversión necesario para llevar a cabo su realización.

Para el desarrollo y puesta en marcha de este proyecto, los recursos económicos, se financiarán por aportes de los accionistas.

2.3 ORGANIZACIÓN LEGAL

- **RAZÓN SOCIAL.-** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada, y su razón social será “M’c DOLOFAR” Cía. Ltda.
- **DIRECCIÓN.-** La picantería “M’c DOLOFAR” Cía. Ltda. se ubicará en sector Landangui, al lado izquierdo de la vía a Malacatos, a 200 metros de la “Y,” en el conjunto “Vista del Rio”.
- **CAPITAL SOCIAL.-**Para la construcción de esta infraestructura, se contará con un capital aproximado de **44023.80** (cuarenta y cuatro mil veinte y tres dólares con ochenta centavos).
- **OBJETO DE LA EMPRESA.-** “M’c DOLOFAR” Cía. Ltda. del cantón Loja, sector Landangui, brindará sus servicios de alimentación en platos típicos como: fritada, chicharrón, chanfaina, sancochos, con el único fin de servir organizadamente y de aportar al desarrollo micro empresarial del sector.
- **DOMICILIO**
El domicilio de la empresa denominada “M’c DOLOFAR” Cía. Ltda., será en el sector Landangui.
- **NACIONALIDAD**
La empresa será de nacionalidad ecuatoriana por lo tanto está sujeta a las leyes vigentes del Ecuador.

- **DURACIÓN**

El plazo de duración para esta empresa es de cinco años

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

“M’c DOLOFAR” Cía. Ltda., para su funcionamiento contará con los cinco niveles como son:

1. Nivel legislativo
2. Nivel ejecutivo
3. Nivel asesor
4. Nivel de auxiliar
5. Nivel operativo

NIVELES JERÁRQUICOS

Nivel legislativo

Este nivel está constituido por la junta general de accionistas cuya función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, entre otros.

Nivel ejecutivo

Lo constituye el gerente este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas ejerciendo la autoridad para cumplir y hacer cumplir lo dispuesto por la Junta general de socios.

Nivel asesor

Lo conforma el asesor jurídico cuya función es aconsejar e informar en materia jurídica, económica, técnica, y financiera y más áreas que tenga que

ver con la empresa, este nivel no tiene autoridad de mando sino funcional por lo tanto no toma decisiones.

Nivel de auxiliar

Es el encargado de brindar ayuda a los otros niveles administrativos mediante la prestación de servicios en forma eficiente y oportuna este nivel lo integra la secretaria y su grado de autoridad es mínima, se limita a cumplir órdenes del nivel ejecutivo.

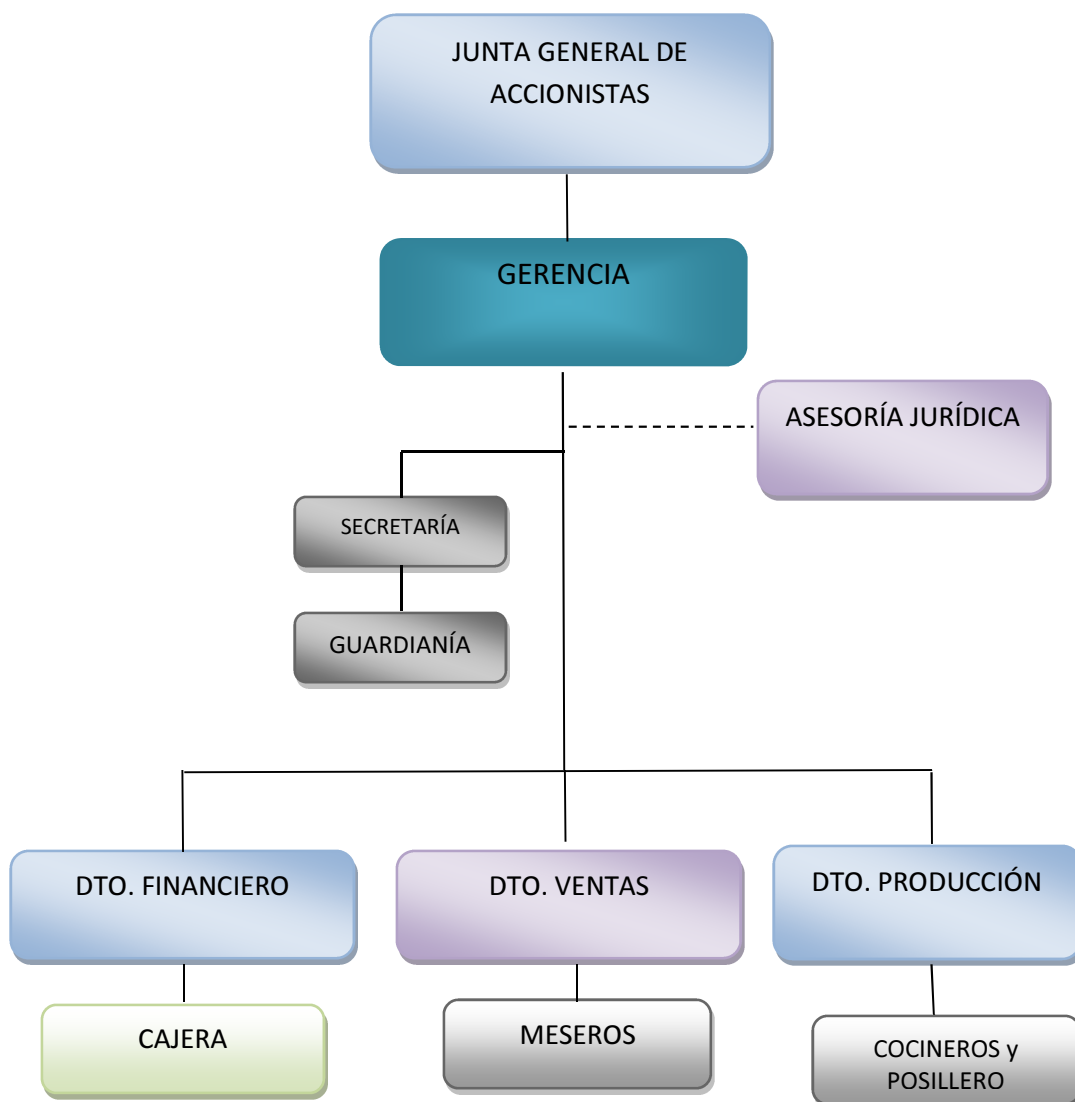
Nivel operativo

Está conformado por las personas que ejecutan directamente las funciones de la empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los niveles superiores.

ORGANIGRAMAS

Es un gráfico que muestra la estructura organizativa de la empresa la compuesta por líneas y símbolos que determinan los niveles jerárquicos. Entre los que tenemos el estructural, funcional y posicional.

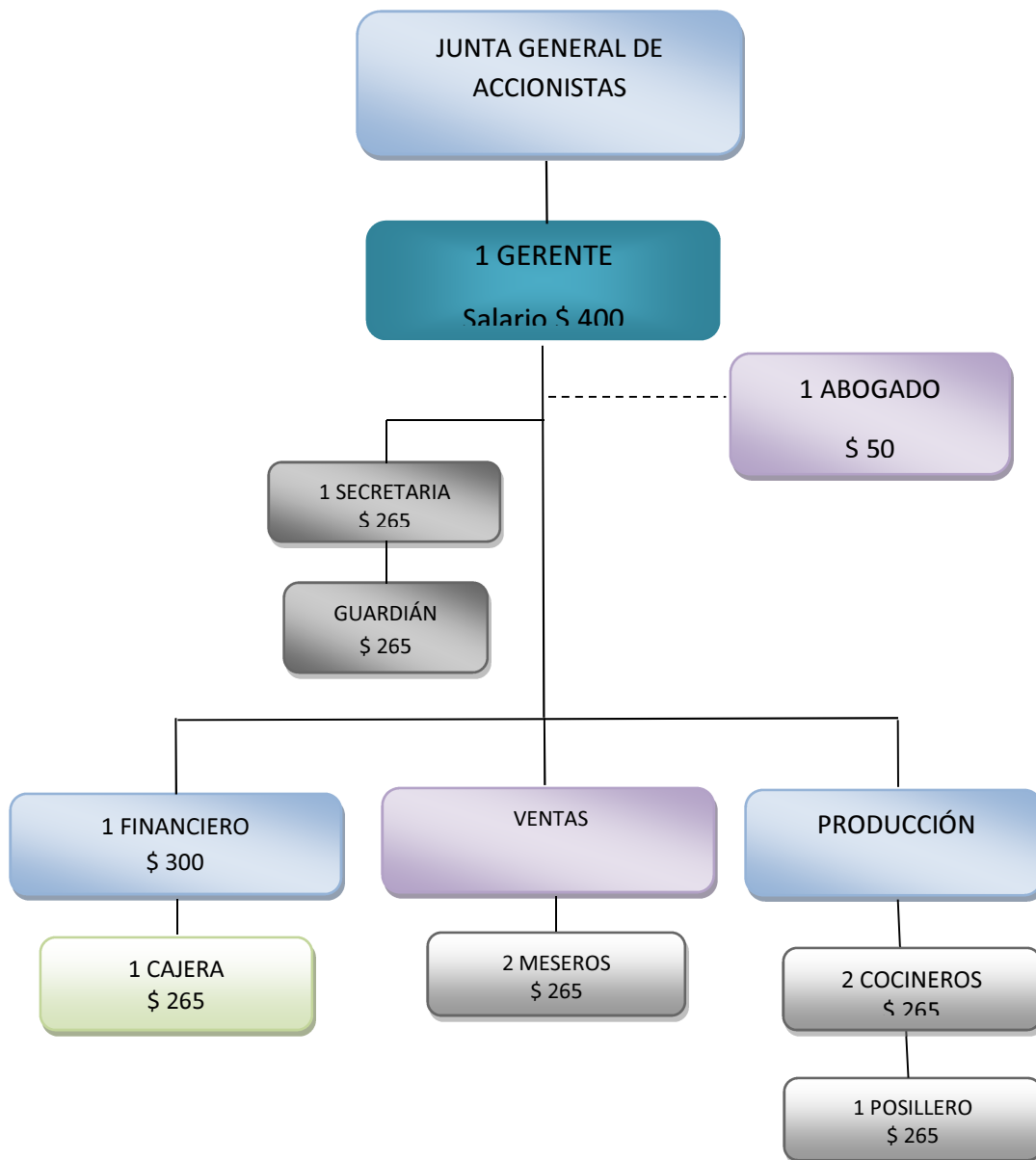
Gráfico N° 19

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE
"M'c DOLOFAR" Cía. Ltda.**

