



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
“GREETINGS” EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA

Tesis previa a la obtención del
Título de Ingeniero Comercial.

Autoras:

- *Mariela Geoconda Querido Cevallos.*
- *Sonia Adalipza Ortiz Sarmiento.*

Director:

Ing. Com. Luis Felipe Ortega Silva

Loja-Ecuador

2011

Ing. Com.

Luis Felipe Ortega Silva

DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA.

CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por las señoras MARIELA GEOCONDA QUERIDO CEVALLOS Y SONIA ADALIPZA ORTIZ, en la ejecución del presente trabajo denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES “GREETINGS” EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA”**, de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, el mismo que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Atentamente.

Ing. Com. Luis Felipe Ortega Silva

DIRECTOR DE TESIS.

AUTORIA

*Los conceptos, ideas, criterios, conclusiones y recomendaciones que contiene el presente trabajo de investigación, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES “GREETINGS” EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA”**, son de exclusiva responsabilidad de las autoras.*

Mariela Geoconda Querido Cevallos.

Sonia Adalipza Ortiz Sarmiento.

AGRADECIMIENTO

Nuestro reconocimiento de gratitud a la Universidad Nacional de Loja, los Catedráticos de la Carrera de Administración de Empresas, quienes con sus conocimientos y experiencia, contribuyeron con nuestra formación.

Queremos dejar constancia de nuestro sincero agradecimiento al Sr. Ing. Luis Felipe Ortega Silva, quien como Director de Tesis ha apoyado el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

Las Autoras.

DEDICATORIA

Al culminar el Presente Proyecto de Investigación, le dedicamos primeramente al Creador nuestro Dios y con inmensa gratitud a nuestras familias y allegados que de una u otra forma han sido comprensivos con el sacrificio y dedicación que demanda emprender una Carrera Profesional paralela a las responsabilidades que como madres y esposas tenemos que cumplir en los hogares para la aplicación de conocimientos adquiridos.



Mariela Geoconda

Sonia Adalipza

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES “GREETINGS” EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA”

b. RESUMEN EN CASTELLANO Y TRADUCIDO AL INGLÉS

El presente estudio denominado PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES “GREETINGS” EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, tiene como finalidad determinar la factibilidad de la implementación de una empresa dedicada a la organización de eventos sociales en la mencionada ciudad, a través de la realización de un análisis de los diferentes requerimientos que demanda el proyecto; para tal fin se inició con el estudio de los referentes teóricos que guiaron las diferentes fases que contiene el presente documento; seguido de la aplicación de 380 encuestas dirigidas a la población económicamente activa de la ciudad de Nueva Loja. Los datos obtenidos permitieron el estudio de mercado, en el cual se determinó la existencia de una demanda insatisfecha de \$29.076 eventos sociales que no son cubiertos por la oferta existente en la zona.

Una vez determinada la acogida que tendrá la nueva empresa se procedió al estudio de los requerimientos humanos, técnicos y financieros para la puesta en marcha del proyecto. Respecto al recurso humano se determinó la necesidad de contratar a 3 empleados para que se encarguen de la parte administrativa del negocio, y 8 empleados que se encargarán de la parte operativa, por lo tanto se crearán 11 fuentes de empleo.

Respecto a los requerimientos técnicos se determinó que la ubicación óptima de la planta será en el sector periférico de la ciudad de Nueva Loja, calles céntricas Av. Venezuela y Calle el Oro, lugar que presta las condiciones necesarias para el adecuado funcionamiento de la empresa.

Respecto a los requerimientos financiero se determinó que el proyecto requiere una inversión de \$96.991,77; recursos que serán financiados por los inversionistas y por un banco de la localidad.

Finalmente en el análisis de sensibilidad se determinó que el proyecto no es sensible a los cambios propios de la economía, constituyéndose en una atractiva inversión, la cual de acuerdo a los resultados obtenidos prevé lograr una buena utilidad. Por lo tanto se concluye que el proyecto es factible económica y socialmente, contribuyendo a la dinamización de la economía de la ciudad de Nueva Loja.

SUMMARY

This study called FEASIBILITY PROJECT FOR THE CREATION OF A SERVICE COMPANY MEETINGS & SOCIAL EVENTS "GREETINGS" IN THE CITY OF NEW LOJA, aims to determine the feasibility of implementing a company dedicated to organizing social events in the said city, through an analysis of the different requirements demanded by the project to this end began with the study of the theoretical framework that guided the different phases contained in this document, followed by application of 380 surveys aimed at the economically active population of the city of Nueva Loja. The data obtained allowed the market study, which determined the existence of an unsatisfied demand for \$ 29,076 social events that are not covered by existing supply in the area.

Once the host will have the new company proceeded to the consideration of human requirements, technical and financial resources for implementation of the project. Regarding human resources identified the need to hire 3 employees to take charge of the administrative part of the business, and 8 employees who are responsible for the operational side, therefore will create 11 sources of employment.

Regarding the technical requirements it was determined that the optimum location of the plant will be in the peripheral sector of the city of Nueva Loja,

Venezuela Av downtown streets and Gold Street, a place that provides the conditions necessary for the proper functioning of the company.

With regard to financial requirements it was determined that the project requires an investment of \$ 96,991.77; resources that will be funded by investors and a local bank.

Finally in the sensitivity analysis it was determined that the project is not sensitive to changes characteristic of the economy, making it an attractive investment, which according to the results expected to achieve a good profit. Therefore it is concluded that the project is feasible economically and socially, contributing to the revitalization of the economy of the city of Nueva Loja.

c. INTRODUCCIÓN

En la ciudad Nueva Loja, no existen empresas especializadas en la organización de convenciones y eventos sociales, por tal motivo se planteó la necesidad que tiene la población de contar con una empresa que le brinde una atención especializada y la seguridad de que cuenta con un equipo humano capacitado para tal fin, que hagan de su evento el mejor e inolvidable. La importancia del proyecto radica en la satisfacción de una necesidad de la población de Nueva Loja, además de la creación de nuevas fuentes de trabajo y la generación de riqueza mediante una inversión confiable.

El trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

La introducción en la que se presenta la importancia del tema, y los apartados que conforman el presente trabajo; seguido de la Revisión de Literatura en la que se abordan las diferentes fases del estudio de factibilidad. La metodología utilizada en donde se presenta las técnicas de recolección de información y los métodos de investigación que se utilizaron para presentar los resultados de este trabajo.

A continuación se presenta los Resultados, que se analizan los resultados obtenidos de la aplicación de las técnicas de investigación en base a la información obtenida se aplican los estudios de mercado, técnico, organizacional, financiero y de sensibilidad del proyecto. Discusión en donde se da respuestas a los objetivos planteados en el trabajo investigativo

Conclusiones para en las que se da a conocer en forma resumida los resultados concretos que se obtuvieron en el desarrollo de la investigación, las recomendaciones que son las sugerencias que se brinda a los posibles inversionistas del proyecto.

La bibliografía que contiene los libros, revistas, páginas web y publicaciones que se tomaron como referencia para la elaboración del presente estudio.

Finalmente se presentan los Anexos, en donde se incluyen datos y documentos que sustentan los valores presentados y sirven de apoyo al lector.

d. REVISION DE LITERATURA

EMPRESA

Concepto

La empresa *"es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos"*. Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa *"es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, qué puede ser el lucro o la atención de una necesidad social"*¹

La empresa se la puede considerar como *"un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado"*²

En síntesis, y en base a los anteriores conceptos, se plantea el siguiente concepto de empresa:

La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y

¹Edilberto Chiavenato, autor del libro "Iniciación a la Organización y Técnica Comercial"

²Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto"

³RODRIGUEZ V., Joaquín. Administración de Pequeñas y Medianas Empresas , Pág. 73

⁴Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto"

humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

Empresas de Servicios

“Son aquellas que con el esfuerzo del hombre producen un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región, sin que el producto objeto del servicio tenga naturaleza corpórea.”³

Ofrecen bienes intangibles a los consumidores, con el objetivo de lograr la satisfacción permanente al prestar los servicios.

Evento Social

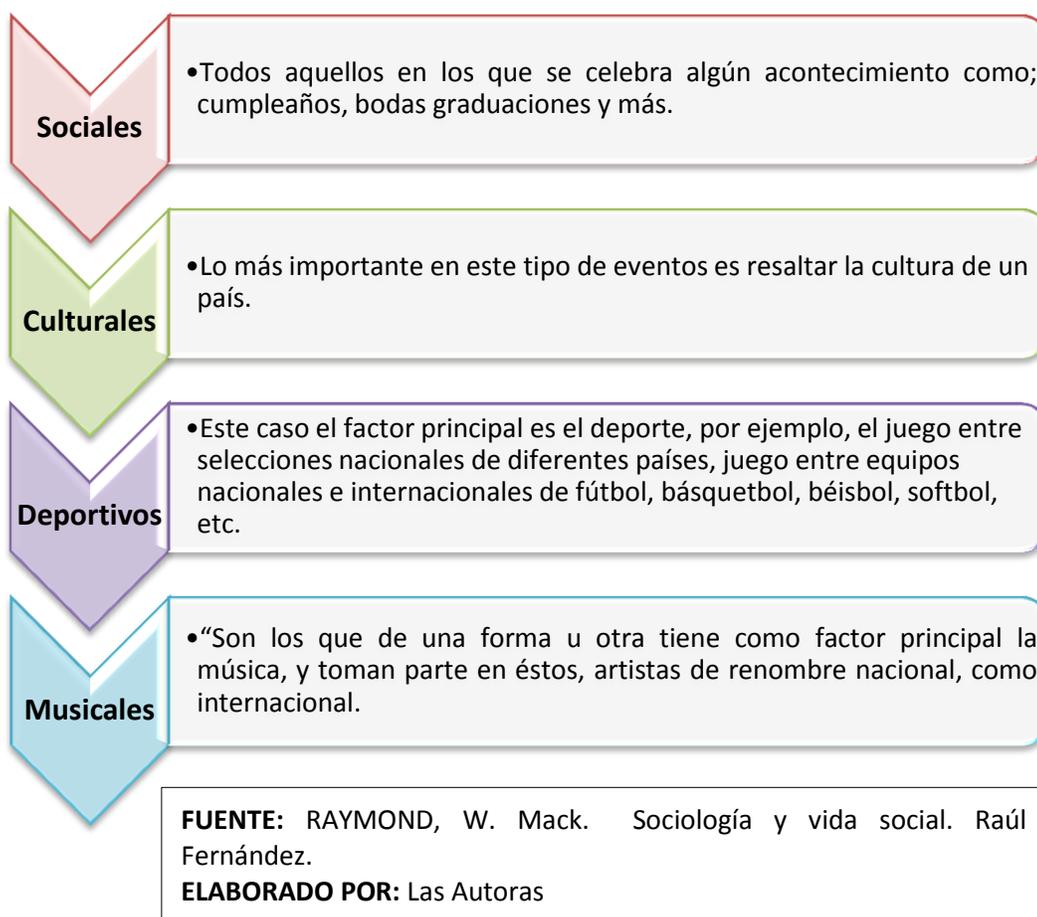
“Para entender la definición de eventos sociales se tiene que analizar la misma por separado, por un lado, se encuentra la palabra evento que proviene del latín **eventus** que significa acontecimiento, suceso imprevisto o de realización incierta o contingente; y por el otro, se tiene la palabra social que proviene del latín **socialis** que significa general o grupal que se diferencia de lo particular o

³ RODRIGUEZ V., Joaquín. Administración de Pequeñas y Medianas Empresas , Pág. 73

singular, entonces “evento social se entiende por un suceso o acontecimiento que se da en grupos.”⁴

Tipos de Eventos

Entre los tipos de eventos se puede mencionar los siguientes:



Empresas de Servicios relacionados con Eventos Sociales

⁴ MANCILLA Byron. “Plan Estratégico de para una empresa de Servicios Relacionados con eventos sociales” UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS. Pág. 3

Son aquellas que proporcionan servicios de renta de mobiliario y artículos para eventos de tipo social, cultural y deportivo, proporcionando mesas, sillas, cubiertos, cristalería, con servicios adicionales de atención de meseros, bartender, comida, bebida, adicionando valor agregado como comodidad, conveniencia, necesarios para que los eventos sean todo un éxito y de esa forma se logre la satisfacción de quienes lo requieren.

Importancia

La importancia de la empresa de servicios relacionados, radica en la trascendencia que tiene la misma en la propia economía, ya que permite generar fuentes de empleo.

Empresa “GREETINGS”

La Empresa “GREETINGS” Cía. Ltda., se crea producto de la idea de dos emprendedoras, quienes en atención a las necesidades de la población de la ciudad de Nueva Loja, ven una oportunidad para emprender en un negocio, que les brindará beneficios económicos y generación de empleos, logrando aportar al crecimiento económico del sector.

Su actividad económica se centra en la prestación del servicio de organización de eventos sociales y convenciones, que el cliente lo requiera. Está domiciliada en la ciudad de Nueva Loja, específicamente en las calles céntricas Av. Venezuela y Calle el Oro, zona periférica de la región, cuenta con amplio

espacio para brindar una atención de calidad tanto a los clientes como a sus invitados.

Misión

Ofrecer un servicio personalizado y de calidad a todos nuestros clientes en la organización y realización de sus eventos sociales, cuidando cada detalle para que sea inolvidable.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado en la prestación de servicios de convenciones y eventos sociales siendo dinámicos, creativos e innovadores con el propósito de satisfacer las exigencias de nuestros clientes para así generar resultados positivos

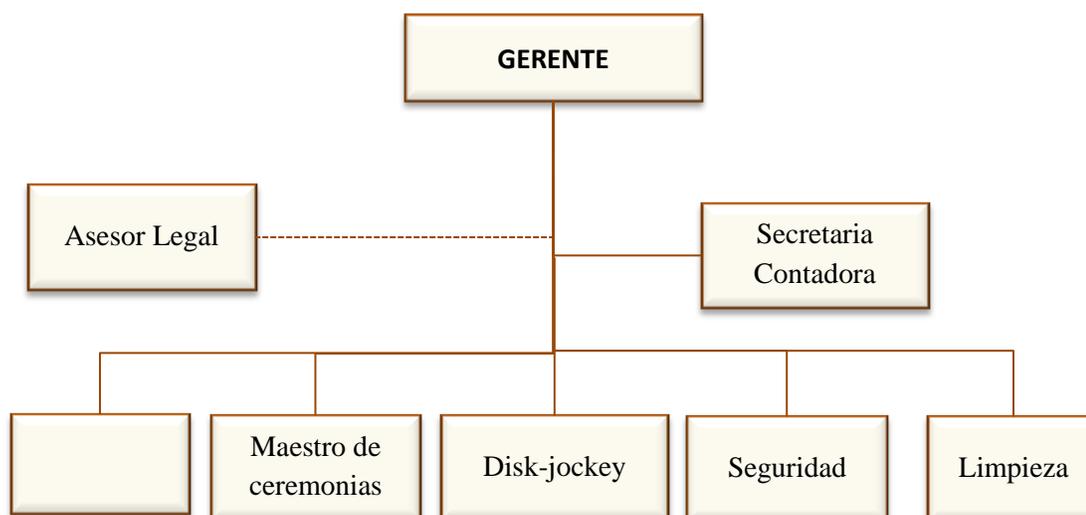
Organigrama Estructural

La empresa está constituida con los siguientes cargos:

SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES

“GREETINGS”





ELABORADO POR: Las Autoras

PROYECTO

"Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo".⁵

Un *proyecto* surge como respuesta a la concepción de una "**idea**" que busca la solución de un problema o la forma de aprovechar una oportunidad de negocio. Es una ruta para el logro de conocimiento específico en una determinada área o situación en particular, a través de la recolección y el análisis de datos.