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 20

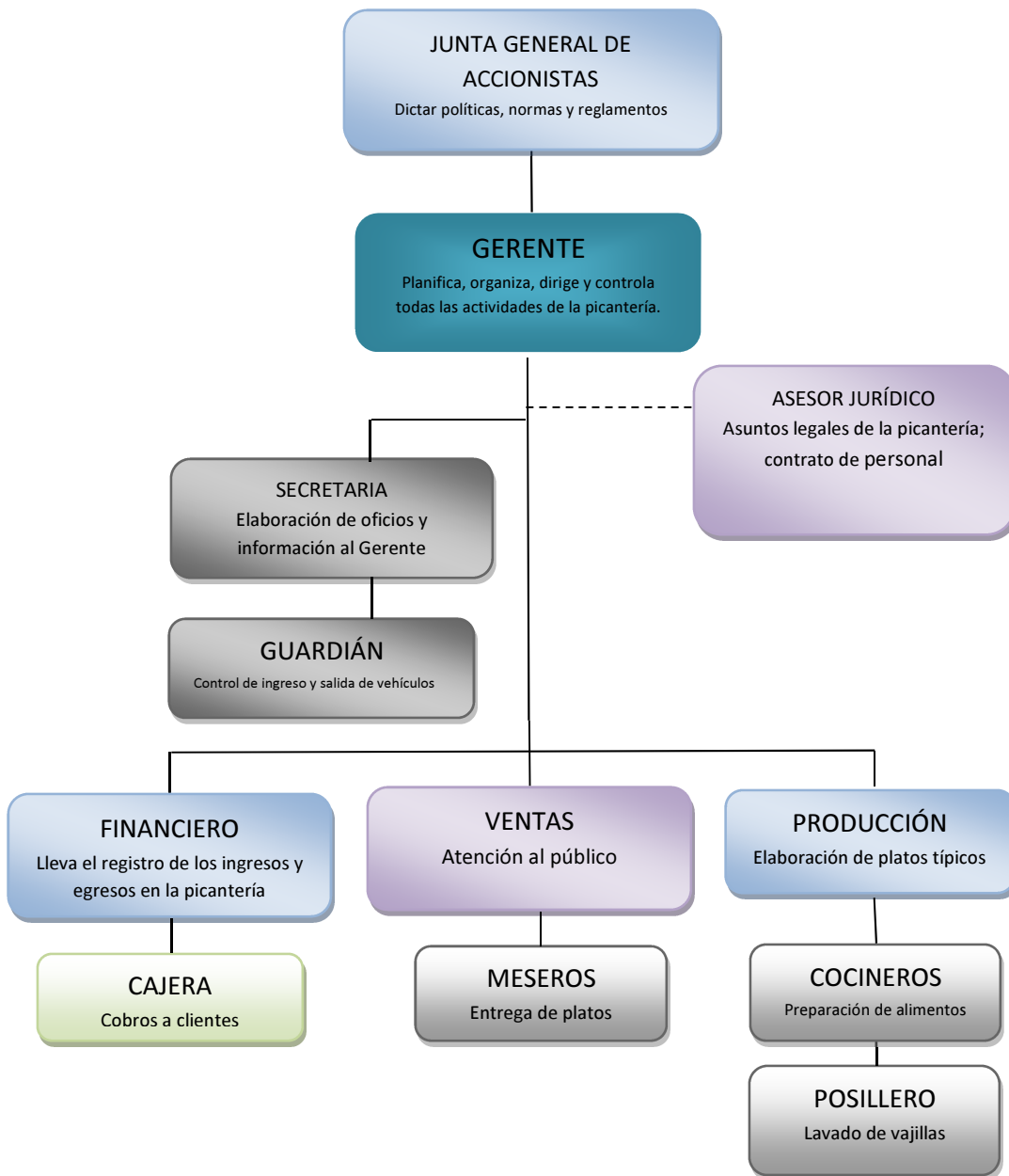
ORGANIGRAMA POSICIONAL DE "M'c DOLOFAR" Cía. Ltda.



Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 21

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE
“M’c DOLOFAR” Cía. Ltda.**



Elaboración: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

El manual es la fuente de información en la que todos los cargos de la empresa se encontrará la descripción clara de los diferentes puestos, tareas o actividades a desarrollarse, obligaciones, deberes y responsabilidades que son determinadas, para cumplir con los objetivos que se deben cumplir en la empresa.

CÓDIGO: 001

TÍTULO DEL PUESTO : GERENTE

NIVEL JERÁRQUICO : EJECUTIVO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- ✓ Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- ✓ Dirige el plan operativo, con el correspondiente presupuesto anual.
- ✓ Se encarga de realizar las entrevistas para la adquisición de nuevo personal operacional
- ✓ Asistir a las reuniones que se dieran según el caso para informar sobre las actividades en forma documentada.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- ✓ Actuar y coordinar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes al cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✓ Título profesional en Ingeniería Comercial
- ✓ Experiencia mínima 1 año
- ✓ Curso de Relaciones Humanas
- ✓ Cursos de Computación

CÓDIGO: 002

TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NIVEL JERÁRQUICO: ASESOR

NATURALEZA DEL TRABAJO:

- ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades legales de la empresa, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- ✓ Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- ✓ Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- ✓ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- ✓ Participar en procesos contractuales
- ✓ Participar en sesiones de Junta de accionistas y Jefes.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- ✓ Se caracterizan por mantener autoridad funcional más, no de mando en razón de que asesora y recomienda, pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✓ Título a nivel universitario, doctor en Jurisprudencia. Abogado.
- ✓ Experiencia dos años en función es similares.

CÓDIGO: 003

TÍTULO DEL PUESTO : SECRETARIA

NIVEL JERÁRQUICO : APOYO

SUPERIOR INMEDIATO : GERENTE

SUBALTERNOS : NINGUNO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Realizar labores de asistencia directa al gerente de la empresa

FUNCIONES TÍPICAS

- ✓ Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa.
- ✓ Comunicar al personal de forma oportuna y veraz las resoluciones, posiciones y recomendaciones emanadas por el gerente.
- ✓ Elaborar y mantener organizados los informes enviados y recibidos.
- ✓ Tomar las notas correspondientes para elaboración de informes según el requerimiento.
- ✓ Colaborar con el gerente y demás unidades administrativas de la empresa, cuando requieran información sobre alguna situación interna.
- ✓ Elaborar las convocatorias a las reuniones y coordinar las asistencias de los miembros, cuya presencia sea requerida por el gerente.
- ✓ Elaborar solicitudes, oficios, comunicaciones o cualquier documento que el gerente solicite.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

- ✓ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el manejo de documentos.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Título de Licenciada en Secretaria Ejecutiva.
- ✓ Experiencia 2 años en funciones similares.

CÓDIGO: 004

TÍTULO DEL PUESTO : CONTADORA

NIVEL JERÁRQUICO : APOYO

SUPERIOR INMEDIATO : GERENTE

SUBALTERNOS : CAJERA

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Realizar labores referentes a los informes financieros de la empresa

FUNCIONES TÍPICAS

- ✓ Asesorar, informar y recomendar al gerente en asuntos relacionados al control interno, contable, administrativo, financiero, operacional y aplicación de disposiciones reglamentarias.
- ✓ Receptar toda la documentación correspondiente a los roles de pago de todo el personal de la empresa y facturas del SRI.
- ✓ Llevar y mantener actualizada la contabilidad de la empresa; así como los respectivos registros contables, como: libro diario, libro mayor, balances, estados financieros.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones y reglamentos en materia de auditorías internas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE.

- ✓ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el manejo de documentos.

REQUISITOS MÍNIMOS.

- ✓ Título de Contadora (CPA).
- ✓ Experiencia 2 años en funciones similares.

CÓDIGO: 005

TÍTULO DEL PUESTO: GUARDIÁN

SUPERIOR INMEDIATO: SECRETARIA

NIVEL JERÁRQUICO: AUXILIAR

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Encargado de la limpieza y mantenimiento de las oficinas de la empresa
- ✓ Responsable de la seguridad de la empresa y los vehículos del parqueadero

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✓ Dirigirse a las oficinas y empresas a realizar la limpieza y mantenimiento en el lugar de trabajo.
- ✓ Controlar y vigilar a los vehículos
- ✓ Registra la entrada y salida de los vehículos que ingresan a la empresa
- ✓ Informe de novedades a la secretaria
- ✓ Responsable de la seguridad del personal de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ✓ Agilidad para la limpieza y mantenimiento.
- ✓ Respetuoso con los consumidores del servicio.
- ✓ Honradez, responsable.
- ✓ Actitud para el trabajo.
- ✓ discreción en el manejo de documentos.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Título de Bachiller
- ✓ Curso de Relaciones Humanas
- ✓ Experiencia de 2 año en cargos similares

CÓDIGO: 005

TÍTULO DEL PUESTO: CAJERA

SUPERIOR INMEDIATO: CONTADORA

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Encargada de los cobros pertinentes al servicios de picantería, cordialidad y eficiencia

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✓ Atender al cliente con educación y cultura
- ✓ Llevar el registro de facturas.
- ✓ Receptar el pago por parte del cliente, informa a la contadora de las ventas diarias
- ✓ Registra el cierre de caja al final de jornada de trabajo.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ✓ Responsable del manejo del dinero.
- ✓ Respetuoso con los consumidores del servicio.
- ✓ Honradez, responsable.
- ✓ Llevar el registro de facturas.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Título de Bachiller en Contabilidad
- ✓ Curso de Relaciones Humanas
- ✓ Experiencia de 2 año en cargos similares

CÓDIGO: 006

TÍTULO DEL PUESTO: COCINERO

SUPERIOR INMEDIATO: SECRETARIA

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Encargada de elaborar los platos típicos de la picantería, cordialidad y eficiencia.

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✓ Prepara el menú semanal
- ✓ Controlar que los alimentos preparados cumplan con las especificaciones establecidas en la picantería
- ✓ Controlar que los alimentos preparados sean higiénicamente procesados.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ✓ Responsabilidad sobre la preparación de los platos.
- ✓ Supervisa el proceso de elaboración.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Conocimientos en el área de cocina
- ✓ Curso de gastronomía.
- ✓ Experiencia de 2 años en cargos similares

CÓDIGO: 007

TÍTULO DEL PUESTO: MESEROS

SUPERIOR INMEDIATO: SECRETARIA

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Encargado de atender los pedidos o requerimientos de los clientes de forma rápida y oportuna

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✓ Atender al cliente con educación y cultura
- ✓ Estar atento a las necesidades del cliente
- ✓ Limpieza de la mesas

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ✓ Responsabilidad sobre las labores de atención al cliente.
- ✓ Eficiencia en el servicio y atención.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Título de bachiller
- ✓ Curso de Relaciones Humanas.
- ✓ Experiencia de 2 año en cargos similares

CÓDIGO: 008

TÍTULO DEL PUESTO: POSILLEROS

SUPERIOR INMEDIATO: COCINERO

NIVEL JERÁRQUICO: OPERATIVO

NATURALEZA DEL TRABAJO

- ✓ Encargado de la limpieza de la vajilla y utensilios de la cocina

FUNCIONES PRINCIPALES

- ✓ Realizar el lavado y cuidado de toda la vajilla, utensilios, y otros implementos en la cocina.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ✓ Responsabilidad sobre las labores de la limpieza de vajilla.
- ✓ Eficiencia en el lavado de utensilios necesarios para el servicio de los platos típicos.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Mayor de edad.

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

3.1.1 INVERSIONES

Este segmento del estudio se refiere a las reparticiones que se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida útil de un proyecto y representa desembolsos de efectivo para la adquisición de activos. Las inversiones se las clasifica en tres categorías: **activos fijos, activos diferidos, activo circulante (capital de trabajo).**

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.

Cuadro N° 26

TERRENO

DIMENSIÓN	ÁREA	VALOR M ²	COSTO TOTAL
20m X 20m	400 m ²	\$ 37,50	15.000,00

FUENTE: CATASTRO DE MUNICIPIO

ELABORACIÓN: La Autora.

El terreno para la edificación de la picantería “**M’c DOLOFAR**” Cía. Ltda., tiene un costo de \$ 15.000,00 dólares, su dimensión es de 20m x 20m que da un área de 400 m²; valorado en \$ 15.000,00 dólares, que dividido para 400m², cada m² tiene un valor de \$ 37,50 dólares.

Cuadro N° 27

CONSTRUCCIONES

ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN	CANT. M2	V/UNITA RIO	VALOR TOTAL
CONSTRUCCIÓN (oficinas, área de comida, cocina entre otros)	120	70	8.400,00
Cerramiento	100	50	5.000,00
TOTAL	220		13.400,00

FUENTE: MUNICIPIO DE LOJA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

En las áreas para la edificación, se multiplicó la cantidad de m2 del área por el valor unitario del m2, según el valor del área de construcción, obteniendo así valores totales, ejecutando la sumatoria de los mismos y dando como resultado un costo total de 13.400,00 dólares de todas las áreas de construcción.

Cuadro N° 28

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIOS	4	100,00	400,00
SILLAS	40	15,00	600,00
SILLONES	3	80,00	240,00
MESAS	10	50,00	500,00
ARCHIVADOR	2	90,00	180,00
MOSTRADOR	1	50,00	50,00
TOTAL			1.970,00

FUENTE: ALMACENES DE LA LOCALIDAD

ELABORACIÓN: LA AUTORA

El costo total de muebles y enseres, que es de 1970,00 dólares, es el resultado de la cantidad de bienes que se va a adquirir por el valor unitario, lo mismo que utilizará en ciertas áreas.

Cuadro N° 29

EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORA	1	800,00	800,00
CALCULADORA	2	10,00	20,00
FAX	1	60,00	60,00
TELEFONO	1	40,00	40,00
TELEVISOR	1	500,00	500,00

FUENTE: ALMACENES DE LA LOCALIDAD

ELABORACIÓN: LA AUTORA

De igual forma que el cuadro anterior, aquí el equipo de oficina tiene costo total de 1668,00 dólares, que salió de la multiplicación de la cantidad de bienes a adquirir por el valor unitario.

Cuadro N° 30

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

COMPUTADOR HP	1	800,00	800,00
IMPRESORA MULTI-F	1	60,00	60,00
TOTAL			860,00

FUENTE: ALMACÉN MASTER PC

ELABORACIÓN: LA AUTORA

Cuadro Nº 31

UTENSILIOS DE COCINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PAILAS	3	60,00	180,00
OLLAS GRANDES	3	35,00	105,00
OLLAS PEQUEÑAS	5	10,00	50,00
CILINDRO DE GAS	3	50,00	150,00
SARTENES	4	15,00	60,00
BALDES	3	12,00	36,00
VAJILLA PLATO GRAND	60	1,00	60,00
VAJILLA SOPERAS	60	1,00	60,00
VAJILLA PEQUEÑO	60	0,60	36,00
CUCHILLOS	5	2,00	10,00
PORTA CUBIERTOS	12	1,25	15,00
HACHAS	1	5,00	5,00
CUCHARONES	3	4,80	14,40
CHAROLES	6	5,00	30,00
VASOS	100	0,40	40,00
JARRAS	12	2,00	24,00
TAZAS	24	0,50	12,00
AJICEROS	12	0,90	10,80
SALEROS	12	0,90	10,80
REPOSTEROS	6	9,00	54,00
BASUREROS	3	5,00	15,00
MANTELES	12	7,00	84,00
CORTINAS	2	20,00	40,00
ESPEJOS	2	6,00	12,00
VIDRIOS PARA MESA	10	13,00	130,00
SERVILLETOS	12	1,00	12,00
FLORETES	10	3,00	30,00
TOTAL			1.286,00

FUENTE: ALMACENES DE LA LOCALIDAD

ELABORACIÓN: LA AUTORA

Para determinar el total de utensilios de cocina que se van a utilizar en la nueva picantería, se multiplicó la cantidad por el precio unitario la misma que haciendo a un total de utensilios de \$ 1.286,00 dólares.

Cuadro N° 32

MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
COCINAS	2	240,00	480.00
REFRIGERADORA	1	550.00	550.00
CONGELADOR	1	600.00	600.00
LICUADORA	1	120.00	120.00
TOTAL			1.750,00

FUENTE: ALMACENES DE LA LOCALIDAD

ELABORACIÓN: LA AUTORA

El valor total de la Maquinaria y Equipo necesarios para la elaboración de los diferentes platos típicos es de \$ 1.750,00 dólares. Estos bienes, son de suma importancia para el proceso de preparación, porque ayudará a la cocción y conservación de los alimentos.

Cuadro N° 33

SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA

DETALLE	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
ESCOBAS	2	1,50	3.00
TRAPEADORES	2	1,50	3,00
DESINFECTANTES (GALON)	1	5,00	5,00
CAJA DE HERRAMIENTAS	1	25,00	25,00
TOTAL			36,00

FUENTE: ALMACENES DE LA LOCALIDAD

ELABORACIÓN: LA AUTORA

Los suministros de aseo y limpieza y demás implementos y utensilios para el cuidado y mantenimiento de la edificación, se considera un valor de \$ 36,00 dólares, para la compra de estos elementos necesarios.

DEPRECIACIONES

En contabilidad se entiende por depreciación al proceso para asignar de forma sistemática y racional el coste de un bien de capital a lo largo de su periodo de vida. La depreciación contabiliza la disminución del potencial de utilidad de los activos invertidos en un negocio.

La diferencia se conoce como 'amortización acumulada' o 'valor contable'. El cargo periódico de la depreciación se computa a la hora de calcular el ingreso neto. Ver anexo 3.

Cuadro N° 34

Resumen de Depreciaciones

Construccion	13.400,00	5%	20	670,00
Maquina y Equipo	1.750,00	10%	10	175,00
Equipo de Comput.	860,00	33%	3	283,80
Equipo de Oficina.	1.668,00	10%	10	166,80
Muebles y Enseres	1.970,00	10%	10	197,00
Utensilios de cocina	1.286,00	10%	10	128,60

Fuente: Cuadros Nro. 27, 28, 29, 30, 31, 32,

Elaboración: La autora

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro N° 35

DETALLE	V. TOTAL
Terreno	15.000,00
Construcciones	13.400,00
Muebles y Enseres	1.970,00
Equipo de oficina	1.668,00
Equipo de Computación	860,00
Utensilillos de cocina	1.286,00
Maquinaria y equipo	1.750,00
Suministro de aseo y limpieza	36,00
TOTAL	35.970,00

FUENTE: Cuadro 26, 27, 28,29,30,31,32,33 y 34

ELABORACIÓN: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.

Constituyen las inversiones intangibles que son necesarias para realizar el estudio de factibilidad del proyecto, los gastos de constitución de la empresa, etc. que se amortizan en los primeros 5 años de vida útil del proyecto.

El monto al que asciende estos activos es de \$ 1470,00; los rubros que conforman estas inversiones son los que se indican en el cuadro Nro. 36.

Cuadro N° 36

ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
Estudio de factibilidad	800,00	800,00
Permisos de funcionamiento	200,00	200,00
Gastos de Constitución	400,00	400,00
Imprevistos	70,00	70,00
TOTAL		1.470,00

FUENTE: PLANIFICACIÓN MUNICIPIO DE LOJA

ELABORACIÓN: LA AUTORA

Amortización de activos diferidos

Cuadro N° 37

Detalle	Val. Act. Dif.	Vida Util	Valor Total
Activo Diferido	1470	5	294

FUENTE: Cuadro Nro. 36

ELABORACIÓN: LA AUTORA.

Inversión activo circulante o capital de trabajo

El capital de operación para el proyecto se ha calculado para un mes, tomando en consideración que luego de este periodo la empresa empezará a generar sus propios recursos. El total que tiene esta inversión mensual. Los rubros comprendidos son los siguientes:

Cuadro N° 38

Materia prima directa

Denominación	Cantidad al mes	V/Unitario	V/Total al mes	Total Anual
Chancho 200 libras	3	200,00	600,00	7.200,00
Mote 100 libras	1	30,00	30,00	360,00
Arroz 100 libras	1	45,00	45,00	540,00
Aceite la Favorita 4 litros	2	8,50	17,00	204,00
Yuca 100 libras	2	15,00	30,00	360,00
Plátano verde racima 50 unidades	2	5,00	10,00	120,00
Papa 100 libras	1	20,00	20,00	240,00
Total			752,00	9.024,00

Fuente: Mercados de Loja.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 39

Utensilios de Cocina

Denominación	Cantidad al mes	V/Unitario	V/Total al mes	Total Anual
PAILAS	3	60,00	180,00	2160,00
OLLAS GRANDES	3	35,00	105,00	1260,00
OLLAS PEQUEÑAS	5	10,00	50,00	600,00
CILINDRO DE GAS	3	50,00	150,00	1800,00
SARTENES	4	15,00	60,00	720,00
BALDES	3	12,00	36,00	432,00
VAJILLA PLATO GRANDE	60	1,00	60,00	720,00
VAJILLA SOPERAS	60	1,00	60,00	720,00
VAJILLA PEQUEÑO	60	0,60	36,00	432,00
CUCHILLOS	5	2,00	10,00	120,00
PORTA CUBIERTOS	12	1,25	15,00	180,00
HACHAS	1	5,00	5,00	60,00
CUCHARONES	3	4,80	14,40	172,80
CHAROLES	6	5,00	30,00	360,00
VASOS	100	0,40	40,00	480,00
JARRAS	12	2,00	24,00	288,00
TAZAS	24	0,50	12,00	144,00
AJICEROS	12	0,90	10,80	129,60
SALEROS	12	0,90	10,80	129,60
REPOSTEROS	6	9,00	54,00	648,00
BASUREROS	3	5,00	15,00	180,00
MANTELES	12	7,00	84,00	1008,00
CORTINAS	2	20,00	40,00	480,00
ESPEJOS	2	6,00	12,00	144,00
VIDRIOS PARA MESA	10	13,00	130,00	1560,00
SERVILLETEROS	12	1,00	12,00	144,00
FLORETEROS	10	3,00	30,00	360,00
TOTAL			1286,00	15432,00