⁵Datos obtenidos de <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.htm>

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las personas. Son las personas las que importan, son sus necesidades las que deben ser satisfechas a través de una adecuada asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse.

¿Qué es un Proyecto de Inversión?

Es un documento en el que se recogen los objetivos y las estrategias que se piensa desarrollar, se trata de un documento escrito. Es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto de desarrollo económico o social.

Un proyecto no es ni más o menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantas, una necesidad humana.

Importancia

“La evaluación de proyectos de inversión constituye hoy en día un tema de gran interés e importancia, ya que mediante este proceso se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica.

El análisis de proyecto es un método para presentar el mejor uso de los recursos escasos de la sociedad. De la correcta evaluación que se realice de un proyecto de inversión depende que los proyectos a ejecutar contribuyan al desarrollo a mediano o largo plazo de una empresa en específico y en general de la economía de un país.”⁶

Alcance

Toda decisión debe responder a un estudio previo de las ventajas y desventajas asociadas a su implementación la profundidad con que se realice dependerá de lo que aconseje cada proyecto en particular.

En términos generales, cinco son los estudios particulares que deben realizarse para evaluar el proyecto: *los de viabilidad comercial, técnica, legal de gestión y financiera, si se trata de un inversionista privado o económico.*

Etapas del Estudio de Factibilidad

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

⁶**Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez:** *"Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico"* en Contribuciones a la Economía, marzo 2009 en <http://www.eumed.net/ce/2009a/>



1. Estudio de Mercado

“El estudio de Mercado utiliza una serie de técnicas útiles para obtener información del medio que rodea al proyecto, que le permita pronosticar las tendencias futuras de su comportamiento”⁷

En un estudio de factibilidad, es el estudio de mercado el encargado de decidir la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos y económicos- financieros

⁷ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos- Identificación, formulación y Evaluación. Pág. 86

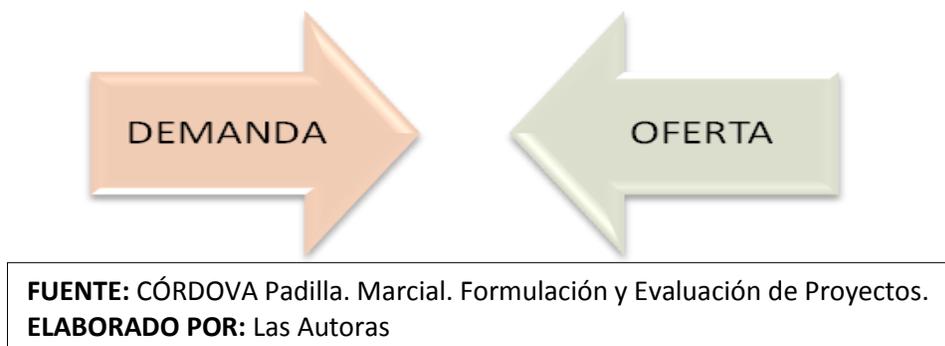
Objetivos del Estudio de Mercado:

El estudio de mercado tiene por objetivo suministrar información valiosa para la decisión final de invertir en un proyecto determinado, para lo cual tiene como objetivos específicos:

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios.

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

Elementos del Estudio de Mercado.



La Demanda

“La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad”.

Con el análisis de la demanda se logran determinar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un producto o servicio en función del tiempo. Para analizar la demanda es necesario que se realice una investigación del mercado, sobre nuestros potenciales clientes, para ello debemos segmentar el mercado, los cuales conforman el mercado meta.

Formas de análisis de la demanda:

En el análisis de la demanda consideramos:

- **La demanda Actual:** Información local, Regional, Nacional, e internacional.
- **La demanda Futura:** Proyecciones Y Pronósticos.

Estos factores nos permiten determinar de manera aproximada el consumo probable de los productos o el uso de los servicios. Afectado el Consumo Probable por la suma de la producción local o nacional más las importaciones, menos las exportaciones y los niveles de inventarios existentes. Para estimar la demanda también se considera el Consumo Per Cápita del producto/ servicio; donde existen dos situaciones para considerar este cálculo.

Situaciones	Fórmula
1. En caso de que el producto pueda ser consumido por toda la población, ejemplo: leche, agua, papel Higiénico, Donde la formula será:	$\frac{\text{Consumo Total Probable}}{\text{Población Total}}$
2. El producto es dirigido a un segmentó específico del Mercado, ejemplo: Crema de afeitar, pañales de bebe, tintes, etc.	$\frac{\text{Consumo probable Total}}{\text{Población seleccionada}}$

El análisis de la demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan y determinan el consumo de un producto o servicio en función del tiempo.

La Oferta

“Es la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importaciones llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. Indicar con quien va a competir, cual es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a que compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros).

- a) **Distribución y tipología de los oferentes:** Señalar donde se encuentran localizados, principales características de la competencia, indicar mecanismos que utilizan para lograr la satisfacción del cliente, productos que ofrecen cantidad de productos que venden anual, mensual, o diaria, mercados que abarcan, precios que ofertan.
- b) **Comportamiento Actual:** Indicar los factores que influyen en el comportamiento de la oferta, por ejemplo: si es estacional, políticas de venta, competencia, etc.
- c) **Importaciones:** Considerar los volúmenes y características de las importaciones y su impacto en la oferta.
- d) **“Series estadística básicas:** Elaborar los cuadro estadísticos, donde se refleje el comportamiento de la oferta en el tiempo e indicar la fuente de obtención de los datos. (Se recomienda un periodo de diez años)”⁸

⁸ KOCH Tovar Josefina N° CEEB 192, MANUAL DEL EMPRESARIO EXITOSO

- e) **“Análisis de la oferta:** aquí es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que la investigación de la demanda.”⁹

Comercialización

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.

Explicar los canales de comercialización que utilizara la empresa, para vender el producto o servicio y los mecanismos que promoción a utilizar.

a) Promoción:

Las empresas en la actualidad requieren algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio y ponerlo al alcance de los clientes finales. Las empresas también deben comunicarse con sus clientes, lo que dicen que expresan nunca debe dejarse al azar.

b) Distribuidores:

“Los distribuidores desempeñan muchas funciones claves, como son:

- Investigación.
- Promoción
- Contactos
- Correspondencias

⁹ URBINA Gabriela Baca, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición, pág. 43

- Negociación
- Distribución física
- Financiamiento
- Riesgos.”¹⁰

c) Niveles de los canales de distribución:

Un canal de distribución 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.



“La comercialización no es simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor, esta actividad debe conferirle al producto o servicio los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que

¹⁰ Econ. Josefina Koch Tovar N° CEEB 192, MANUAL DEL EMPRESARIO EXITOSO

coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que el espera”¹¹

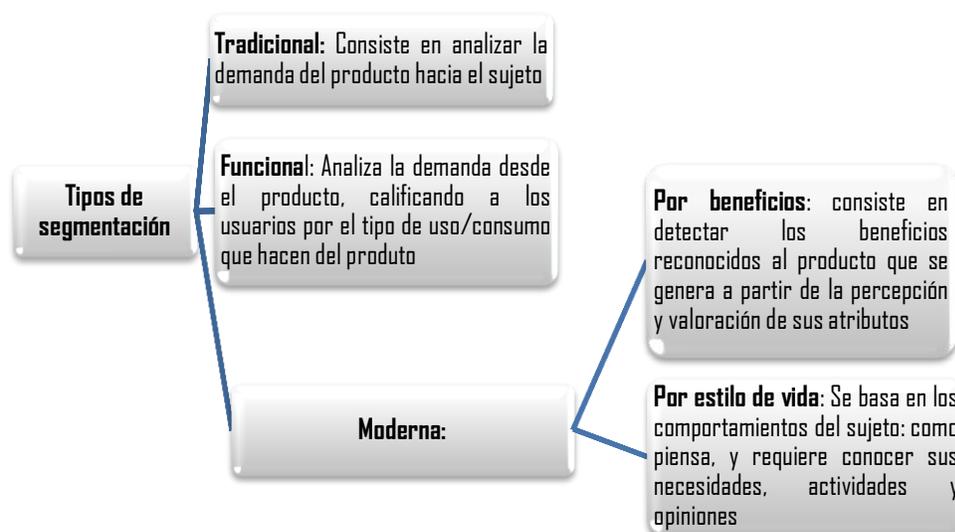
Segmentación del Mercado

Es la identificación de grupos de consumidores que suelen reaccionar de manera semejante cuando se les ofrece una combinación particular de nuestras ofertas.

Algunas de las ventajas que tendremos al aprovechar el conocimiento de las necesidades de un mercado son las siguientes:

1. Estaremos en mejor posición de identificar y comparar las oportunidades de mercadotecnia. Estas estarán presentes cada vez que encontramos uno o más segmentos que no están muy contentos con los productos actualmente disponibles para ellos.
2. Podemos introducir ajustes más finos en nuestra mezcla de mercadotecnia que trate de satisfacer al mayor número posible de clientes, diseñaremos y trataremos programas que estén destinados específicamente a cada segmento del mercado.
3. Podemos idear nuestros programas y presupuestos de mercadotecnia basándonos en un panorama más claro de cómo cada segmento tiende a reaccionar.

¹¹ BACA Urbina Gabriela, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición, pág. 54



FUENTE: CORDOVA Padilla. Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.
ELABORADO POR: Las Autoras

2. Estudio Técnico.

Esta parte del estudio puede dividirse a su vez en cuatro partes, que son: Determinación del tamaño óptimo de la planta, Determinación de la localización óptima de la planta, Ingeniería del proyecto y Análisis administrativo.

Los principales ítems que se analizan en este estudio son aquellos relacionados, podríamos decir, con la producción y la logística, en este estudio estudia se desarrolla los aspectos de:

Determinación del tamaño óptimo de la planta:

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Además de definir el tamaño de un proyecto de la

manera descrita, en otro tipo de aplicaciones existen otros indicadores indirectos, con el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de sus efectos sobre la economía.

Hay que recalcar que tal determinación es difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son interactivas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo, el tamaño depende de los turnos de trabajados, ya que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando se conoce y se domina a la perfección la tecnología que se empleara

Localización óptima del proyecto

“La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario (criterio social). El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

Es necesario tomar en cuenta no solo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también

los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.”¹²

Proceso para estudio de localización: En general, un proceso adecuado para el estudio de la localización consiste en abordar el problema de lo macro a lo micro. Explorar primero, dentro de un conjunto de criterios y parámetros relacionados con la naturaleza del proyecto, la región o zona adecuada para la ubicación del proyecto: municipio, zona, rural, zona urbana, y dentro de estas las áreas geográficas o subsectores más propicios.

“Factores Locacionales: Llamamos a los elementos que influyen en el análisis de localización. Actúan como parámetro orientador, determinante o restrictivo de la decisión. La siguiente es una relación de los más comunes:

- Ubicación de la población objetivo.
- Localización de materias primas e insumos.
- Existencias de vías de comunicación y de medios de transporte.
- Facilidades de infraestructuras y de servicios públicos, agua, aseo, etc.
- Condiciones topográficas y calidad de suelos.
- Otras condiciones por ejemplo: Fácil acceso a la mano de obra.

¹² BACA Urbina Gabriela, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición, pág. 99

- Control Ecológico.
- Planes reguladores municipales.
- Precios de la tierra.
- Políticas locales.
- Tamaño.
- Tecnología.

No hay, en general, un factor que sea más importante que otro. La importancia de cada uno de los factores locacionales está asociada a la naturaleza específica de cada proyecto.”¹³

Micro localización:

“Una vez que ha sido escogida la región donde se pueda localizar el proyecto (macro localización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad). Este estudio debe estar bien definido cuidadosamente por cuanto una decisión errada lo puede conducir al fracaso.”¹⁴

Consiste en la selección puntual del sitio para la instalación del proyecto, una vez cumplido el análisis de macro localización.

¹³ KOCH Tovar Josefina N° CEEB 192, MANUAL DEL EMPRESARIO EXITOSO

¹⁴FLORES Uribe Juan Antonio, PROYECTO DE INVERSION PARA LAS PYME.PAG. 49

Factores:

- Existencias de vías comunicacionales
- Medios de transporte
- Servicios públicos básicos
- Topografía y estudio de suelos.
- Condiciones ambientales
- Tamaño
- Tecnología

Disponibilidad de área para los requerimientos actuales y futuras ampliaciones.

Ingeniería del proyecto:

El objetivo general de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria se determina a distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

Existen varios procesos productivos opcionales, la elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad del capital. En esta misma parte están englobados otros estudios como el análisis y selección de los equipo necesarios, dada la tecnología seleccionada; en seguida la distribución física de

tales equipos en la planta así como la propuesta de la distribución general, en la que por fuerza se calcula todas y cada una de las áreas que formara la empresa.¹⁵

3. Estudio Organizacional.

Se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales. El estudio organizacional determinará las funciones específicas de cada área y cargos.

Estructura de la organización: Es la forma como en una organización se produce la división del trabajo y la distribución de la autoridad a través de la jerarquía.

Organigrama: Es la gráfica de la estructura organizativa a través de las líneas de autoridad. Es el esquema de la organización. Los organigramas revelan la división de funciones, niveles jerárquicos, líneas de responsabilidad, los canales formales de comunicación, la naturaleza lineal, los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.

Las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento o sección.

¹⁵ BACA Urbina Gabriela, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición, pág. 101

Manual de Funciones: Es el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y que lo diferencia de los demás funcionarios.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos.

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

Nivel Asesor: Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

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

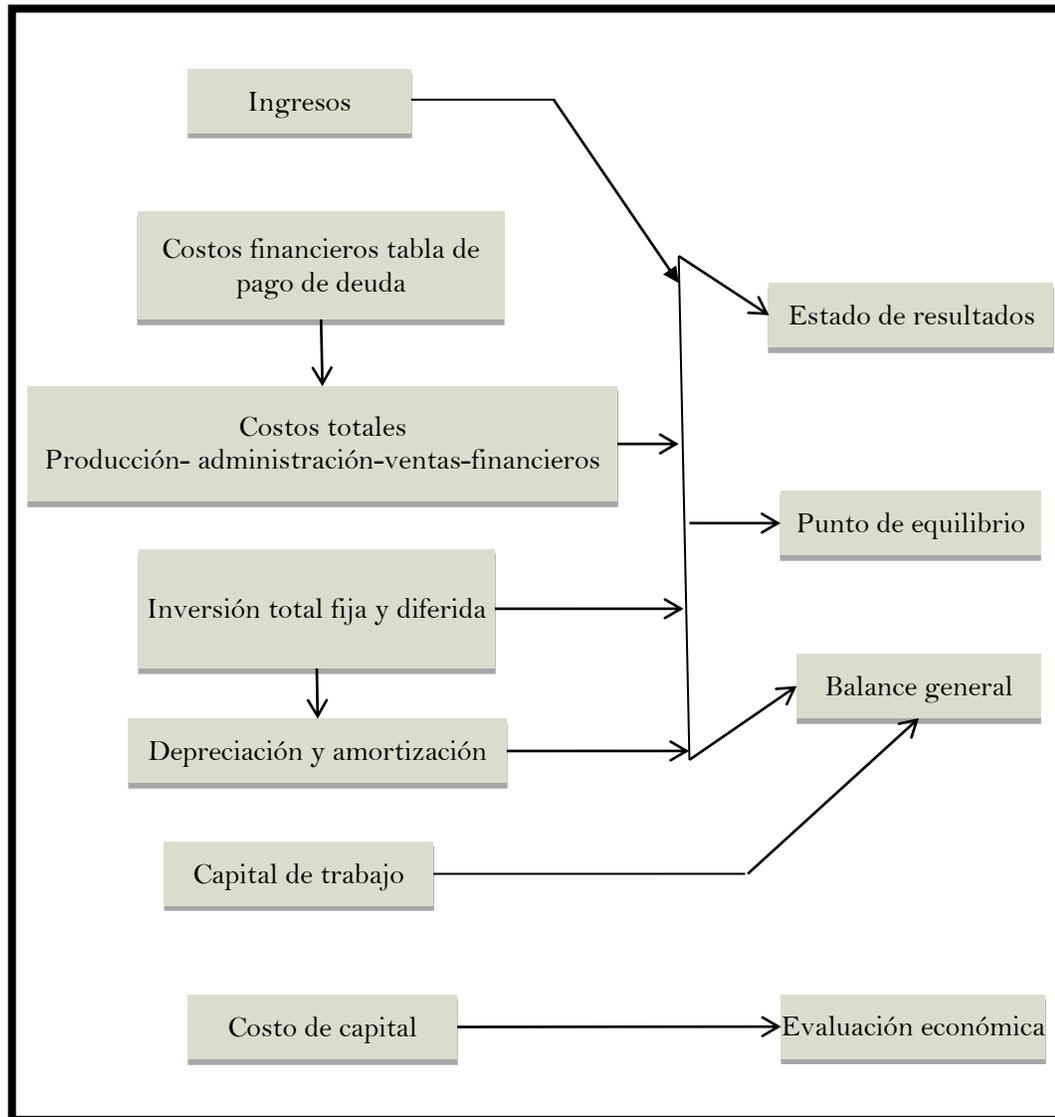
Nivel Operativo: Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

4. Estudio Financiero y Evaluación Financiera

La última etapa del análisis de factibilidad económica de un proyecto es el estudio financiero, los objetivos de etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.¹⁶

¹⁶SAPAG Chain, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS, PAG 34

ESTRUCTURACION DEL ANÁLISIS ECONÓMICO



FUENTE: CÓRDOVA Padilla. Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.
ELABORADO POR: Las Autoras

En la gráfica se muestra la estructuración general de análisis económico las flechas indican donde se utilizan la información obtenida en ese cuadro. Por ejemplo, los datos de la inversión fija y diferida son la base para calcular el monto de las depreciaciones y amortizaciones anuales, el cual, a su vez es un

dato que se utiliza tanto en el balance general como en el punto de equilibrio y en el estado de resultado. La información que no tiene flecha antecedente, como los costos totales, el capital de trabajo y el costo de capital, indica que esa información hay que obtenerla con investigación. Como se observa, hay cuadros de información, como el balance general y el estado de resultados, que son síntesis o agrupamientos de información de otros cuadros.¹⁷

➤ **Determinación de los costos:**

Costo es una palabra muy utilizada pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

➤ **Inversión total inicial fija y diferida:**

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

Se entiende por activo tangible que se puede tocar o fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte

¹⁷ BACA Urbina Gabriela, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición, pág. 160

➤ **Cronograma de inversiones:**

Capitalizar el costo de un activo significa registrarlo en los libros contables como un activo. No existen normas que regulen el tiempo en que deba registrarse un activo a modo de correlacionar los fines fiscales con los contables, lo cual provoca diferencias entre ambos criterios. Por lo tanto el tiempo ocioso durante el cual el equipo no presta servicios mientras se instala, no para reducir el pago de impuestos. Para controlar y planear mejor lo anterior, es necesario construir un cronograma de inversiones o un programa de instalación de equipo.

Depreciaciones y amortizaciones:

El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir se deprecian en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, esta, con el uso del tiempo no baja de precio o se deprecia, por lo que el termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

➤ **Capital de trabajo:**

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar

una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos entonces debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

➤ **Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento:**

Para formarse, toda empresa realiza una inversión inicial; el capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: solo de personas físicas (inversionistas), de estas con personas morales (otras empresas), de inversionistas e instituciones de crédito (bancos) o de una mezcla de inversionistas, personas morales y bancos. Como sea que haya sido la aportación de capitales, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.

➤ **Financiamiento. Tabla de pago de la deuda:**

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse dinero barato los capitales pedidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias. Cuando se pide un préstamo, existen cuatro formas de pagarlo se presenta tanto en los métodos de pago como las fórmulas que se utilizan en el cálculo de intereses y capital.

➤ **Balance general:**

“Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial.

Pasivo, significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

Capital, significa los activos representados en dinero en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

La igualdad fundamental del balance:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

Significa por lo tanto que todo lo que tiene de valor la empresa (activo fijo, diferido y capital de trabajo) le pertenece a alguien. Este alguien puede ser terceros (tales como instituciones bancarias o de crédito), y lo que no debe, entonces es propiedad de los dueños o accionistas. Por esto es que la igualdad siempre debe cumplirse.

Por otra parte los balances tienen como objetivo principal determinar anualmente cual se considera que es el valor real de la empresa en ese momento.”¹⁸

Punto de equilibrio:

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los

¹⁸ BACA Urbina Gabriela, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición, pág. 175, 177,180

costos de una empresa solo fueron variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.¹⁹

Se utiliza las siguientes formulas:

➤ ***En función a las ventas***

$$\text{PE} = \frac{\text{CFT}}{1 - (\text{CVT}/\text{VT})}$$

➤ ***En función a la Capacidad Instalada***

$$\text{PE} = \frac{\text{CFT}}{\text{VT} - \text{CVT}} \times 100$$

Criterios de evaluación

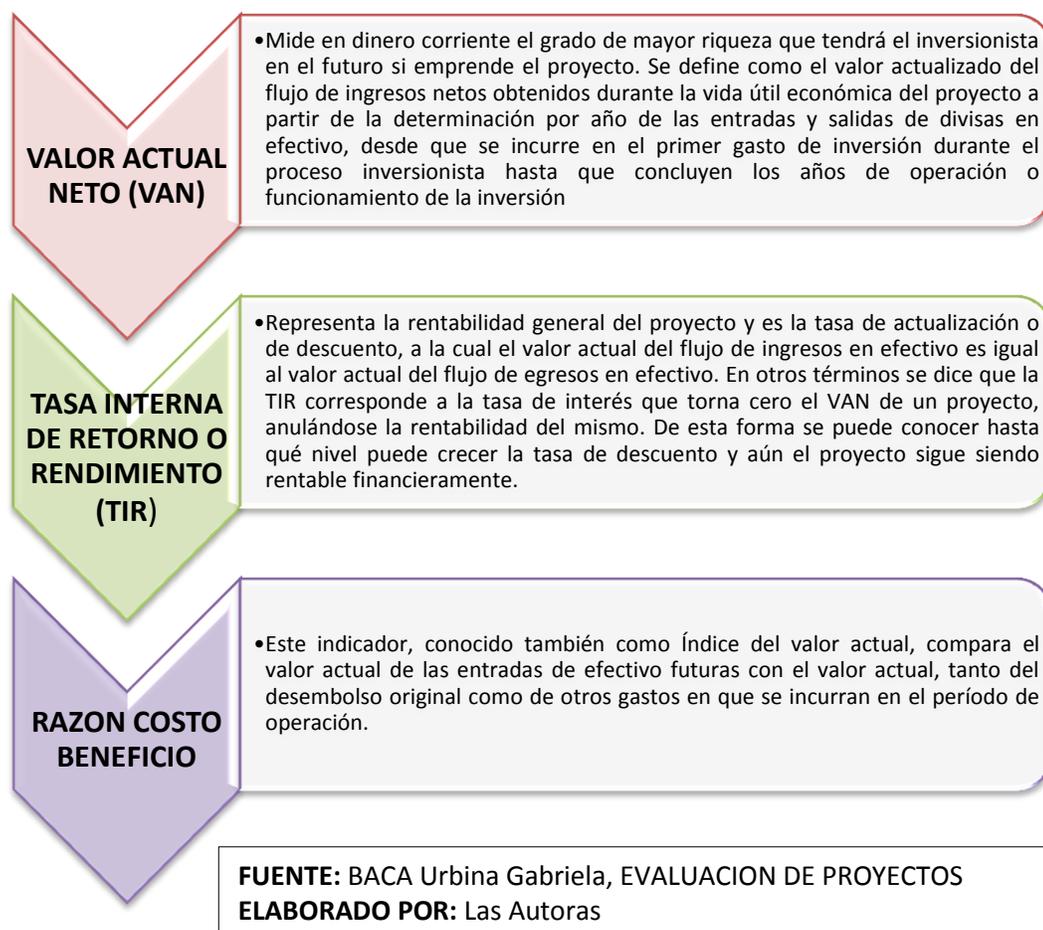
En la evaluación de proyectos de inversión para decidir si es conveniente o no acometerlo no debemos solamente identificar, cuantificar y valorar sus costos y beneficios, sino que se requiere también de criterios de evaluación, para seleccionar las oportunidades de inversión más rentables y por tanto más convenientes.

¹⁹ BACA Urbina Gabriela, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición, pág. 169, 170

Los criterios de evaluación que se aplican con más frecuencia por los analistas de proyectos, consisten en comparar precisamente los flujos de ingresos con los flujos de costos y los mismos se clasifican en dos categorías generales, que son las técnicas para el análisis de la rentabilidad de la inversión (con y sin financiamiento) y las técnicas para el análisis financiero.

A la primera categoría pertenecen el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno y a la segunda los análisis de liquidez.

FACTORES DE EVALUACION FINANCIERA



Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros, que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés (la tasa de descuento), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza normalmente, el costo promedio ponderado del capital de la empresa que hace la inversión.

- **Si VAN > 0:** El proyecto es rentable, se acepta.
- **Si VAN < 0:** El proyecto no es rentable, se rechaza.

A la hora de elegir entre dos proyectos, elegiremos aquel que tenga el mayor VAN.

Este método se considera el más apropiado a la hora de analizar la rentabilidad de un proyecto.

La fórmula para calcular este método es:

$$\text{VAN} = \sum \text{del (flujo neto) x factor de actualización.}$$

Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

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

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Proporciona una medida de la rentabilidad relativa del proyecto, frente a la rentabilidad en términos absolutos, proporcionada por el VAN. Para la TIR, se aceptan los proyectos que permitan obtener una rentabilidad interna, superior a la tasa de descuento apropiada para la empresa, es decir, a su costo de capital. Este método presenta más dificultades y es menos fiable que el anterior, por eso suele usarse como complementario al VAN.

- Si $TIR >$ tasa de descuento (r): El proyecto es aceptable.
- Si $TIR <$ tasa de descuento (r): El proyecto no es aceptable.

La fórmula para calcular este método es:

$$TIR = TM + DT \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

Relación Beneficio/Costo (RCB)

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

- $B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.
- $B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.
- $B/C < 1$ Se debe realizar el proyecto.

Su fórmula es:

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

Análisis de sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto.

Mide hasta qué punto los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto.

Se la obtiene mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$As = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

e. MATERIALES Y METODOS

MATERIALES

Para el desarrollo de nuestro trabajo investigativo hemos utilizado algunos recursos, los mismos que se describen a continuación:

Recursos Humanos:

- Mariela Geoconda Querido Cevallos. Aspirante
- Sonia Adalipza Ortiz Sarmiento. Aspirante
- Ing. Luis Felipe Ortega Silva. Director

Recursos Materiales:

DESCRIPCIÓN	COSTO
Materiales de Oficina	250,00
Reproducción de encuestas	50,00
Impresión de Borradores e Informe final	150,00
Encuadernación y Anillados	50,00
Internet	180,00
Movilización y Alimentación	700,00
Gastos Varios	200,00
TOTAL	1.580,00

METODOS

Para llevar a efecto el desarrollo de la presente tesis se tomó en consideración los siguientes métodos:

Científico.

El método científico se aplicó durante todo el trabajo de investigación, mediante la aplicación de un conjunto de procedimientos lógicos que permitieron determinar la factibilidad de la creación de la Empresa de Servicio de Convenciones y Eventos Sociales “Greetings” en la Ciudad de Nueva Loja, de manera segura y eficiente.

Deductivo.