ELABORACIÓN: LA AUTORA

Materia prima indirecta

Cuadro N° 40

Denominación	Cantidad al mes	V/Unitario	V/Total al mes	Total Anual
Sal 1 kilo	4	0,80	3,20	38,40
Azucar 100 libras	1	45,00	45,00	540,00
Condimentos frasco grande	10	1,50	15,00	180,00
Peregil manojo grande	4	1,00	4,00	48,00
Platanos maduros racimo 50 unidades	2	5,00	10,00	120,00
limones caja 500 unidades	1	15,00	15,00	180,00
Tomates riñon caja	2	12,00	24,00	288,00
Cebollas un saco 100 libras	1	20,00	20,00	240,00
Ajises caja	1	2,50	2,50	30,00
Colas grandes 3 litros jabas	12	18,00	216,00	2592,00
Colas medianas 1 1/2 litro jabas	12	12,00	144,00	1728,00
Refrescos yupi caja	2	3,6	7,20	86,40
Total			505,90	6070,80

Fuente: Mercados de Loja.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 41

Materiales indirectos

Denominación	Cantidad al mes	V/Unitario	V/Total al mes	Total Anual
ESCOBAS	2	1,5	3,00	36,00
TRAPEADORES	2	1,5	3,00	36,00
DESINFECTANTES (GALON)	1	5	5,00	60,00
CREMA LAVAVAJILLAS 1KILO	2	4,5	9,00	108,00
SERVILLETAS PAQUETE /200 UNIDADES	10	0,6	6,00	72,00
PAPEL HIGIENICO INSTITUCIONAL	2	2,5	5,00	60,00
DETERGENTE 1 KILO	1	9	9,00	108,00
JABON DE BAÑO CAJA	1	12	12,00	144,00
TOALLAS	2	1,5	3,00	36,00
TOTAL			55,00	660,00

FUENTE: Almacenes de la localidad

ELABORACIÓN: La Autora

Cuadro N° 42

Sueldos de personal de administración

Denominación	GERENTE	CONTADOR
Sueldo Básico	400,00	300,00
Decimo tercer Sueldo	33,33	25,00
Décimo cuarto sueldo	22,00	22,00
Vacaciones	16,67	12,50
IECE 0,05 %	2,00	1,50
Secap 0,05 %	2,00	1,50
Aportes al IESS (11,15%)	44,60	33,45
Subtotal	520,60	395,95
Número de obreros	1	1
Total Mensual	520,60	395,95
Total global		916,55
Total Anual.		10998,60

Fuente: Tabla de sueldos de enero de 2011.

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 43

Denominación	SECRETARIA	CAJERA
Sueldo Básico	265,00	265,00
Decimo tercer Sueldo	22,08	22,08
Décimo cuarto sueldo	22,00	22,00
Vacaciones	11,04	11,04
IECE 0,05 %	1,33	1,33
Secap 0,05 %	1,33	1,33
Aportes al IESS (11,15%)	29,55	29,55
Subtotal	352,32	352,32
Número de obreros	1	1
Total mensual	352,32	352,32
Total global		704,64
Total Anual		8455,68

Fuente: Tabla de sueldos de enero de 2011.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 44

Sueldos de personal de operación

Denominación	COCINEROS	MESEROS
Sueldo Básico	265,00	265,00
Decimo tercer Sueldo	22,08	22,08
Décimo cuarto sueldo	22,00	22,00
Vacaciones	11,04	11,04
IECE 0,05 %	1,33	1,33
Secap 0,05 %	1,33	1,33
Aportes al IESS (11,15%)	29,55	29,55
Subtotal	352,32	352,32
Número de obreros	2	2
Total mensual	704,64	704,64
Total global		1.409,28
Total anual		16.911,36

Fuente: Tabla de sueldos de enero de 2011.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 45

Denominación	POSILLERO	GUARDIAN
Sueldo Básico	265,00	265,00
Decimo tercer Sueldo	22,08	22,08
Décimo cuarto sueldo	22,00	22,00
Vacaciones	11,04	11,04
IECE 0,05 %	1,33	1,33
Secap 0,05 %	1,33	1,33
Aportes al IESS (11,15%)	29,55	29,55
Subtotal	352,32	352,32
Número de obreros	1	1
Total mensual	352,32	352,32
Total global		704,64
Total Anual		8455,68

Fuente: Tabla de sueldos de enero de 2011.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 46

Servicios básicos de operación

Detalle	Unidad	Cantidad	V/Unitario	Total mensual	Total Anual
Consumo de energía elec	kw	150	0,08	12,00	144,00
Consumo de agua potable	m ³	20	0,35	7,00	84,00
Total					228,00
Mensual					19,00

Fuente: EERSA. Municipio de Loja.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 47

Combustible

Detalle	Cantidad	V/ Unitario	V/Total mensual	Total Anual
Gas licuado	2	2,40	4,80	57,6
Total			4,80	57,6

Fuente: Distribuidoras de la ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 48

Útiles de oficina

Facturas	1000	0,01	10,00	10,00
Papel Bon resmas	1	3,50	3,50	21,00
Sello de caucho	1	5,00	5,00	5,00
Cintas para impresora	2	8,00	16,00	32,00
Cartuchos para impresora	2	15,00	30,00	60,00
Lápiz	6	0,30	1,80	10,80
Esferos	6	0,30	1,80	10,80
Borradores	6	0,30	1,80	10,80
Grapas	1	1,20	1,20	2,40
Clips	1	0,60	0,60	1,20
Libreta de Notas	3	1,00	3,00	9,00
Carpetas de archivo	2	4,00	8,00	16,00
Total			82,70	189,00
Mensual			6,89	82,7

Fuente: Graficas Santiago.

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 49

Gastos de Publicidad

Detalle	V. Mensual	C. Anual
Radio	90	1.080,00
Total		1.080,00

Fuente: Radio W G MILENIUM 92.5 FM.

Elaboración: La Autora.

En el cuadro que se presenta seguidamente se detalla un resumen completo de las inversiones que se requieren para poner en marcha el proyecto.

Cuadro N° 50

Resumen Activo circulante

Detalle	Costo anual
Materia prima directa	752,00
Materia prima Indirecta.	505,90
materiales directos	1.286,00
Materiales Indirectos	55,00
Mano de obra directa	2.113,92
Mano de obra Indirecta	1.621,19
Servicios basico de operación	19,00
Combustible	4,80
Utiles de oficina	6,89
Publicidad	90,00
Sub. Total	6.454,70
Imprevistos 2%	129,10
Total	6.583,80

Fuente: Cuadro 38,39,40,41,42,43,44,45,46,47,48 y 49

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 51

Cuadro de inversiones

Detalle	Total
Inversión Activo Fijo	35.970,00
Inversión Activo Diferido	1.470,00
Inversión A. Circulante o Capital	6.583,80
Total de Inversiones	44.023,80

Fuente: Cuadro 35,36 y 50

Elaboración: La Autora.

La inversión total del proyecto comprende el activo fijo, activos diferidos y activo circulante, es decir es el total de la inversión que se necesita para poner en marcha la nueva picantería. Las inversiones totales que demanda el proyecto son de \$ 44.023,8

3.1.2 FINANCIAMIENTO

El proyecto hará uso de fuentes internas que serán el aporte de los tres accionistas que emprenderán el presente proyecto.

Fuentes Internas

El total de la inversión que corresponde a US \$ 44.023,80, dólares americanos, que será financiado con aportaciones de los accionistas.

Cuadro N° 52

Aporte de los accionistas

Detalle	Valor	Porcentaje %
Accionista 1	14.674,60	33,33
Accionista 2	14.674,60	33,33
Accionista 3	14.674,60	33,33
TOTAL	44.023,80	100,00

Fuente: Aporte de los accionistas.

3.2 DETERMINACIÓN DE COSTOS.

Para la elaboración de los platos típicos es necesario una serie de gastos, los cuales están sujetos a las variaciones de los precios en el mercado como consecuencia de la inflación, por tal motivo es necesario conocer los precios para proyectar los costos durante la vida útil estimada del proyecto.

Presupuesto de Operación

El presupuesto de costos o de operación, es la estimación de los gastos en que debe incurrir la nueva picantería para obtener un producto final.

El presupuesto está distribuido en costo primo, que es la materia prima y mano de obra directa, los costos del servicio, los gastos de operación del servicio, entre los que se encuentra la mano de obra indirecta, las amortizaciones, depreciaciones, etc., los gastos de operación en el sector de administración y ventas.

La proyección está ejecutada con un incremento en los costos del 3,33 % por inflación anual en la materia prima en Ecuador para el año 2011, y 10 % en los salarios, el mismo que se calculó en base al incremento de la tabla de sueldos y salarios.

Presupuesto en el primer año de operación, alcanza un valor de \$ 58564.99 y para el quinto año este presupuesto suma un valor de \$ 81049.59 dólares americanos.

Cuadro N° 53

Estructura de los costos

PERÍODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa	9.024,00	9.324,50	9.635,01	9.955,85	10.287,38
Mano de Obra Directa	25.367,04	27.903,74	30.694,12	33.763,53	37.139,88
Total Costo Primo	34.391,04	37.228,24	40.329,12	43.719,38	47.427,26
COSTO INDIRECTO DEL SERV.					
Deprec. Maquinaria y equipo	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50
Deprec. de construccion	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50
Depreciación de utensilios	115,74	115,74	115,74	115,74	115,74
Servicios Básicos de operación	228,00	235,59	243,44	251,54	259,92
Combustible	57,60	59,52	61,50	63,55	65,66
Amortización activos diferidos	294,00	294,00	294,00	294,00	294,00
Imprevistos 2%	1.549,13	1.600,72	1.654,02	1.709,10	1.766,01
Total costo Ind. Serv.	3.038,47	3.099,57	3.162,70	3.227,93	3.295,34
Total Costo de Producción	37.429,51	40.327,81	43.491,82	46.947,31	50.722,60
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	19.454,28	21.399,71	23.539,68	25.893,65	28.483,01
Deprec. Muebles y enseres	177,30	177,30	177,30	177,30	177,30
Deprec. Equipo de Oficina	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12
Deprec. Equipo de Computación	191,10	191,10	191,10	191,10	191,10
Utilies de oficina	82,68	85,43	88,28	91,22	94,26
Total Gastos de Administración	20.055,48	22.003,66	24.146,48	26.503,38	29.095,79
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	1.080,00	1.115,96	1.153,13	1.191,52	1.231,20
Total Gastos de Ventas	1.080,00	1.115,96	1.153,13	1.191,52	1.231,20
Costo de Operación	21.135,48	23.119,63	25.299,60	27.694,91	30.326,99
TOTAL DEL COSTO	58.564,99	63.447,43	68.791,42	74.642,22	81.049,59

Fuente: Cuadro 55. Anexo 3

Elaboración: La Autora.