Este método parte de las consideraciones generales a particulares, su aplicación permitió la búsqueda de información de tipo general respecto a la elaboración de proyectos, la cual fue puesta en práctica en las diferentes etapas del presente estudio permitiendo culminar con la determinación de la factibilidad que posee la propuesta.

Inductivo.

Permitió la observación, registro y clasificación de todos los hechos relacionados con la creación de la empresa “Greetings”, cuya elaboración demuestra la importancia de los estudios previos a la inversión, basada en información que permite tomar decisiones acertadas.

Estadístico.

Permitió organizar, sistematizar y representar gráficamente la información recopilada, en el Estudio de Mercado, facilitando su análisis e interpretación.

TECNICAS**Observación**

Esta técnica fue aplicada en las empresas que se dedican al servicio de Convenciones & Eventos Sociales permitiendo conocer su proceso, materiales y la tecnología que utilizan.

Entrevista

Se aplicó a los gerentes y propietarios de empresas de Convenciones & Eventos Sociales permitiendo determinar la oferta del servicio en la ciudad de Nueva Loja.

Bibliográfica

Permitió recopilar información en base a libros, revistas, folletos, periódicos e Internet que fundamentaron la investigación y permitieron entender metódicamente el trabajo relacionado con los procesos de servicios de Convenciones & Eventos Sociales, aspecto fundamental para el estudio de Factibilidad.

Encuesta

Es una técnica que permite estandarizar los datos para un análisis posterior, por medio de la aplicación de cuestionarios de preguntas que permitieron obtener datos referentes al problema en estudio.

Luego de la aplicación de la fórmula para obtener la cantidad del muestreo, se realizó la encuesta a la población de la ciudad de Nueva Loja, por medio de la cual se determinó la demanda potencial, real y efectiva.

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó como base la información del Censo de Poblacional del INEC año 2001, en el cual el Cantón Lago Agrio muestra una población económicamente activa que asciende a un número de 25.219 habitantes, aplicando la fórmula de proyección se determinó una Población Actual al año 2010 de 39.799 habitantes económicamente activos, cifra de la cual se establece una muestra de 380 encuestas a los posibles consumidores.

DETERMINACION DE LA POBLACION ACTUAL					
PEA	=	PEA actual - INEC 2.001			
Pf	=	Población futura - proyectada 2.010			
P_{09}	=	PEA	(1 + TCA %) ⁿ
PF_{09}	=	25.219	(1 + 0,052) ⁹
PF_{09}	=	25.219	(1,052) ⁹
PF_{09}	=	25.219	(1,57812594)
PEA 2010	=	39.799			

Para la obtención de resultados y datos veraces de un determinado segmento de mercado es necesaria la aplicación de la técnica de la encuesta, con la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{E^2 N - 1 + (p * q)Z^2}$$

Donde:

DATOS
N = Tamaño de la muestra
Z = Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)
p = 0,50 probabilidad de que el evento ocurra
Q = 0,50 probabilidad de que el evento no ocurra
N = 39.799 total de población económicamente activa
Σ^2 = 5% de margen de error.
N = 380
Z = 1,96
P = 0,50
Q = 0,50
N = 39.799
Σ^2 = 0,05

Sustituyendo:

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{E^2 N - 1 + (p * q)Z^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,50 * 0,50 . 39.799}{0,05^2 39.799 - 1 + 0,50 * 0,50 1,96^2}$$

$$n = 380 \text{ ENCUESTAS}$$

f. RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado es una herramienta que se dispone para minimizar los riesgos en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio, por lo tanto en todo proyecto de factibilidad es de vital importancia. Entre los factores que se analizan en el estudio de mercado constan los siguientes:

- Necesidades.
- Gustos y preferencias de consumidor.
- Número de consumidores actuales, potenciales y reales.
- Competidores.
- Proveedores.
- Costo de transporte.
- Normas legales.

Para realizar el estudio de mercado de la presente investigación se aplicaron **380** encuestas a una muestra del PEA en el cantón Lago Agrio, ciudad de Nueva Loja, logrando con ello determinar el porcentaje de clientes que pueden hacer uso de los servicios que de eventos y convenciones que ofrecerá la nueva empresa.

ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES DE CONVENCIONES & EVENTOS SOCIALES

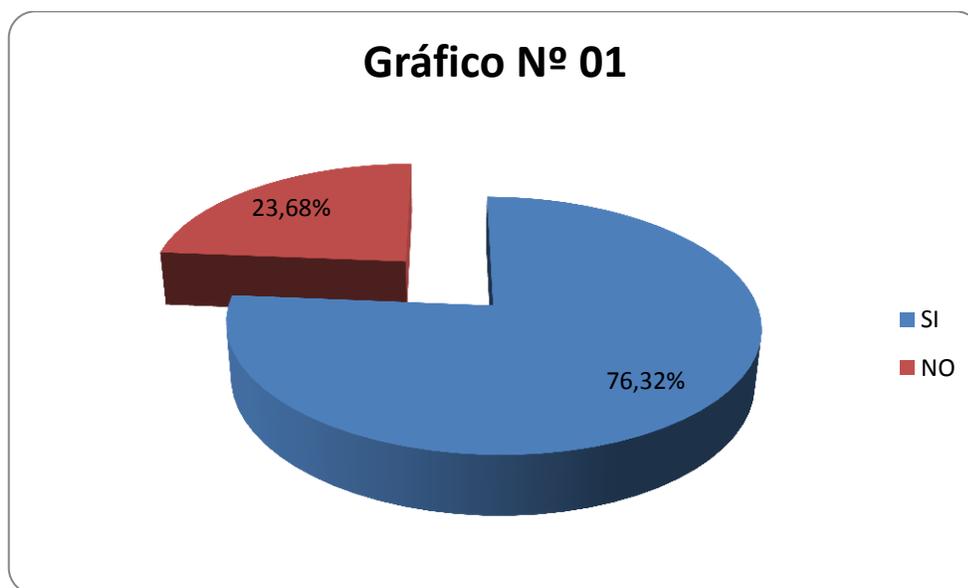
1. ¿Usted organiza convenciones u eventos sociales?

Cuadro Nro. 1

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	290	76,32%
NO	90	23,68%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.



ANALISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la pregunta formulada el 76,32% contestan que si organiza convenciones u eventos sociales, mientras que el 23,68% contestan que no. Cifra que indica que si tiene acogida este servicio.

2. ¿Qué tipo de eventos o convenciones realiza usted?

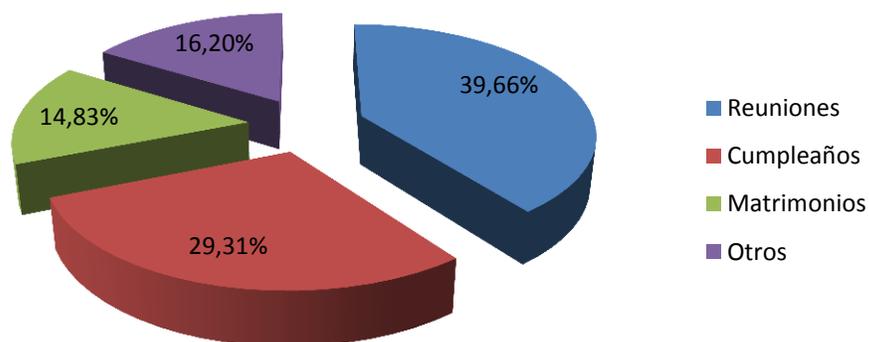
Cuadro Nro. 2

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Reuniones	115	39,66%
Cumpleaños	85	29,31%
Matrimonios	43	14,83%
Otros	47	16,20%
TOTAL	290	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 02



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Como podemos apreciar de las personas encuestadas contratan esta clase de servicios en mayor porcentaje con un 39,66% los cumpleaños, seguidos por las reuniones con un 29,31%, en otros tipos de convenciones u eventos sociales el 16,20% y el 14,83% para matrimonios.

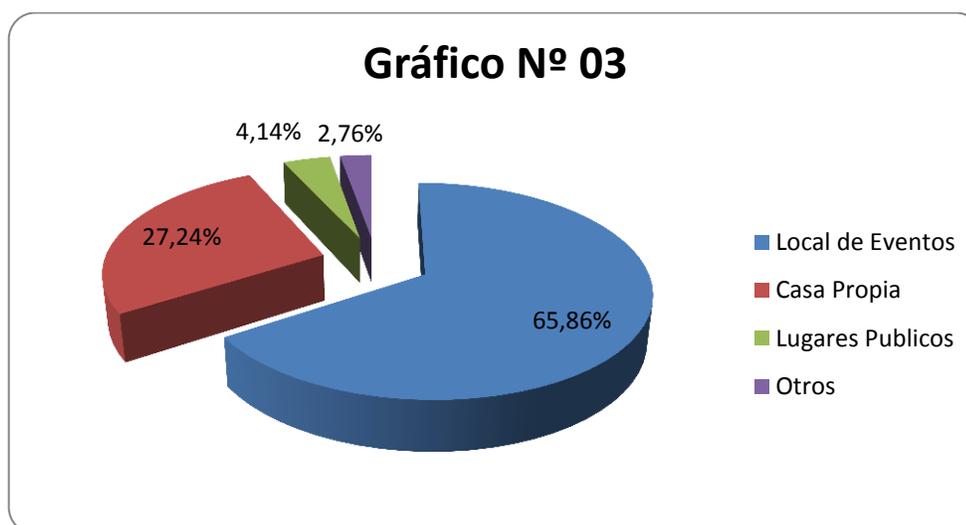
3. Indique el lugar que usted prefiere para realizar algún tipo de eventos o convenciones

Cuadro Nro. 3

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local de eventos	191	65,86%
Casa propia	79	27,24%
Lugares Públicos	12	4,14%
Otros	8	2,76%
TOTAL	290	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Con relación al lugar que más se utiliza para realizar una convención u evento social se determina de acuerdo a las respuestas de los encuestados que un 65,86% utilizan local para eventos, el 27,24% utilizan su casa o vivienda, un 4,14% en lugares públicos y un 2,76% realiza sus eventos en otros lugares. Datos que demuestran la acogida del servicio por parte de la ciudadanía.

4. ¿Por qué prefiere contratar los servicios de una empresa de eventos y convenciones?

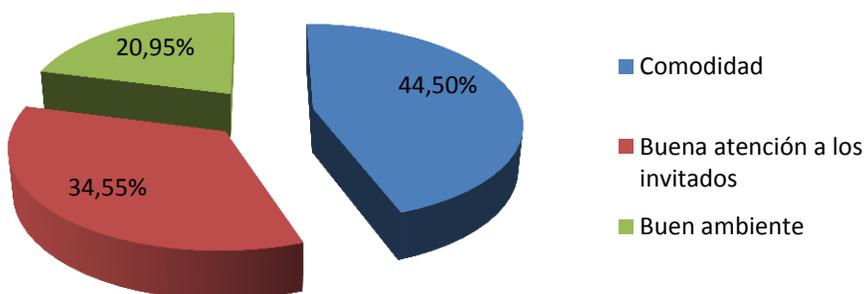
Cuadro Nro. 4

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comodidad	85	44,50%
Buena atención a los invitados	66	34,55%
Buen ambiente	40	20,95%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 04



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

La razón por la cual en su mayoría prefieren contratar los servicios de una empresa que ofrece este tipo de servicio es por la comodidad que representa para el anfitrión del evento, el 44,50% de los encuestados así lo manifiestan, mientras que el 34,55% lo prefieren para garantizar una buena atención a sus invitados y el 20,95% lo hacen por el acogedor ambiente que prestan las empresas que ofrecen el servicio.

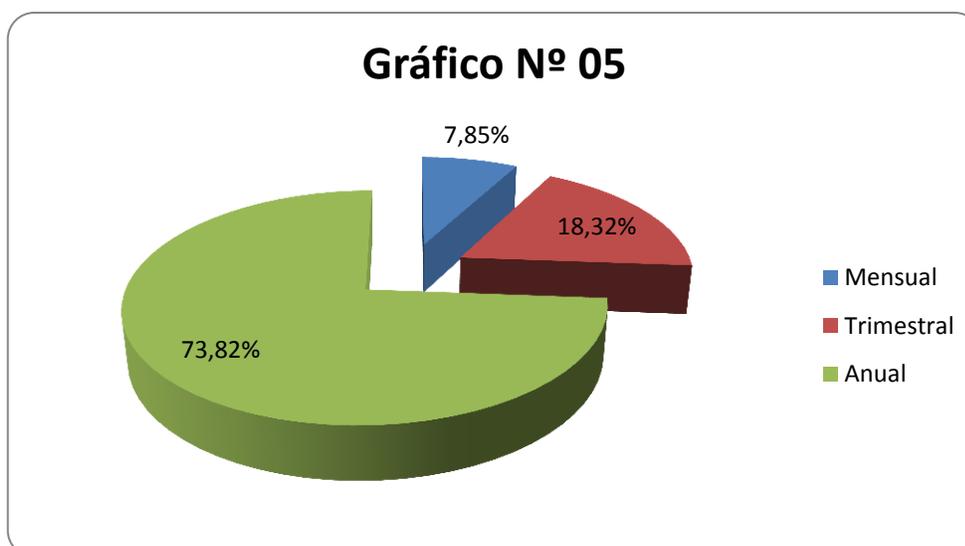
5. ¿Con qué frecuencia realiza los eventos o convenciones en un local de eventos?

Cuadro Nro. 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	15	7,85%
Trimestral	35	18,32%
Anual	141	73,82%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las respuestas a la pregunta tenemos que los encuestados realizan eventos o convenciones con mayor frecuencia cada año con un porcentaje de 73,82%; mensualmente lo realizan el 18,32%, finalmente el 7,85% señalan que organizan este tipo de evento en forma mensual. Cifras que permitirán determinar el servicio promedio que requiere cada usuario en la ciudad de Nueva Loja.