Costos Unitarios

En líneas anteriores se describen las materias primas, la mano de obra y otros costos que permiten determinar el precio unitario del servicio.

La sumatoria de los costos detallados en el cuadro Nro. 53 y repartidos de acuerdo al número de servicios producidos en lo que respecta a la elaboración de platos típicos

a) Componentes del costo unitario.

Como es sabido, los elementos del costo de producción son: materia prima directa, obra de mano directa y, gastos indirectos.

Cuadro Nº 54

Costo Unitario del servicio

Año	Costo de operación	Número de Servicios a ofrecer	Precio Unitario
1	58.564,99	63.301	0,93
2	63.447,43	96.509	0,66
3	68.791,42	139.661	0,49
4	74.642,22	194.209	0,38
5	81.049,59	237.831	0,34

Fuente: Cuadro 25 y 53

Elaboración: La Autora

Para calcular el costo unitario se divide los costos totales para el número de unidades/servicios a producir.

$$COSTO\ UNITARIO = \frac{Costos\ Totales}{Servicios\ a\ producir} = \frac{58.564,99}{63301} = 0,93$$

Determinación del Precio de Venta del servicio.

Es el precio pagado por el consumidor final, que se lo puede determinar a través del costo de producción por unidad más el margen de utilidad. La empresa ha creído conveniente considerar un margen de utilidad por cada uno de los platos típicos esto debido a la forma de presentación en cantidad.

Cuadro N° 55

Precio de Venta unitario del servicio

Año	Costo Total	Cost. Unit. Platos	Precio Unit. Fritada + 115%	Precio Unit. chicharron + 40%	Precio Unit. chanfaina+ 7%	Precio Unit. sancocho+ 7%
1	58.564,99	0,93	2,00	1,30	1,00	1,01
2	63.447,43	0,66	1,42	0,92	0,71	0,71
3	68.791,42	0,49	1,05	0,69	0,52	0,52
4	74.642,22	0,38	0,82	0,53	0,41	0,41
5	81.049,59	0,34	0,73	0,48	0,36	0,36

Fuente: Cuadro 54

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 56

Total de ingresos

Año	Precio Unit. Fritada + 115%	Precio Unit. chicharron+ 40%	Precio Unit. chanfaina+ 7%	Precio Unit. sancocho+ 7%	Sumatoria de precios	Precio promedio
1	2,00	1,30	1,00	1,01	5,31	1,33
2	1,42	0,92	0,71	0,71	3,76	0,94
3	1,05	0,69	0,52	0,52	2,78	0,70
4	0,82	0,53	0,41	0,41	2,17	0,54
5	0,73	0,48	0,36	0,36	1,93	0,48

Fuente: Cuadro 55

Elaboración: La Autora

ESTIMACIÓN DE LOS INGRESOS POR VENTAS DEL SERVICIO

De acuerdo a las proyecciones en la venta de los platos típicos se aspira obtener unos ingresos por un valor de USD 84.190,33, para el primer año y para el quinto año USD 114.158,88 que se describen en el cuadro Nro. 57.

Cuadro N° 57

Ingreso por la venta de platos típicos

Año	Cantidad de servicios.	Sumatoria de Precios	Ingresos Totales
1	63.301	1,33	84.190,33
2	96.509	0,94	90.718,46
3	139.661	0,70	97.762,70
4	194.209	0,54	104.872,86
5	237.831	0,48	114.158,88

Fuente: Cuadro 56

Elaboración: La Autora

Para obtener el total de los ingresos anuales, se multiplico la cantidad de servicios por la sumatoria de precios, este tipo de ingreso no es considerado como la utilidad de la empresa.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Tiene como propósito determinar las utilidades o pérdidas obtenidas por una empresa en el transcurso de un ejercicio fiscal y mostrar la forma en que dichos resultados se desarrollaron.

Por lo tanto sirve de base para la proyección y evaluación del proyecto.

En el presente caso se realizaron las proyecciones anualmente; es decir, para los cinco años, de vida útil del proyecto, por lo tanto nos basaremos en los datos obtenidos del presupuesto proyectado.

Composición del estado de pérdidas y ganancias

Ingresos. Corresponde al resultado de las ventas de los platos típicos que constituyen ser los ingresos.

Egresos. Constituye todos los egresos de fondos. Dentro de los estos tenemos:

Gastos de Venta. Son los desembolsos de efectivo que producen su objetivo en el mismo período, dentro de estos gastos tenemos.

Comprenden todas las erogaciones o desembolsos relacionados directamente con la venta y la entrega de productos. Están compuestas por los gastos laborales (sueldos, seguro social, gratificaciones, etc.), publicidad.

Gastos Administrativos. Desembolsos que ha incurrido la empresa, pero que no se han reflejado en actividades específicas, como elaboración y venta.

Cuadro N° 58

Estado de pérdidas y ganancias

Detalle / Períodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por servicio.	84.190,33	90.718,46	97.762,70	104.872,86	114.158,88
Valor de rescate					1.621,20
(-) Costos de Operación	58.564,99	63.447,43	68.791,42	74.642,22	81.049,59
(=) Utilidad Bruta	25.625,34	27.271,03	28.971,28	30.230,64	34.730,49
(-) 15% de partic. Trabajadores	3.843,80	4.090,65	4.345,69	4.534,60	5.209,57
(=) Utilidad Antes de Impuestos	21.781,54	23.180,38	24.625,59	25.696,04	29.520,92
(-) 25% Imp., a la Renta	5.445,38	5.795,09	6.156,40	6.424,01	7.380,23
(=) Utilidad antes de Res. legal	16.336,15	17.385,28	18.469,19	19.272,03	22.140,69
(-) 10% Reserva legal	1.633,62	1.738,53	1.846,92	1.927,20	2.214,07
=Utilidad líquida	14.702,54	15.646,75	16.622,27	17.344,83	19.926,62

Fuente: Cuadro 53 y 57

Elaboración: La Autora

Fuente Y Uso De Fondos en Efectivo

Conocidos los valores de las inversiones, los costos totales y el capital de operación, se calcula las fuentes y los usos que se darán a los fondos de la empresa, de acuerdo al cuadro Nro. 59.

Cuadro N° 59

Fuente y Uso de Fondos en Efectivo

Denominación	Año 0
Fuentes	
Capital Propio	44.023,80
Ingresos	0,00
Valor residual	0,00
Saldo anterior	0,00
Total Fuentes	44.023,80
Usos	
Activos Fijos	35.970,00
Activos Diferidos	1.470,00
Capital de Operación	6.583,80
Total Usos	44.023,80
Total Fuentes - Total usos	0,00

Fuente: Cuadro 51 y 52

Elaboración: La Autora

Costos Fijos y Variables.

Costos Fijos. Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

Costos Variables. Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción. Con la finalidad de aplicar un parámetro importante de medición empresarial, en el cuadro Nro. 60, se detallan los costos fijos y variables para la empresa y que permitirán definir el punto de equilibrio para el primer año, en función de las ventas y la capacidad instalada.

Esta clasificación se realiza en función de que los costos variables están en relación directa con la producción del servicio, es decir a mayor producción, mayores costos y viceversa.

Cuadro N° 60

Costos fijos y variables de operación para 5 años del 2011 al 2015

COSTOS FIJOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos Administrativos	19.454,28	21.399,71	23.539,68	25.893,65	28.483,01
Útiles de oficina	82,68	85,43	88,28	91,22	94,26
Deprec. Maq., y equipo	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50
Deprec., de construcción	636,50	636,50	636,50	636,50	636,50
Deprec., utensilios	115,74	115,74	115,74	115,74	115,74
Deprec., Muebles y enseres	177,30	177,30	177,30	177,30	177,30
Deprec., Equipo de Oficina	150,12	150,12	150,12	150,12	150,12
Deprec., Equipo Computación	191,10	191,10	191,10	191,10	191,10
Combustible	57,60	59,52	61,50	63,55	65,66
Amort., activos diferidos	294,00	294,00	294,00	294,00	294,00
Publicidad	1.080,00	1.115,96	1.153,13	1.191,52	1.231,20
Imprevistos 2%	1.549,13	1.600,72	1.654,02	1.709,10	1.766,01
TOTAL COSTOS FIJOS	23.945,95	25.983,60	28.218,86	30.671,30	33.362,41
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	9.024,00	9.324,50	9.635,01	9.955,85	10.287,38
Mano de Obra Directa	25.367,04	27.903,74	30.694,12	33.763,53	37.139,88
Servicios Básicos operación	228,00	235,59	243,44	251,54	259,92
Total Costos Variables	34.619,04	37.463,84	40.572,56	43.970,93	47.687,18
COSTOS TOTALES	58.564,99	63.447,43	68.791,42	74.642,22	81.049,59

Fuente: Cuadro 56

Elaboración: La Autora

Análisis del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como **Punto Muerto**, porque en él no existe ni pérdidas ni ganancias.

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

Lo que significa que cuando las ventas sean de USD 40.669,05 dólares, la empresa obtendrá su punto de equilibrio para el primer año de vida.

Cuadro N° 61

Punto de equilibrio en función de las ventas y de la capacidad instalada

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS FIJOS	23.945,95	25.983,60	28.218,86	30.671,30	33.362,41
COSTOS VARIABLES	34.619,04	37.463,84	40.572,56	43.970,93	47.687,18
COSTOS TOTALES	58.564,99	63.447,44	68.791,42	74.642,23	81.049,59
VENTAS TOTALES	84.190,33	90.718,46	97.762,70	104.872,86	114.158,88
PUNTO DE EQUILIBRIO					
EN FUNCION DE VENTAS	40.669,05	44.262,68	48.238,24	52.815,85	57.296,79
EN FUNCIÓN CAP. INST	48,31%	48,79%	49,34%	50,36%	50,19%

Fuente: Cuadro 58 y 60

Elaboración: La Autora

Calculo del punto de equilibrio para el Primer Año
Método matemático en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Totales}} \times 100$$

Costos fijos totales	23.945,95
Ventas totales	84.190,33
Costos variables totales	34.619,04
Constante	100,00
PE =	48,31

Significa que la empresa obtendrá su punto de equilibrio con el 48,31 % de su capacidad instalada.