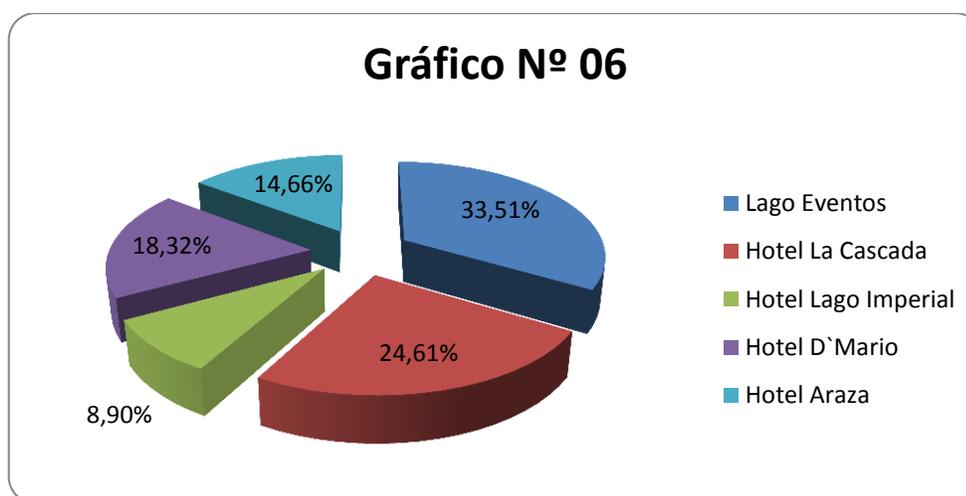
6. ¿Cuáles son las empresas que le ofrecen este tipo de servicios en la ciudad de Nueva Loja?

Cuadro Nro. 6

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hotel Gran Lago	64	33,51%
Hotel La Cascada	47	24,61%
Hotel Arazá	17	8,90%
Hotel Lago Imperial	35	18,32%
Hotel D´ Mario	28	14,66%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Las empresas que ofrecen el servicio de convenciones y eventos sociales en la ciudad de Nueva Loja y que de acuerdo a las encuestas registran mayor acogida son: con un porcentaje del 33, 51% sobresale Hotel Gran Lago, seguido por Hotel la Cascada con el 24,61%, posteriormente Hotel Lago Imperial con un 18,32%, Hostal D´Mario con un 14,66%, y Hotel Arazá con un 8,90% de porcentaje.

7. ¿Cuánto es el precio que usted gasta por persona para realizar un evento social?

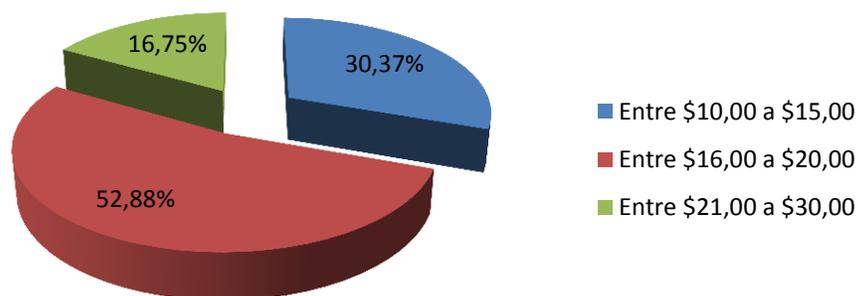
Cuadro Nro. 7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$10,00 a \$15,00	58	30,37%
Entre \$16,00 a \$20,00	101	52,88%
Entre \$21,00 a \$30,00	32	16,75%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico Nº 07



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De las encuestas realizadas podemos determinar que un 52,88% han cancelado por persona invitada en un rango comprendido entre \$16 a \$20 dólares, mientras que un 30,37% han cancelado de \$10 a \$15 dólares y un 16,75% entre \$21 a \$30 dólares. Cifras que permitirán determinar el valor del servicio a ofrecer.

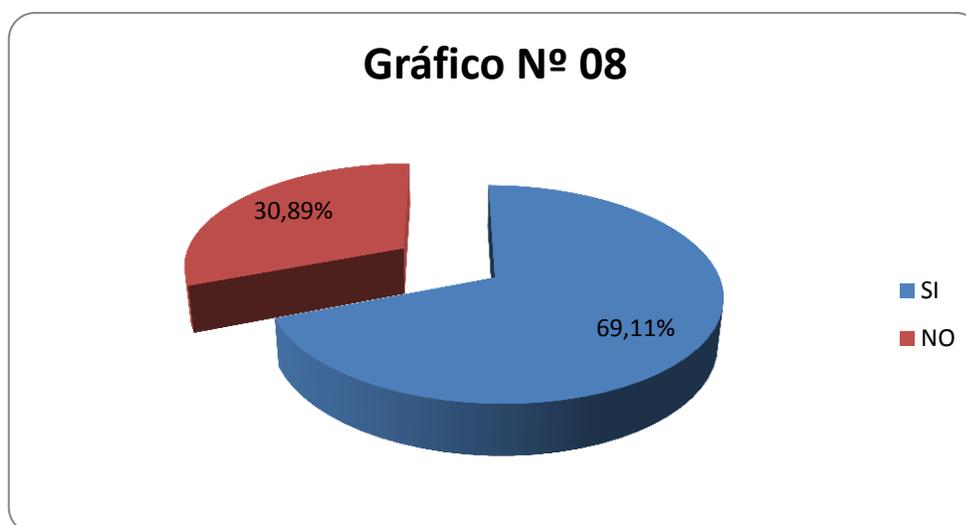
8. ¿Si se implementa una empresa de servicio para convenciones y eventos sociales en la ciudad de Nueva Loja que satisfaga sus requerimientos de eventos y convenciones estaría dispuesto a contratar este tipo sus servicios?

Cuadro Nro. 08

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	132	69,11%
NO	59	30,89%
TOTAL	191	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De las personas que hacen uso del servicio de eventos y convenciones, el 69,11% señalan que si estarían dispuestos a contratar los servicios de una nueva empresa; mientras que el 30,89% contestan que no lo harían. Datos que muestran la acogida que va a tener la propuesta.

9. ¿Si se oferta estos servicios en las condiciones que satisfagan sus necesidades en la cantidad entre 10 a 20 dólares por persona, cree usted que el precio es?

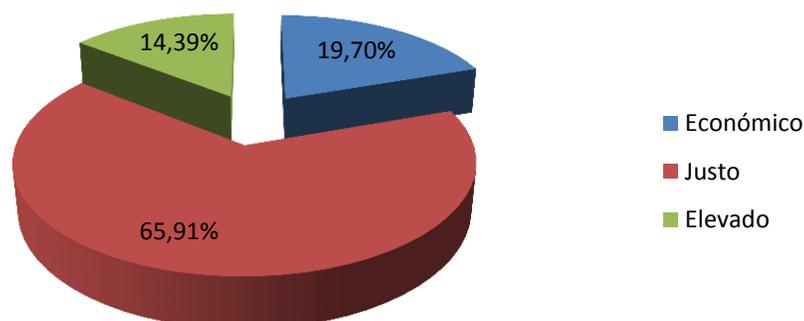
Cuadro Nro. 09

PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Económico	26	19,70%
Justo	87	65,91%
Elevado	19	14,39%
TOTAL	132	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De la pregunta si se oferta los servicios de convenciones y eventos sociales en las condiciones que satisfagan sus necesidades a un precio comprendido entre \$10 a \$20 dólares por persona, los encuestados consideran que es justo en mayor porcentaje con el 65,91%, mientras que el 19,70% opinan que es económico y el 14,39% responden que es elevado.

10. ¿En qué lugar de la ciudad de Nueva Loja le gustaría que se ubicara la Nueva Empresa?

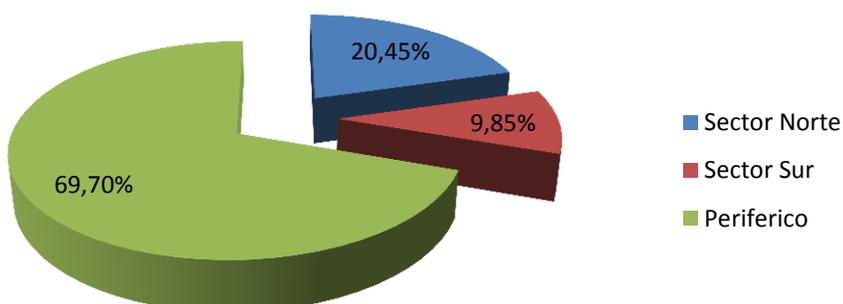
Cuadro Nro. 10

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sector Norte	27	20,45%
Sector Sur	13	9,85%
Periférico	92	69,70%
TOTAL	132	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.

Gráfico N° 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al preguntar acerca de la ubicación en donde les gustaría que funcione la nueva empresa, se obtiene como resultado con un porcentaje representativo de 69,70% se inclina por la Periferia, en un menor porcentaje con un 20,45% se inclinan por el Sector Norte, finalmente con un 9,85% prefieren el Sector Sur. Datos relevantes que se considerarán para determinar la ubicación de la Planta, procurando que sea a gusto del cliente.

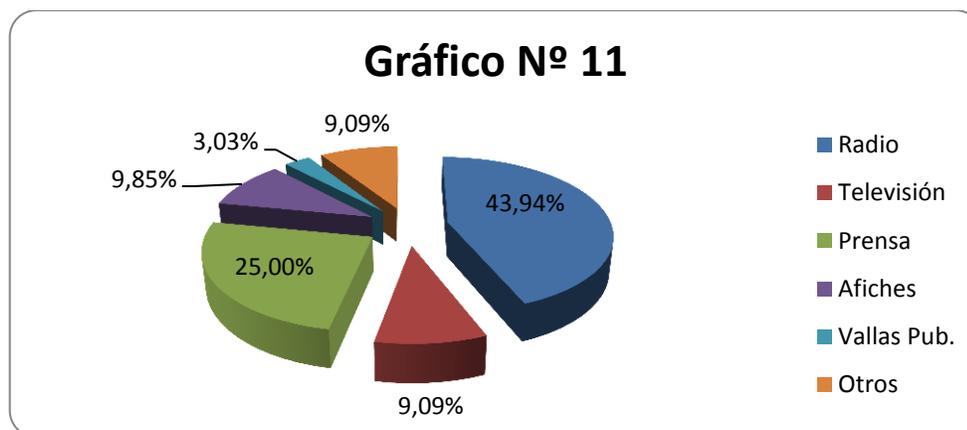
11. ¿Por qué medio de información le gustaría conocer acerca de los servicios que ofrecerá la nueva empresa?

**Pregunta de opción múltiple.
Cuadro Nro. 11**

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	58	43,94%
Televisión	12	9,09%
Prensa	33	25%
Afiches	13	9,85%
Vallas Pub.	4	3,03%
Otros	12	9,09%
TOTAL	132	100%

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Las autoras.



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas el 43,94% estima conveniente informarse de la existencia de esta nueva empresa de convenciones y eventos sociales en la ciudad de Nueva Loja por medio de la radio, mientras que un 25% prefiere informarse por el periódico, el 9,09% por intermedio de la TV Local, un 9,85% por intermedio de afiches, en un porcentaje del 9,09% por otros medios publicitarios y el 3,03% por medio de vallas publicitarias.

ANALISIS DE LA DEMANDA.

La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el servicio.

Para este estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo conocer la tendencia que muestra el servicio que se va a comercializar y con esa base obtener la información para poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

Este tipo de estudio permite reconocer claramente cuál es la situación de la demanda del servicio, que se analiza en el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el siguiente proyecto.

LA DEMANDA POTENCIAL.

Esta demanda potencial constituye la cantidad de bienes o servicios que podrían ser consumidos por los demandantes de un mercado, es decir, que se considera la totalidad de la población en estudio que según el INEC del 2001, existía 25.219 habitantes PEA que al aplicar la proyección al año 2010 con la tasa de crecimiento poblacional del 5,20% es de 39.799 habitantes en el cantón Lago Agrio, cifra que se proyectará para cinco años que será el tiempo de vida útil del proyecto.

Cuadro Nro.12

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL		
AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO 76,32%
0	39.799	30.375
1	41.869	31.954
2	44.046	33.616
3	46.336	35.364
4	48.746	37.203
5	51.280	39.137

Fuente: Cuadro Nro. 1. (INEC TC 5,20%)

Elaboración: Las Autoras.

LA DEMANDA REAL O ACTUAL

Esta demanda está constituida por la cantidad de bienes o servicios que si consumen de los mismos en un mercado específico.

De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que el 65,86%de los encuestados contratan los servicios de este tipo de empresas de eventos y convenciones, cifras presentadas en el cuadro N° 03, los cálculos se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro Nro. 13

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL			
AÑOS	DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO	DEMANDA REAL (65,86%)	DEMANDA REAL
0	30.375	65,86%	20.005
1	31.954	65,86%	21.045
2	33.616	65,86%	22.139
3	35.364	65,86%	23.290
4	37.203	65,86%	24.502
5	39.137	65,86%	25.776

Fuente: Cuadro Nro. 03 Y 12

Elaboración: Las autoras.

Para determinar la demanda efectiva, previamente se debe calcular el consumo promedio de cada persona que accede a estos servicios, de la siguiente manera:

Consumo Percápita: Es la cantidad del servicio que se estima va a contratar cada persona en el año.

Para determinar la demanda efectiva que es la que realmente el proyecto se encarga de satisfacer, primero se realiza el cálculo del uso promedio de los servicios que prestará la empresa de eventos y convenciones "GREETINGS" el mismo que se determina en número de eventos que se realiza al año, es decir que de acuerdo a los datos obtenidos cada persona en promedio realizará 2,23 eventos al año.

Los cálculos se muestran a continuación:

Cuadro Nro. 14

DETERMINACIÓN DEL PROMEDIO DE CONSUMO			
ALTERNATIVAS	PERIODOS	FRECUENCIA	F*X
Mensual	12	15	180
Trimestral	3	35	105
Anual	1	141	141
TOTAL		191	426

Fuente: Cuadro Nro. 05

Elaboración: Las autoras.

Nota: Ejemplo de cálculo:

12 meses * 15 personas que realizarán eventos mensualmente = 180 eventos en el año

$$X = \frac{\sum f * x}{\sum f}$$

$$X = \frac{426}{191}$$

$$X = 2,23$$

Con estos cálculos se puede determinar el número de eventos y convenciones que realmente la población requiere, lo que se demuestra en la siguiente tabla.

Cuadro Nro. 15

CONSUMO PERCAPITA			
AÑOS	DEMANDA REAL	CONSUMO PROMEDIO ANUAL POR PERSONA	DEMANDA REAL REQUERIDA
0	20.005	2,23	44.611
1	21.045	2,23	46.931
2	22.139	2,23	49.371
3	23.290	2,23	51.938
4	24.502	2,23	54.639
5	25.776	2,23	57.479

Fuente: Cuadro Nro. 13 y 14

Elaboración: Las autoras.

DEMANDA EFECTIVA.