Método matemático en función de las ventas.

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES TOTALES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

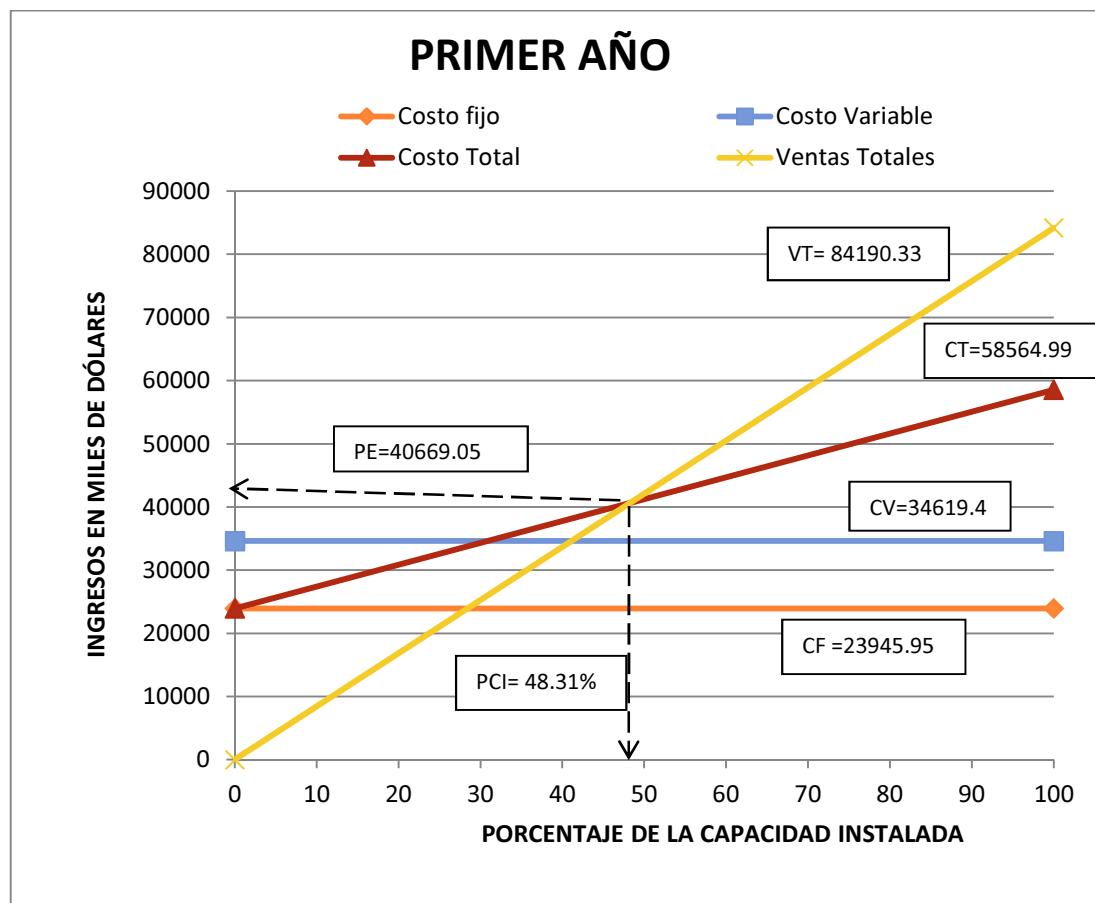
Costos fijos totales	23.945,95
Ventas totales	84.190,33
Costos variables totales	34.619,04
PE =	40.669,05

Lo que significa que cuando las ventas sean de USD 40.669,05 dólares, la empresa obtendrá su punto de equilibrio.

En la siguiente figura se demuestra el punto de equilibrio en forma gráfica.

Gráfico N° 22

Punto de equilibrio en función de las ventas y de la capacidad instalada
Calculo del punto de equilibrio para el primer Año



Elaboración: La Autora

Calculo del punto de equilibrio para el Quinto Año
Método matemático en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Totales}} \times 100$$

Costos fijos totales	33.362,41
Ventas totales	114.158,88
Costos variables totales	47.687,18
Constante	100,00
PE =	50,19

Significa que la empresa obtendrá su punto de equilibrio con el 50,19% de su capacidad instalada.

Método matemático en función de las ventas

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES TOTALES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

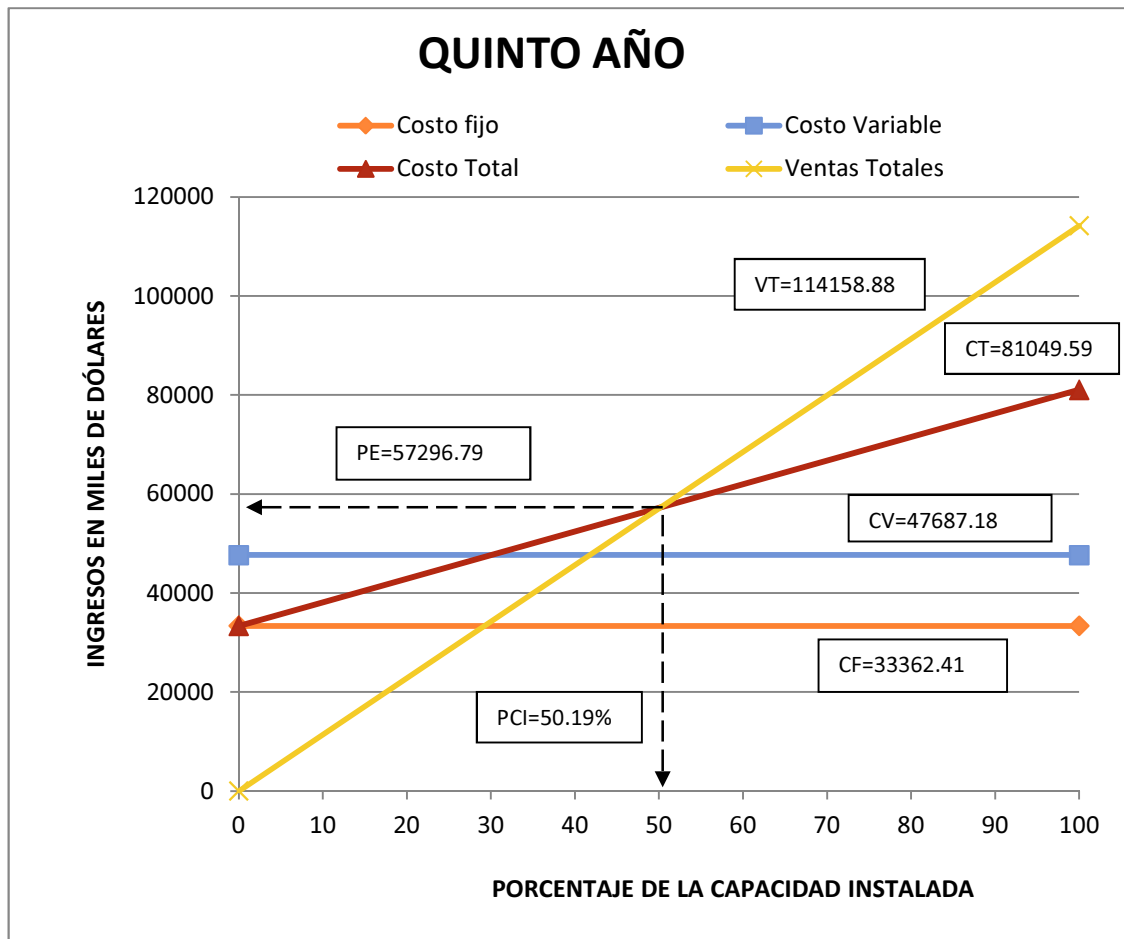
Costos fijos totales	33.362,41
Ventas totales	114.158,88
Costos variables totales	47.687,18
PE =	57.296,79

Lo que significa que cuando las ventas sean de USD 57.296,79 dólares, la empresa obtendrá su punto de equilibrio.

En la siguiente figura se demuestra el punto de equilibrio en forma gráfica.

Gráfico N° 23

Punto de equilibrio en función de las ventas y de la capacidad instalada
 Cálculo del punto de equilibrio para el Quinto Año



Elaboración: La Autora

4. 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 actitud que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital empresarial en la implementación de un proyecto.

Flujo de Caja

El Flujo de Caja, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo. Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos.

El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el cuadro Nro. 62 en el que se comparan los ingresos con los egresos.

El cálculo para determinar los costos totales es igual a costos totales originales, menos depreciaciones y amortización activo diferido.

Cuadro Nro. 62

Flujo de caja

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. INGRESOS					
Ingresos por Ventas.	84.190,33	90.718,46	97.762,70	104.872,86	114.158,88
Valor de rescate					1.621,20
TOTAL INGRESOS	84.190,33	90.718,46	97.762,70	104.872,86	115.780,08
2. EGRESOS					
(+) Costos de Operación	58.564,99	63.447,43	68.791,42	74.642,22	81.049,59
TOTAL DE EGRESOS	58.564,99	63.447,43	68.791,42	74.642,22	81.049,59
(=) FLUJO DE CAJA	25.625,34	27.271,03	28.971,28	30.230,64	34.730,49
(-) 15% Trabajadores	3.843,80	4.090,65	4.345,69	4.534,60	5.209,57
(=) Utilidad Antes de Impuestos	21.781,54	23.180,38	24.625,59	25.696,04	29.520,92
(-) 25% Imp., a la Renta	5.445,38	5.795,09	6.156,40	6.424,01	7.380,23
(=) Utilidad Antes de Impuestos	16.336,15	17.385,28	18.469,19	19.272,03	22.140,69
(-) 10% Reserva Legal	1.633,62	1.738,53	1.846,92	1.927,20	2.214,07
(=) Utilidad Grabable	14.702,54	15.646,75	16.622,27	17.344,83	19.926,62
(-) Depreciaciones	1.428,26	1.428,26	1.428,26	1.428,26	1.428,26
(-) Amortización Activo Diferido	294,00	294,00	294,00	294,00	294,00

Fuente: Cuadro 58

Elaboración: La Autora

Valor Actual Neto.

El Valor Actual Neto representa en valores actuales, el total de los recursos que quedarán en poder de la empresa después de su vida útil.

El VAN se calcula multiplicando los Flujos Netos Descontados, por un coeficiente de actualización que corresponde a la tasa de interés u oportunidad del capital en la zona de influencia del proyecto.

$$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1+r)^n}$$

$$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1+12.50\%)^1} = 0.8850$$

Los criterios adoptar para tomar una decisión son:

- ✓ Si el VAN es positivo, el proyecto es factible.
- ✓ Si el VAN es igual a cero, la ejecución del mismo es indiferente.
- ✓ Si el VAN es negativo, no es factible.

El VAN calculado en el presente proyecto es de 21.100,72 dólares y sus cálculos son expresados en el cuadro Nro.63

Cuadro Nro. 63

Valor Actual Neto

Año	Flujo Neto	Factor 12,50	Valor actualizado
0	44.023,80		
1	16.424,80	0,8889	14.599,82
2	17.369,01	0,7901	13.723,66
3	18.344,53	0,7023	12.883,95
4	19.067,09	0,6243	11.903,49
5	21.648,88	0,5549	12.013,59
Sumatoria Total			65.124,52
Inversión Total			44.023,80
Valor Actual Neto			21.100,72

Elaboración: La Autora.

$$VAN = \sum VAN - Inversión$$

$$VAN = 65.124,52 - 44.023,80$$

$$VAN = 21.100,72$$

Tasa Interna De Retorno

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.

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

La TIR, utiliza 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 de capital se acepta el proyecto.
- ✓ Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente la ejecución del proyecto.
- ✓ Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es de 29,71 % que resulta mayor que el costo del capital, en el ámbito financiero; debe aceptarse el proyecto. En el cuadro Nro. 64

Cuadro Nro. 64

Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		29,00%		30,00%	
0	44.023,80		44.023,80		44.023,80
1	16.424,80	0,775194	12.732,40	0,769231	12.634,46
2	17.369,01	0,600925	10.437,48	0,591716	10.277,52
3	18.344,53	0,465834	8.545,50	0,455166	8.349,81
4	19.067,09	0,361111	6.885,34	0,350128	6.675,92
5	21.648,88	0,279931	6.060,20	0,269329	5.830,67
			44.660,92		43.768,38
			637,12		- 255,42

Elaboración: La Autora

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor} \right)$$

$$TIR = 29 + 1 \left(\frac{637,12}{637,12 - (-255,42)} \right)$$

$$TIR = 29,71\%$$

Relación Beneficio/Costo

El indicador Beneficio-Costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido.

La relación Beneficio-Costo se obtiene de la diferencia entre los ingresos actualizados y los egresos actualizados, esto es de la multiplicación de los ingresos y egresos por un factor que corresponde a la tasa de oportunidad de capital en mercado financiero, que para este caso es del 12,50 % en la ciudad de Loja, tenemos:

$$\text{Factor de Actualización} = 1/(1+r)^n$$

$$\text{Factor de Actualización} = 1/(1+12,50\%)^1 = 0,88850$$

Los criterios de decisión son los siguientes:

- ✓ B/C > 1 es factible realizar el proyecto
- ✓ B/C = 1 es indiferente realizar el proyecto
- ✓ B/C < 1 se debe rechazar el proyecto

En el presente proyecto este indicador es de 1,42; lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene 0,42 centavos de dólar de beneficio, cuya demostración matemática se tiene el en cuadro Nro. 65

Cuadro Nro. 65

Relación Beneficio Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		12,5%			12,5%	
1	58.564,99	0,88889	52.057,77	84.190,33	0,88889	74.835,85
2	63.447,43	0,79012	50.131,30	90.718,46	0,79012	71.678,78
3	68.791,42	0,70233	48.314,41	97.762,70	0,70233	68.661,87
4	74.642,22	0,62430	46.598,77	104.872,86	0,62430	65.471,61
5	81.049,59	0,55493	44.976,76	114.158,88	0,55493	63.350,07
			242.079,02			343.998,18

Elaboración: La Autora.

$$R\ B/C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}} = \frac{343.998,18}{242.079,02} = 1,42$$

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 reembolsara el desembolso original del capital. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo 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 del capital.

Cuadro Nro. 66

Periodo de Recuperación del Capital

Años	Inversión	Flujo Neto Caja	Años que supera inversión
0	44.023,80		
1		16.424,80	16.424,80
2		17.369,01	33.793,81
3		18.344,53	52.138,34
4		19.067,09	71.205,43
5		21.648,88	92.854,31
	Total	92.854,31	

Elaboración: LA AUTORA

Aplicando la fórmula tenemos:

$$PRC = \frac{\sum \text{Flujo de Caja} - \text{Inversión Total}}{\text{Flujo de Caja Ultimo año}}$$

$$PRC = \frac{92.854,31 - 44.023,80}{21.648,88} = 2,26$$

Años = 2 años

Meses = 0,26 x 12 = 3,12 = 3 meses

Días = 0,12 x 30 = 3,60 = 3 días

Con el resultado obtenido, se puede observar que la inversión inicial será recuperada en 2 años 3 meses y 3 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

Los criterios para la toma de decisiones son:

- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1 el proyecto es sensible.
- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- ✓ Si el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Incremento en los Costos de un 27.70 %

Si los costos sufrieren un aumento del 22.70%, el indicador de sensibilidad obtenido es de 0.9210884 que resulta menor que la unidad, por lo tanto el proyecto no es sensible, según se indica en cuadro Nro. 67.

Disminución de los Ingresos de un 13 %

El resultado obtenido ante una disminución de los ingresos es 13 %, es igual a 0,86281 que es menor que la unidad por ende el proyecto no es sensible, según se explica en los cálculos del cuadro Nro.

Cuadro Nro. 67

Análisis de Sensibilidad con el incremento del 22,70 % en los costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL menor	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL menor
		22,70%			23,00%		23,50%	
						44.023,80		44.023,80
1	58564,99	71.859,24	84.190,33	12.331,09	0,81301	10.025,27	0,80972	9.984,69
2	63447,43	77.850,00	90.718,46	12.868,46	0,66098	8.505,83	0,65564	8.437,09
3	68791,42	84.407,07	97.762,70	13.355,63	0,53738	7.177,10	0,53088	7.090,28
	74642,22	91.586,00	104.872,86	13.286,86	1,00000	13.286,86	1,00000	13.286,86
5	81049,59	99.447,85	114.158,88	14.711,03	0,35520	5.225,38	0,34807	5.120,45
						44.220,43		43.919,37
						196,63		-104,43

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 23 + 0.5 \left(\frac{196.63}{196.63 - (-104.43)} \right)$$

NTIR = 23,33%

TIR DEL PROYECTO = 29,71%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **6,38%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

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

% Var. = **21,49%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9210884**

El análisis de sensibilidad con el incremento del 22.70 % en los costos es igual a 0.9210884 que es menor a 1, lo que nos quiere decir que el proyecto no es sensible al aumento de los precios.

Cuadro Nro. 68

Análisis de Sensibilidad con el 13% de disminución en los Ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL menor	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL mayor
			13,00%		23,00%		24,00%	
						44.023,80		44.023,80
1	58564,99	84.190,33	73.245,59	14.680,60	0,8130	11.935,44	0,8065	11.839,19
2	63447,43	90.718,46	78.925,06	15.477,63	0,6610	10.230,44	0,6504	10.066,10
3	68791,42	97.762,70	85.053,55	16.262,13	0,5374	8.739,01	0,5245	8.529,28
4	74642,22	104.872,86	91.239,39	16.597,17	0,4369	7.251,26	0,4230	7.020,16
5	81049,59	114.158,88	99.318,23	18.268,64	0,3552	6.489,04	0,3411	6.231,57
						44.645,19		43.686,30
						621,39		-337,50

Elaboración: La Autora

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

$$NTIR = 23 + 1 \left(\frac{621,39}{621,39 - (-337,50)} \right)$$

NTIR = 23,65%

TIR DEL PROYECTO = 29,71%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **6,06%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

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

% Var. = **20,40%**

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,86281**

El análisis de sensibilidad con la disminución en los ingresos del 13% es igual a 0,86281 que es menor a 1, lo que nos quiere decir que el proyecto no es sensible a tal disminución en los precios.

CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES

h. CONCLUSIONES

Sobre la base del desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar las conclusiones, las cuales son las siguientes:

- ✓ El estudio de mercado realizado, en el cantón Loja, determina que el proyecto debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, oferta y niveles de comercialización del servicio.
- ✓ La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe para este servicio, para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de 602.868 servicios de platos típicos, de los cuales la empresa pretende satisfacer el 15% que da como resultado 90.430 servicios de los cuales se atenderá el 70% de la capacidad instalada siendo esta de 63.301 para el primer año, y con un incremento gradual del 10% para los tres primeros años, y el 100% para los dos últimos años de vida útil del proyecto.
- ✓ La implementación de la empresa estará localizada en el sector sur del cantón Loja, en sector Landanguí al lado izquierdo de la vía a Malacatos a 200 metros de la Y que conduce a Vilcabamba en el conjunto "Vista del Río", lugar donde funcionará la picantería
- ✓ Para el proceso del servicio de platos típicos los requerimientos humanos materiales y financieros no representan costos elevados, para garantizar un servicio de óptima calidad pues la preparación de los platos típicos no requiere de maquinaria y/o equipos sofisticados.
- ✓ En lo que se refiere a la inversión es necesario indicar que para su instalación y funcionamiento se requiere de una inversión de 44023.80

dólares americanos. El mismo que será financiado con la aportación directa de los socios de 14.674,60 que corresponde el 33.33%.