Es toda la población que en la práctica son requeridos los servicios de eventos y convenciones de la empresa "GREETINGS"

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación en la implementación para una nueva empresa de eventos y convenciones en la ciudad de Nueva Loja, obteniéndose que el 69,11% de la demanda que está de acuerdo con esta implementación de esta nueva empresa representado (cuadro Nro.08).

Cuadro Nro. 16

DETERMINACIÓN DEMANDA EFECTIVA			
AÑOS	DEMANDA REAL	% DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA EFECTIVA
0	44.611	69,11%	30.830
1	46.931	69,11%	32.434
2	49.371	69,11%	34.120
3	51.938	69,11%	35.894
4	54.639	69,11%	37.761
5	57.479	69,11%	39.724

Fuente: Cuadro Nro. 8 y 15

Elaboración: Las autoras

ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los productores a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento.

Para realizar la estimación de la oferta se tomo en consideración la cantidad de servicio de convenciones y eventos que la competencia ofrece en el mercado, cabe recalcar que de acuerdo al Ministerio de Turismo, por intermedio de la

Dirección Provincial de Sucumbíos, da a conocer que en el Cantón Lago Agrio no registra en el Catastro Turístico establecimientos cuya actividad turística sea la de Centros de Convenciones, organizadores de eventos, salas de recepción y banquetes, es importante señalar que en el Cantón Lago Agrio existen establecimientos de alojamiento que ofertan como servicio complementario salas de reuniones de uso múltiple, en virtud del presente análisis se toma como referencia la oferta que actualmente brindan los 7 hoteles y 2 hostales (Ver anexo N° 03), como productos sustitutos, ya que es necesario considerarlos con la finalidad de analizar adecuadamente la oferta existente.

Por los motivos antes señalados se realizó una entrevista a las 9 empresas dedicadas a brindar este tipo de servicio o similares, determinando la oferta existente en la zona de influencia.

Entrevista a la Competencia de la Ciudad de Nueva Loja.

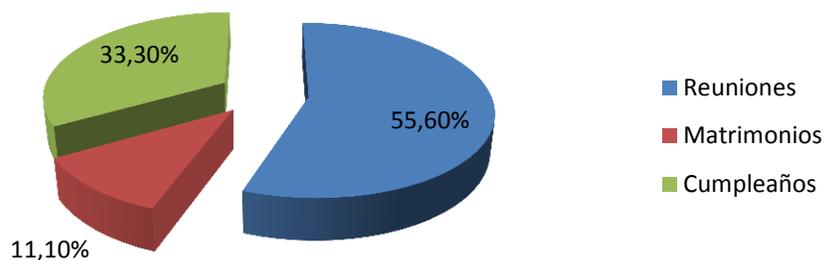
- 1. ¿Qué convención u evento social es el que más solicitan en su empresa?**

Cuadro Nro. 17

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Reuniones	5	55,6%
Matrimonios	1	11,1%
Cumpleaños	3	33,3%
TOTAL	9	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 17**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.**

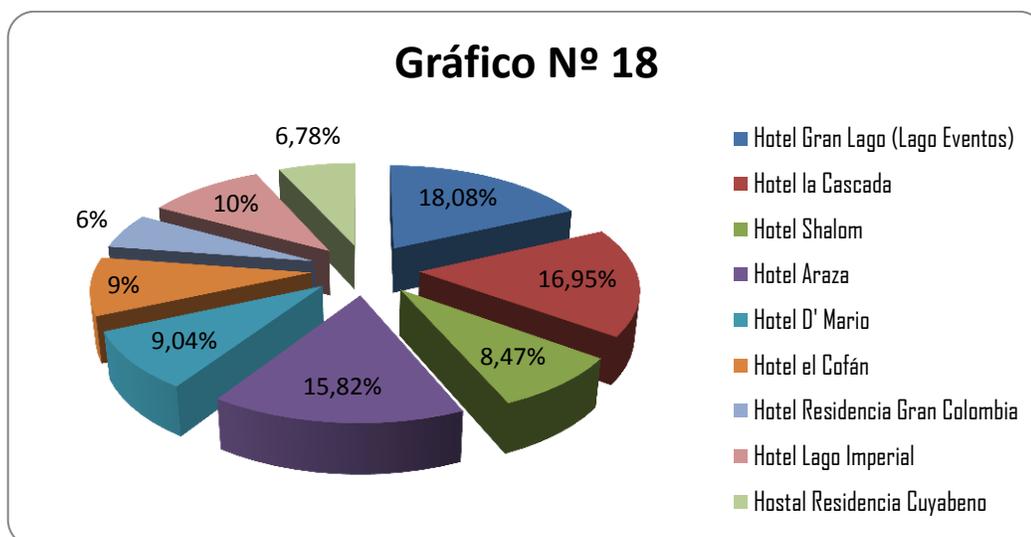
La gráfica demuestra que el evento social por el que más se contrata este tipo de empresas son los cumpleaños y reuniones, mientras los matrimonios tienen menos demanda.

2. ¿Cuántas veces al mes realiza en su local eventos o convenciones?**Cuadro Nro. 18**

COMPETENCIA	OFERTA MENSUAL	PORCENTAJE
Hotel Gran Lago (Lago eventos)	32	18,08%
Hotel La Cascada	30	16,95%
Hotel Shalom	15	8,47%
Hotel Arazà	28	15,82%
Hostal D' Mario	16	9,04%
Hotel el Cofán	16	9,04%
Hotel Residencia Gran Colombia	10	5,65%
Hotel Lago Imperial	18	10,17%
Hostal Residencia Cuyabeno	12	6,78%
TOTAL	177	100 %

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Las autoras



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

La empresa que más eventos realiza es Lago Eventos, ya que del total de la oferta abarca el 18,08%, seguido del Hotel la Cascada con un 16,95%, Hotel Arazá con un 15,82%, Hotel Lago Imperial con un 10,17%, con un porcentaje 9,04% se encuentra Hotel D' Mario y Cofán; tenemos al Hotel Shalom con 8,47%, Hostal Residencial Cuyabeno con 6,78% y finalmente Hotel Residencia Gran Colombia con 5,65%. Datos que permitirán determinar la oferta existente en la ciudad de Nueva Loja.

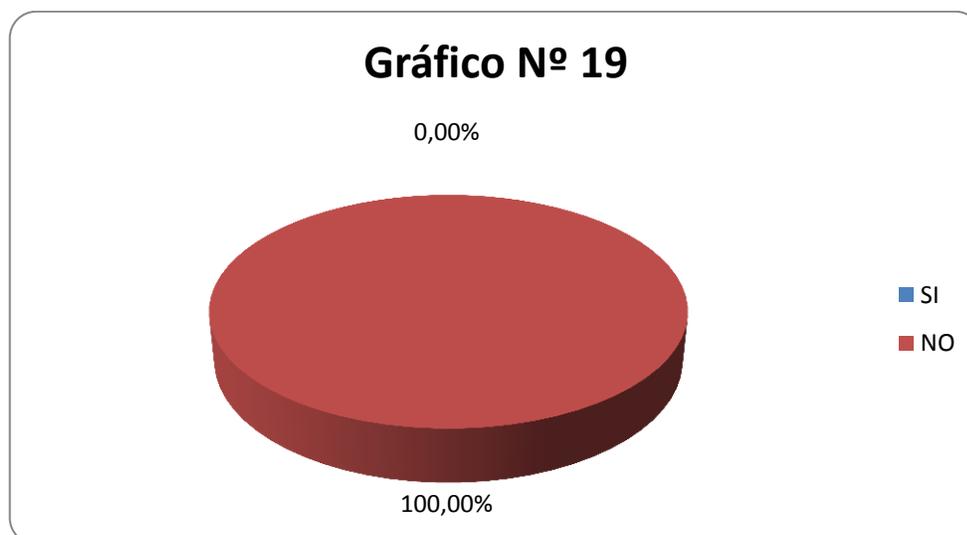
3. ¿Usted considera que las empresas existentes en la ciudad de Nueva Loja cubren la demanda?

Cuadro Nro. 19

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	9	100%
TOTAL	9	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: Las autoras



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

El 100% de los oferentes concuerdan en que las empresas dedicadas a brindar servicios de eventos y convenciones no cubren la demanda existente en la ciudad de Nueva Loja, ya que casi siempre llegan personas a contratar sus servicios y lamentablemente no los pueden atender por cuanto ya poseen contratos celebrados con mucha anticipación.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se tomará como referencia el total de eventos mensuales de los locales, datos que se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro Nro. 20

EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS Y CONVENCIONES	EVENTOS MENSUALES	EVENTOS ANUALES
9	177	2.124

Fuente: Entrevista de la Oferta

Elaborado: Las Autoras.

Oferta Proyectada

Para proyectar la oferta es necesario determinar la tasa de crecimiento de los negocios que ofertan este tipo de servicios, para tal fin se aplicó la siguiente fórmula:

Cuadro Nro. 21

Años	Oferta (58,11%)
0	2.124
1	3.358
2	5.310
3	8.395
4	13.274
5	20.987

Fuente: Cuadro N° 18 y Anexo 3

Elaboración: Las autoras

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. En el presente estudio la demanda insatisfecha está dada por el número de eventos y convenciones que no cubre la oferta existente, a continuación se muestra la demanda insatisfecha proyectada para los años de vida útil de la empresa a crearse:

Cuadro Nro. 22

Balance entre oferta y demanda (Demanda Insatisfecha)

Años	D. Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	30.830	2.124	28.706
1	32.434	3.358	29.076
2	34.120	5.310	28.810
3	35.894	8.395	27.499
4	37.761	13.274	24.487
5	39.724	20.987	18.737

Fuente: Cuadro Nro.16 y 21

Elaborado: Las Autoras

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Para la comercialización del servicio de convenciones y eventos sociales “Greetings” en la ciudad de Nueva Loja, se tomaran en cuenta los elementos de la mezcla de mercado que son: Servicio, Precio, Plaza, Promoción y Publicidad.

MEZCLA DE MERCADO**➤ SERVICIO Y/O PRODUCTO**

Se prestara el servicio de convenciones y eventos sociales “GREETINGS” en la ciudad de Nueva Loja y sus alrededores; el servicio se lo proporcionara de acuerdo a un horario previamente establecido y un ordenamiento adecuado. Los servicios serán adaptados según los requerimientos del contratistas, que nunca van a ser igual con los clientes que cada día van a ir llegando ya que cada cliente tiene diferente evento por realizar. Todos estos servicios se los proporcionara en el local que tendrá las siguientes características:



Grafico del salón de convenciones y eventos “GREETINGS” en la ciudad de Nueva Loja

La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos , festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades. Por la intangibilidad del servicio, este se prestará de manera rápida y eficaz, el lugar de recepciones, mostrará pulcritud, elegancia y confort; el personal se vestirá apropiadamente (dependiendo del evento); con un equipo moderno, con excelentes canales de comunicación.

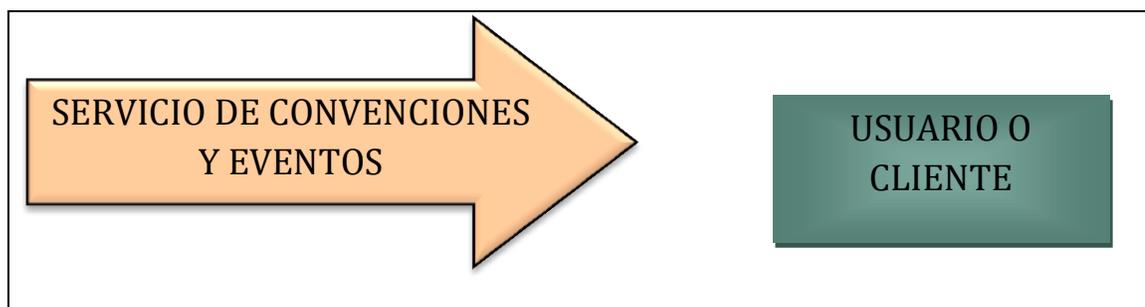
Al ser estos eventos, momentos inolvidables e importantes en la vida de cada persona tienen que ser realizados pensando hasta en el último detalle, por eso la idea de crear esta empresa debido a que las personas hoy en día no tienen tiempo para preocuparse de todos los detalles de principio a fin.

➤ **PRECIO.**

Los precios del servicio de convenciones y eventos sociales “GREETINGS” en la ciudad de Nueva Loja, se lo fijara de acuerdo a los costos de producción del servicio y será una tarifa de servicio mínima y una máxima dependiendo del tipo de eventos que se realice, con excepción de algún otro tipo de evento que puede ser de índole internacional.

➤ **PLAZA Y DISTRIBUCION.**

La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procedimientos y actividades necesarias para ofrecer un buen servicio desde el momento en que se tiene el contacto con los clientes, hasta la culminación del mismo, en condiciones óptimas que lo necesiten y lo deseen.



➤ **PROMOCION.**

La empresa ofrecerá promociones de acuerdo al servicio que se haga en las instalaciones, tomando en cuenta estos dos aspectos que son muy importantes.

➤ PUBLICIDAD.

La empresa de convenciones y eventos sociales “GREETINGS” en la ciudad de Nueva Loja lanzara al mercado una estrategia agresiva y masiva para dar a conocer su servicio y llegar al éxito de publicidad de manera más rápida y eficiente, para tener un posicionamiento positivo dentro de los clientes, tratando de eliminar barreras como competidores que presenten servicios similares al nuestro. Además la empresa se la dará a conocer mediante un rotulo luminoso en el local de atención al cliente ubicado en la parte exterior central de la empresa.

- **Logotipo**

Un logotipo es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan



En toda la publicidad a realizarse para dar a conocer la empresa de eventos, se colocará el logotipo diseñado para tal fin, el cual se constituirá en una carta de presentación de la empresa, permitiendo una fácil identificación de la misma.

ESTUDIO TECNICO.

El objeto del estudio técnico es poder visualizar la eventualidad de la investigación y esto se realiza haciéndose las preguntas: cómo, cuándo y dónde; como se producirá y darles vías de solución en lo referente al tamaño de la planta, maquinaria que se van a utilizar a la capacidad instalada de acuerdo al número de empleados; en conclusión es saber las obligaciones y exigencias en el proceso del servicio que se está ofreciendo, estableciendo métodos, procesos apropiados, determinando el tamaño de la planta y la cantidad de recursos humanos que se necesita.

En el estudio técnico se define los aspectos fundamentales de la ingeniería del proyecto, tales como:

- El tamaño del proyecto.
- La localización del proyecto.
- La distribución de la planta.
- El proceso del servicio.
- La organización Administrativa.

Tamaño del Proyecto.

Para determinar el tamaño del proyecto se toma en cuenta el estudio de mercado que se determinó en función a los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y la demanda, en especial en lo que respecta a la determinación de

la demanda de clientes que utilizara el servicio de convenciones y eventos sociales “GREETINGS” en la ciudad de Nueva Loja.

Además se tomara en cuenta o los siguientes puntos:

1. El tipo económico que se refiere al tamaño que hace más rentable al proyecto disminuyendo costos y maximizando las utilidades.
2. El tipo físico que se refiere al tamaño del proyecto que identifica al máximo rendimiento que se lo puede obtener de sus instalaciones y equipos utilizados.

El tamaño es la capacidad de generación de servicio que tiene el proyecto durante su periodo de funcionamiento.

Capacidad Instalada.

Está determinada por el nivel máximo de producción que se puede obtener con la utilización de determinado componente de producción, independientemente de los costos de producción que genere, en el presente caso se trata de determinar el número de eventos que puede desarrollar la empresa en un tiempo determinado, con dicho componente se realiza el siguiente análisis:

La empresa contará con un local arrendado de aproximadamente 20 metros de largo por 25 metros de ancho, espacio suficiente para todo el mobiliario que se

utilizará en la prestación del servicio de banquetes y eventos sociales, el cual está integrado por 32 mesas de seis sillas cada una, dando un total de una capacidad de 192 personas por evento. La empresa de convenciones y eventos sociales "GREETINGS" en la ciudad de Nueva Loja inicia sus actividades trabajando todos los días que tiene más acogida este tipo de servicios que serán los fines de semana durante todo el año.

Para ello el personal trabajará cinco días a la semana del día jueves a lunes, y se dedicará de ellos cuatro días (fines de semana) para atención de los eventos. Si contamos con los servicios adecuados y el recurso humano logístico necesarios, se prestara el servicio 4 días a un numero de 2 eventos por cada uno de ellos, que dará un número de 4 días x 2 eventos = 8 eventos semanales, al mes sería 8 eventos x 4 semanas en el año = 32 servicios de eventos o convenciones mensuales y al año se alcanzaría un total de 32 eventos mensuales x 12 meses = 384 eventos al año

Por lo tanto:

Cuadro Nro. 23

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA		
Semana	Mes	Año
8	32	384

Fuente: Cuadro N° 23

Elaborado: Las Autoras

La empresa de eventos poseerá una organización de trabajo, que le permita atender hasta dos eventos diarios, alcanzando un total de 384 eventos al año, cifra que representa el 1,32 % frente a la demanda insatisfecha.

Cuadro Nro. 24

CAPACIDAD INSTALADA FRENTE A LA DEMANDA INSATISFECHA		
Demanda Insatisfecha 1^{er} año	%	Capacidad Instalada
29.076	1,32%	384

Fuente: Cuadro N° 22 y 23

Elaborado: Las Autoras

Capacidad Utilizada.

Al iniciar actividades en una empresa es recomendable que su producción o servicio la realice con un bajo porcentaje de la capacidad instalada debido a ciertos factores como introducción del servicio en el mercado, especialización de mano de obra o trabajadores, espacio físico en donde se va a instalar la planta, etc.

Considerando que se trata del lanzamiento de una nueva empresa que ofrece servicios de convenciones y su acceso al mercado se encuentra sujeto al requerimiento de los clientes y su acogida, se estiman prudente iniciar el primer año con una capacidad instalada del 80%, la cual se prevé que se irá incrementado un 5% anual, hasta alcanzar el 100%, conforme se vaya posicionando la empresa en el mercado.

La prestación del servicio según los niveles señalados se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro Nro. 25
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA (ANUAL)	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (ANUAL)
1	384	80%	307
2	384	85%	326
3	384	90%	346
4	384	95%	365
5	384	100%	384

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Las Autoras.

LOCALIZACIÓN.

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

Para el análisis de la localización de la empresa de convenciones y eventos sociales "GREETINGS" en la ciudad de Nueva Loja, se ha realizado el análisis de varias alternativas, bajo el principio de que una buena selección del lugar en donde se pretende ubicar la empresa, sea de optima incidencia hacia los clientes de la misma, y por ende el éxito de la misma se debe no solo a criterios económicos, sino a niveles estratégicos, institucionales e inclusive

preferenciales que la técnica de proyectos identifica como Factores de Localización exitoso.

La empresa se la va a localizar en un punto donde el nivel de rentabilidad es máximo y el de costos sea mínimo, en primera instancia se optara por una Macro localización que permitirá reducir el número de alternativas o soluciones posibles, y luego una Micro localización que será el lugar exacto en donde se ubicara la empresa.

MACROLOCALIZACION.

La Provincia de Sucumbíos, tiene una superficie de 18330,60 kilómetros cuadrados y se encuentra localizada al Nororiente de la República del Ecuador; está dividida en siete cantones que son: *Lago Agrio, Gonzalo Pizarro, Putumayo, Shushufindi, Sucumbíos Alto, Cascales y Cuyabeno*; limita al Norte: con República de Colombia, al Sur: Provincias de Napo; al Este: con la República de Perú y Oeste: Carchi, Imbabura y Pichincha; cuenta con 35 Parroquias de las cuales siete son urbanas y 28 rurales.

Su capital es Nueva Loja y se encuentra ubicada en el cantón Lago Agrio, cuya extensión es de 3.139.80 Kilómetros cuadrados; donde existe la mayor concentración poblacional de la provincia pues representa el 5,8% del total de la Provincia de Sucumbíos que ha crecido según el último Censo INEC 2001 a un ritmo del 5.2% promedio anual de los cuales 48.9% reside en área rural,

mientras que el 51,10 corresponde a la zona urbana, caracterizada por ser una población joven con 47,50 que son menores de 20 años. Su temperatura es de 25 a 30 grados y una altura 297 m.s.n.m; estamos a 280 Kilómetros de distancia de la capital nacional.

Actualmente de todos los cantones de la Provincia de Sucumbíos, Lago Agrio, es considerado un eje comercial por su ubicación estratégica, tener todos sus servicios básicos que fueron factor determinante para realizar grandes inversiones en infraestructura y negocios para atender todas las exigencias de los turistas nacionales y extranjeros, pero aún existen plazas comerciales no explotadas en su totalidad o sin mucha competencia, sus ejes viales son asfaltadas que permiten el rápido desplazamiento del transporte terrestre y para el transporte aéreo existe el Aeropuerto con cuatro vuelos diarios, que permiten la accesibilidad de los consumidores, materia prima, mano de obra y otros agentes necesarios.

Para que esta empresa de convenciones y eventos sociales “GREETINGS” en la ciudad de Nueva Loja tenga mayor rentabilidad debe estar ubicada en un lugar en donde los costos por los diferentes conceptos tales como cercanía al centro para los clientes, disponibilidad de movilización, accesibilidad a los servicios básicos, etc., sean menores y los más adecuados. En este caso se lo ubicara de la siguiente manera:

MACROLOCALIZACIÓN

País de Origen:	Ecuador
Región:	Amazónica
Provincia	Sucumbíos
Ubicación de la Provincia	En el Noroeste del País
Ciudad:	Nueva Loja
Clima:	Cálido Húmedo

GRÁFICO N° 20



MICROLOCALIZACION.

- Conseguir el mapa de la ciudad
- Segmentar por zonas o sectores (dividir el mapa)
- Determinar los factores de importancia
- Definir rangos de evaluación

Analizando los factores, se toma en consideración que las instalaciones de la empresa estarán ubicadas en el sector Periférico, calles céntricas Av. Venezuela y Calle el Oro, que reúne las exigencias de los clientes y necesidades de la empresa.

MAPA DE LA CIUDAD

GRÁFICO N°21



RANGOS DE EVALUACION

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Baja			Media				Alta		

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

Idea de Negocio / Proyecto:

Creación de una empresa de Servicios de Convenciones & Eventos

Sociales “GREETINGS”

Micro localización A: Av. Circunvalación y Manabí- Sector Norte

Micro localización B: Vía Aguarico y Anchico Murillo – Sector Sur

Micro localización C: Av. Venezuela y calle el Oro- Sector Periférico

Cuadro N°26

ORDEN	FACTORES	PONDERACIÓN	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
			A	p	B	P	C	p
1	Amplitud	20%	6	1,20	3	0,60	8	1,60
2	Disponibilidad de locales adecuados	20%	5	1,00	4	0,80	8	1,60
3	Disponibilidad de mano de obra	8%	6	0,48	6	0,48	6	0,48
4	Costo de Mano de obra	5%	7	0,35	7	0,35	7	0,35
5	Acceso al mercado	8%	7	0,56	7	0,56	6	0,48
6	Disponibilidad de Transporte	3%	5	0,15	5	0,15	5	0,15
7	Costo del transporte	3%	6	0,18	6	0,18	6	0,18
8	Agua	3%	5	0,15	5	0,15	6	0,18
9	Energía eléctrica	3%	5	0,15	5	0,15	5	0,15
10	Servicio telefónico	3%	6	0,18	6	0,18	6	0,18
11	Servicio de Internet	5%	6	0,30	6	0,30	6	0,30
12	Drenaje	3%	5	0,15	4	0,12	6	0,18
15	Seguridad	5%	3	0,15	5	0,25	5	0,25
18	Actitud de la comunidad	9%	5	0,45	5	0,45	8	0,72
19	Restricciones ambientales	2%	3	0,06	3	0,06	3	0,06
	TOTAL	100%		5,51		4,78		6,86

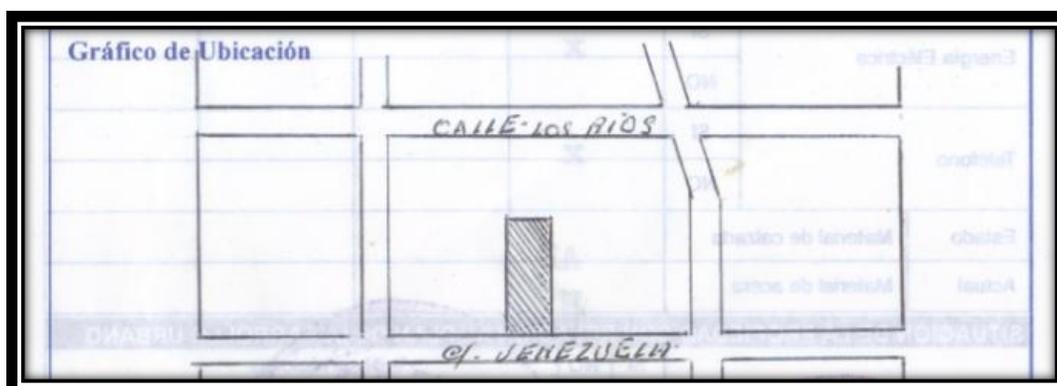
Luego de la ponderación:

Micro localización adecuada: **ZONA 3**

Sujeto al análisis para su ubicación se determina que la zona 3 es la que posee más valor, el lugar más idóneo es el sector Periférico, calles céntricas Av. Venezuela y Calle el Oro, que reúne las exigencias de los clientes y necesidades de la empresa; por tener amplitud de espacios bien distribuidos, existen locales comerciales de arriendo propicios, la comunidad está dispuesta a la implementación de negocios por el crecimiento económico de la zona que ello representa, existen todos los servicios básicos y posee gran espacio de parqueo para vehículos por que sus calles son amplias.

CROQUIS Y UBICACIÓN
Empresa de Convenciones y Eventos Sociales
“GREETINGS”
GRÁFICO N°22





Fuente: Departamento de Planificación, Gobierno Municipal Descentralizado de Lago Agrio

Distribución del Espacio Físico

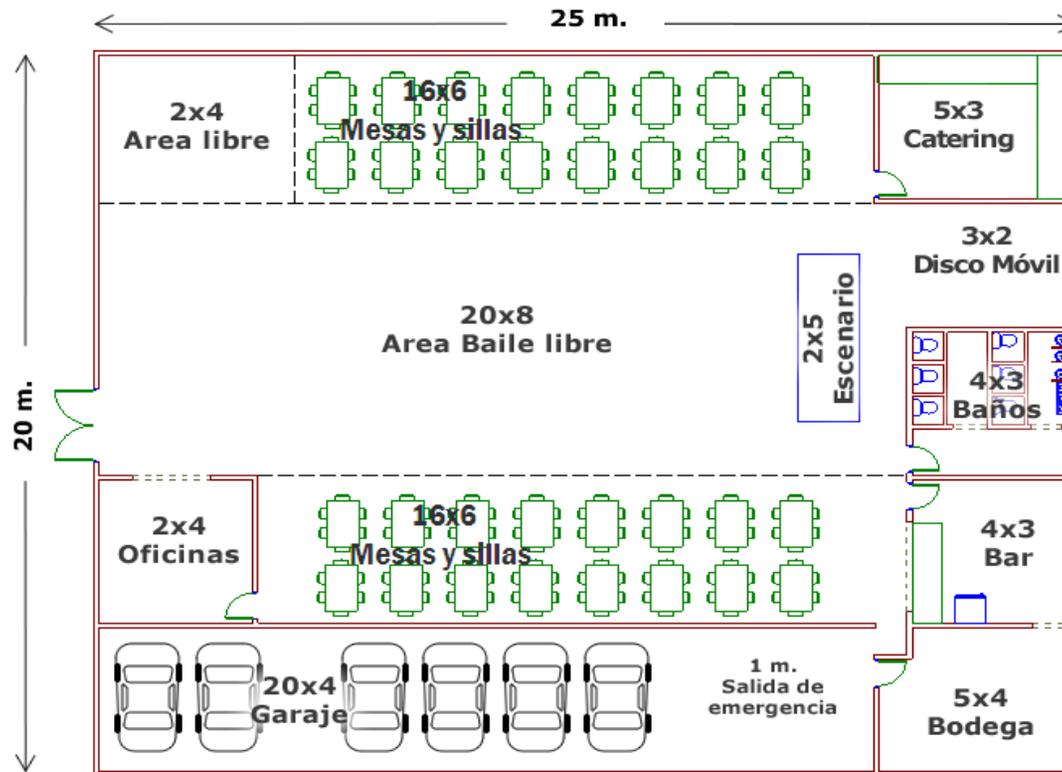
Para el normal y buen funcionamiento en las actividades de Convenciones y Eventos Sociales "GREETINGS", se considera una superficie de 20 metros de largo por 25 metros de ancho y que se lo ha distribuido los espacios que cuentan de la siguiente forma:

Un salón de baile amplio con escenario en la parte posterior, posee un área designada para disco móvil, catering y baños.