- ✓ Al realizar el punto de equilibrio se pudo establecer que la picantería tendrá que vender 40.669,05 dólares americanos, con un 48,31% de su capacidad instalada en el primer año; y para el quinto año 57.296,79 dólares americanos, con un 50,19% de su capacidad instalada con lo que la empresa no tendrá pérdidas.
- ✓ La evaluación financiera indica la rentabilidad del proyecto a través de sus indicadores como: el VAN del presente proyecto es de 21.100,72 dólares americanos, lo que indica que el proyecto de inversión es conveniente. La TIR es 29,71%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.
- ✓ La relación Costo Beneficio es de 1,42 dólares americanos que significa que por cada dólar invertido se obtiene 0,42 centavos de dólar. El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original es de 2 años 3 meses y 3 días.
- ✓ Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados en 22,70% y disminuidos en 13,00% respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios.

i. RECOMENDACIONES

Al finalizar el trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Al establecerse que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo en práctica, dada su rentabilidad para los inversionistas y su importante aporte a la reactivación económica del sector Landanguí del cantón Loja.
- ✓ Resulta de vital importancia la implementación de la empresa dado que además de satisfacer la demanda se estaría contribuyendo con la contratación de mano de obra será con personas del sector, con lo cual se dará solución en parte al problema del desempleo que existe en el sector cantón y provincia de Loja.
- ✓ La implementación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como queda demostrado matemáticamente.
- ✓ Estimular la inversión del sector privado en este tipo de empresas, desarrollando mecanismos de financiamiento en los sectores financieros, para proteger la inversión local de la competencia desleal de empresas extranjeras.
- ✓ Los inversionistas y empresarios deberán apoyarse en este tipo de estudios de factibilidad antes de implementar una empresa, para que de esta manera disminuya el riesgo y eviten los fracasos.
- ✓ Se debe prestar gran importancia a los indicadores de evaluación ya que en estos se refleja la información y rendimiento financiero para la toma de decisiones y el manejo idóneo de los recursos económicos lo que garantiza el retorno de la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

j. BIBLIOGRAFÍA

1. Academia Francesa de Ciencias Comerciales. 2009. "Diccionario de Marketing. Asociación para el progreso de la Dirección", Madrid.
2. ACHIG, Lucas. 1996. Metodología de la Investigación Social. Universidad de Cuenca. Edit. Idis.
3. AYALA HUGO, 1999. "Diccionario de Términos Económicos", Quito-Ecuador.
4. BACA URBINA, Gabriel. 1997. "Evaluación de Proyectos 2" Edición Mcgraw-Hill. México, D. F. Mx/.
5. BARNARD Y COLLI, JC Lewanduewki, D.L. SUAREZ José, 1995. "Diccionario Económico Financiero", 4 edición. Mostotes. Madrid. España. ISBN.
6. Dirección de Planificación. 2005-2015. "Plan Participativo de Desarrollo Estratégico de la Provincia de Sucumbíos". Gobierno Provincial de Sucumbíos.
7. ITMAN LAWRENCE J; RESTREPO S. Carlos. 1989. "Fundamentos de Administración Financiera", Harla. México D. F.1989.
8. JENNER F. Alegre 1995. "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Ediciones e Impresiones Graficas América S.R.L. Jr. Loreto No. 1696-Beña.
9. PASACA MORA, Manuel. 2005. "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión", Loja-Ecuador.
10. REYES PONCE, Agustín.1982. Administración de Empresas. Edit. Limusa. México.
11. SAPAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo, 1998. "Preparación y Evaluación de Proyectos", Chile.
12. STONER A. F. James. 1995. "Administración", Madrid.
13. VAZQUEZ, Víctor Hugo.1985. Organización Aplicada. 1era. Edit. Quito-Ecuador.
14. www.degerencia.com

15. www.aulafácil.org
16. www.diccionarios.com
17. www.universidades.org
18. www.aldeaeducativa.com

ANEXOS

k. ANEXOS

Anexo N° 1

GUÍA DE LA ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente encuesta tiene como objetivo realizar una investigación, para conocer si es o no factible la creación de una picantería en el sector Landangui del cantón Loja.

1. ¿Indique cual es su nivel de ingreso mensual?

Bajo : Menos de \$500,00 mensuales ()

Mediano : De \$500 a \$999,00 mensuales ()

Alto : Más de \$1.000,00 mensuales ()

2. ¿Ha visitado el sector Landangui del cantón Loja?

Si () No ()

3. ¿Con qué frecuencia visita el sector Landangui?

Diario ()

Semanal ()

- Quincenal ()
 Mensual ()
 Semestral ()

4. ¿Dónde se alimenta regularmente cuando realiza turismo?

- Restaurant ()
 Picantería ()
 Otros ()

5. ¿Consume usted platos típicos en el sector Landanguí?

- Si () No ()

6. ¿De los siguientes platos típicos cuales son de su preferencia?

- Fritada ()
 Chicharrón ()
 Chanfaina ()
 Sancocho ()

7. ¿Cuáles son los precios de los platos típicos de su preferencia?

- Fritada \$8 a 10 plato ()
 Chicharon \$4 a 5 plato ()
 Chanfaina \$1 a 2 plato ()
 Sancocho \$1 a 2 plato ()

8. ¿Esta conforme con el precio que paga por los alimentos que consume?

- Si () No ()

9. ¿Como considera usted al servicio y atención que recibe de las picanterías del sector?

- Regular ()
 Bueno ()
 Muy Bueno ()
 Excelente ()

10. ¿Si se creara una nueva picantería en el sector Landanguí que ofrecería buena atención, servicio, precio bajos, y buen sabor estaría usted dispuesto a adquirir sus platos típicos?

Si () No () efectiva

11. ¿Porque medios de comunicación le gustaría informarse acerca de esta nueva picantería?

Televisión () Radio ()
Prensa escrita () Otros

.....

12. Señale que tipo de promoción le gustaría que le ofrezca la picantería

Descuentos ()
Porciones extras ()
Bebida gratis ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2

GUÍA DE LA ENTREVISTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente entrevista tiene como objetivo realizar un estudio, para conocer los platos típicos que ofrecen las diferentes picanterías del sector Landanguí del cantón Loja.

1. ¿Su picantería cuenta con el respectivo permiso de funcionamiento?
2. ¿Su picantería ofrece platos típicos?
3. ¿Con qué frecuencia prepara los platos típicos?
4. ¿Cuales son los platos típicos de mayor consumo?
5. ¿Cuáles son los precios de los platos típicos que usted ofrece?
6. ¿Como considera usted al servicio y atención que usted brinda en su picantería?
7. ¿Utiliza algún medio de comunicación para informar y publicitar su negocio?
8. ¿Usted brinda promociones al momento de la compra?
9. ¿Cree que existe competencia entre las picanterías del sector?
10. ¿Con cuantos empleados cuenta su picantería?
11. ¿Las picanterías del sector están organizadas?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 3**Depreciación de construcción**

Vida Útil 20 años	Valor Activo	Dep. 5%	Valor Actual.
Año			
0	13.400,00		13.400,00
1	13.400,00	670,00	12.730,00
2	12.730,00	670,00	12.060,00
3	12.060,00	670,00	11.390,00
4	11.390,00	670,00	10.720,00
5	10.720,00	670,00	10.050,00
6	10.050,00	670,00	9.380,00
7	9.380,00	670,00	8.710,00
8	8.710,00	670,00	8.040,00
9	8.040,00	670,00	7.370,00
10	7.370,00	670,00	6.700,00
11	6.700,00	670,00	6.030,00
12	6.030,00	670,00	5.360,00
13	5.360,00	670,00	4.690,00
14	4.690,00	670,00	4.020,00
15	4.020,00	670,00	3.350,00
16	3.350,00	670,00	2.680,00
17	2.680,00	670,00	2.010,00
18	2.010,00	670,00	1.340,00
19	1.340,00	670,00	670,00
20	670,00	670,00	0,00

Fuente: Cuadro Nro. 27

Elaboración: La autora

Depreciación muebles y enseres

Vida Útil 10 años	Valor Activo	Dep. 10%	Valor Actual
Año			
0	1.970,00		1.970,00
1	1.970,00	197,00	1.773,00
2	1.773,00	197,00	1.576,00
3	1.576,00	197,00	1.379,00
4	1.379,00	197,00	1.182,00
5	1.182,00	197,00	985,00
6	985,00	197,00	788,00
7	788,00	197,00	591,00
8	591,00	197,00	394,00
9	394,00	197,00	197,00
10	197,00	197,00	0,00

Fuente: Cuadro Nro. 28

Elaboración: La autora

Depreciación de equipo de oficina

Vida Útil 10 años	Valor Activo	Dep. 10%	Valor Actual
Año			
0	1.668,00		1.668,00
1	1.668,00	166,80	1.501,20
2	1.501,20	166,80	1.334,40
3	1.334,40	166,80	1.167,60
4	1.167,60	166,80	1.000,80
5	1.000,80	166,80	834,00
6	834,00	166,80	667,20
7	667,20	166,80	500,40
8	500,40	166,80	333,60
9	333,60	166,80	166,80
10	166,80	166,80	0,00

Fuente: Cuadro Nro. 29

Elaboración: La autora

Depreciación de equipo de computación

Vida útil 3 años	Valor Activo	Dep. 33,33%	Valor Actual
Año			
0	860,00		860,00
1	860,00	286,67	573,33
2	573,33	286,67	286,67
3	286,67	286,67	0,00

Fuente: Cuadro Nro. 30

Elaboración: La autora

Depreciación de Utensilios de cocina

Vida Útil 10 años	Valor Activo	Dep. 10%	Valor Actual
Año			
0	1.286,00		1.286,00
1	1.286,00	128,60	1.157,40
2	1.157,40	128,60	1.028,80
3	1.028,80	128,60	900,20
4	900,20	128,60	771,60
5	771,60	128,60	643,00
6	643,00	128,60	514,40
7	514,40	128,60	385,80
8	385,80	128,60	257,20
9	257,20	128,60	128,60
10	128,60	128,60	0,00

Fuente: Cuadro Nro. 31

Elaboración: La autora

Depreciación de maquinaria y equipo

Vida Útil 10 años	Valor Activo	Dep. 10%	Valor Actual
Año			
0	1.750,00		1.750,00
1	1.750,00	175,00	1.575,00
2	1.575,00	175,00	1.400,00
3	1.400,00	175,00	1.225,00
4	1.225,00	175,00	1.050,00
5	1.050,00	175,00	875,00
6	875,00	175,00	700,00
7	700,00	175,00	525,00
8	525,00	175,00	350,00
9	350,00	175,00	175,00
10	175,00	175,00	0,00

Fuente: Cuadro Nro. 32

Elaboración: La autora

ÍNDICE

I. ÍNDICE

Caratula	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria.....	v
a. Título	1
b. Resumen-Summary	3
c. Introducción.....	9
d. Revisión de Literatura	12
La gastronomía del Ecuador	12
Definición de oportunidad	15
e. Materiales y Métodos.....	35
f. Resultados.....	42
Encuestas	42
Entrevistas	55
g. Discusión	59
Estudio de Mercado	59
Análisis de la demanda.....	60
Demanda potencial.....	60
Demanda real	61
Demanda efectiva	61
Análisis de la oferta.....	62
Balance entre la oferta y demanda	64
Plan de Comercialización	65
Estudio Técnico	68
Tamaño del proyecto	68
Localización del proyecto.....	70
Macrolocalización	71
Microlocalización.....	72

Ingeniería del proyecto	73
Descripción del proceso.....	75
Requerimientos.....	77
Recursos humanos	77
Recursos materiales	77
Recursos financieros	80
Organización legal	80
Organización administrativa.....	81
Organigrama estructural	83
Organigrama posicional	84
Organigrama funcional.....	85
Manual de funciones.....	86
Estudio Financiero	97
Inversiones en activos fijos	101
Depreciaciones	100
Resumen de activos fijos	101
Resumen activos diferidos.....	102
Resumen de activos circulante	108
Financiamiento.....	109
Determinación de costos	110
Estado de pérdidas y ganancias.....	116
Punto de equilibrio	120
Evaluación Financiera.....	123
h. Conclusiones y Recomendaciones	137
i. Bibliografía	141
j. Anexos	144
k. Índice	153