Las mesas y sillas se encuentran ubicadas a los costados también incluye una área libre a la derecha y las oficinas a la izquierda, cuenta con garaje, bodega y salida de emergencia.

Por estar cerca de la avenida cuenta con espacios físicos alrededor y pueden servir como estacionamiento encaso de requerirlo y haberse copado el garaje asignado.

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
 “GREETINGS”
 GRÁFICO N° 23



INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Para poder diseñar este tipo de investigación, se tomó en cuenta un conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permitirá determinar el proceso del servicio, para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la generación del servicio de convenciones y eventos sociales “GREETINGS” en la ciudad de Nueva Loja.

El servicio que se va a prestar es el de convenciones y eventos, por lo que se ha tomado en cuenta los diferentes eventos que realizan los clientes, el tiempo que durara el servicio, etc.,

El proceso de negociación se lo analizó de la siguiente manera:

Pasos para el planeamiento de un evento:

1. Diseño y Cotización.

Este es el estado en el que se establecen los objetivos, el mensaje que comunicaremos al público participante y las expectativas que el organizador del evento tiene con relación a la realización de la reunión.

2. Producción.

El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión de evento y que tienen por objeto la preparación de los recursos que componen el evento. Preponderantemente se trata de contratación de proveedores y coordinación entre las prestaciones.

3. Montaje.

Disposición de los recursos técnicos y humanos en el lugar donde se llevará a cabo el evento.

4. Ejecución.

Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas y demás.

5. Desmontaje.

Retiro de los materiales y elementos utilizados en la reunión.

6. Evaluación de resultados.

Momento en el que se establece el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la eficiencia de las prestaciones.

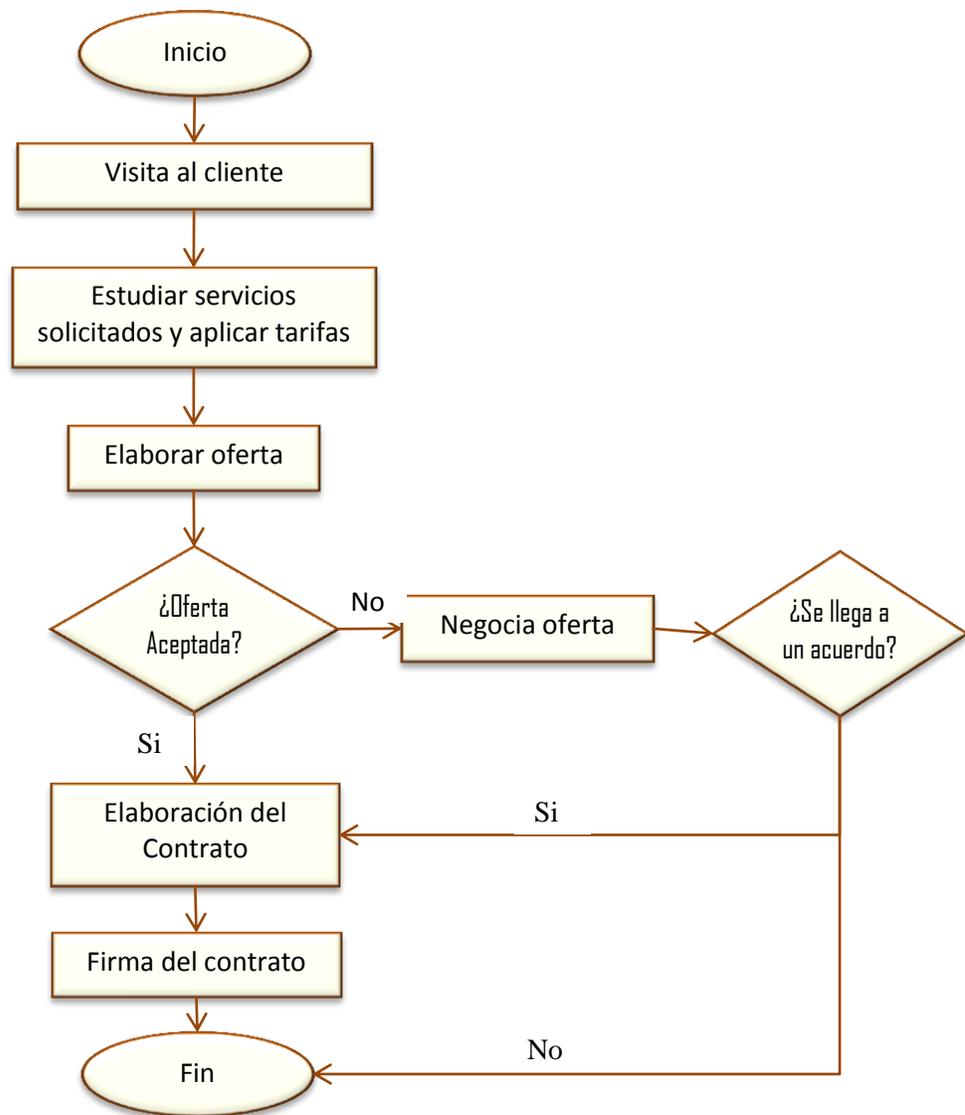
FLUJOGRAMAS DE PROCESO

Es una representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso, además de la secuencia de actividades, el Flujo grama muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas. El Flujograma hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de toda la ejecución y puntos relevantes que detallamos a continuación:

Atención al cliente

Proceso: La secretaria-contadora, al igual que el gerente realiza los contactos con los clientes, emitiendo proformas y carta de servicios en donde el cliente si decide contratar el servicio se elabora el contrato y se firma

**FLUJOGRAMA DE OPERACION ATENCION AL CLIENTE
GRÁFICO N° 24**



Elaboración: Las Autoras.

CUADRO N° 27

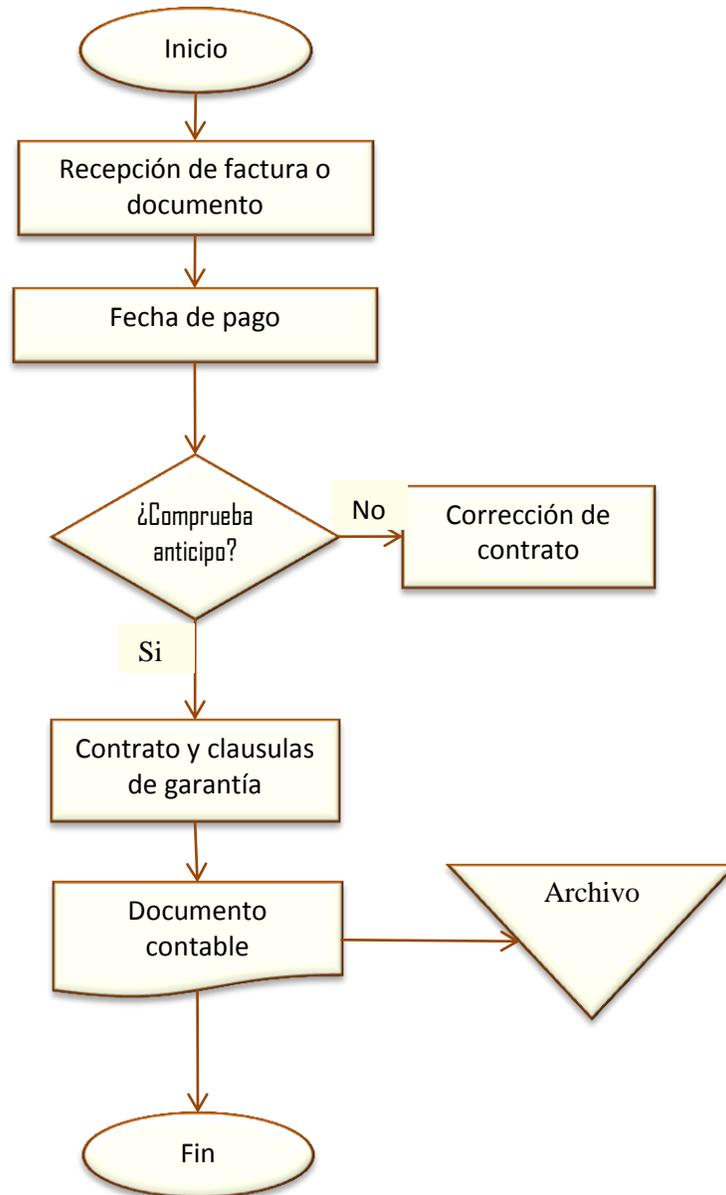
DIAGRAMA DE ATENCION AL CLIENTE						
ACTIVIDAD	SÍMBOLO					TIEMPO
	Operación	Traslado	Demora	Inspección	Almacenamiento	
Ingreso del Cliente	O	→	D	□	▼	5 minutos
SAC	O	→	D	□	▼	3 minutos
Firma del contrato y pago del Servicio	O	→	D	□	▼	5 minutos
Acceso al servicio	O	→	D	□	▼	1 minuto
TOTAL	4					14 minutos

Elaboración: Las Autoras.

Sistema de Cobro

Proceso: Este proceso lo puede realizar la secretaria-contable o el gerente, quienes al momento de firmar el contrato cobrarán el 70% como anticipo para la organización del evento, al finalizar el evento, las personas autorizadas deben cobrar el 30% restante y emitirán una factura al cliente.

Estos valores deben ser ingresados al sistema que llevará la contadora para cada vez que sea necesario emitir el respectivo balance.

FLUJOGRAMA DE OPERACION DEL SISTEMA DE COBRO**GRÁFICO N° 25**

Elaboración: Las Autoras.

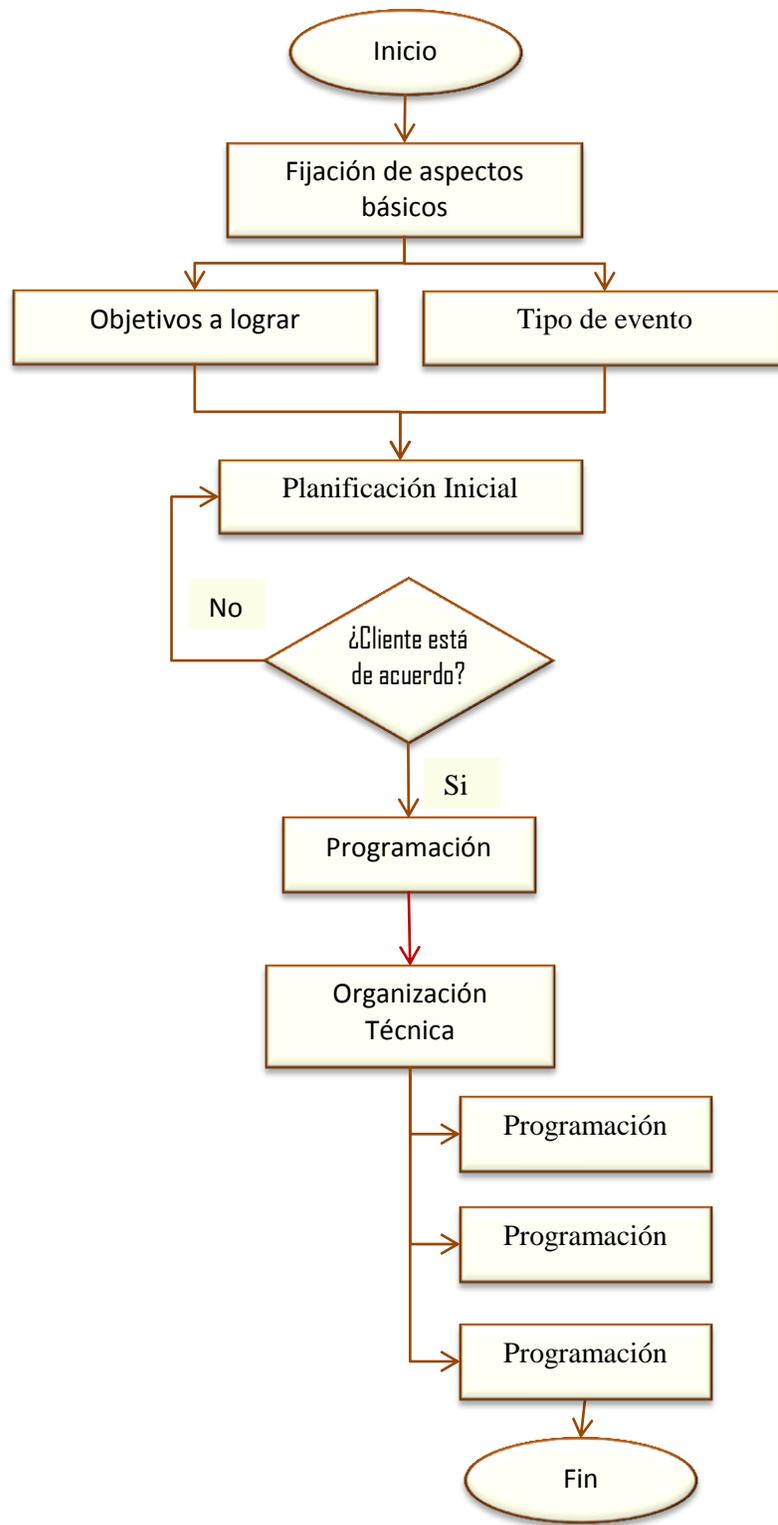
CUADRO N° 28

DIAGRAMA DEL SISTEMA DE COBRO						
ACTIVIDAD	SÍMBOLO					TIEMPO
	Operación	Traslado	Demora	Inspección	Almacenamiento	
Recepción factura	O	→	D	□	▼	6 minutos
Fecha cobro	O	→	D	□	▼	10 minutos
Registra anticipo	O	→	D	□	▼	8 minutos
Documento contable	O	→	D	□	▼	5 minutos
TOTAL	4					29 minutos

Organización y Ejecución

Proceso: Luego de realizada la venta del servicio se procederá a organizar de forma general el evento, tomando en cuenta la necesidad y tipo de evento a realizarse, entre ellos tenemos: lugar, comida, arreglos, entre otros.

**FLUJOGRAMA DE OPERACION ORGANIZACIÓN Y EJECUCION
GRÁFICO N° 26**



CUADRO N° 29

DIAGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y EJECUCION						
ACTIVIDAD	SÍMBOLO					TIEMPO
	Operación	Traslado	Demora	Inspección	Almacenamiento	
Aspectos básicos del evento	O	→	D	□	▼	25 minutos
Planificación inicial	O	→	D	□	▼	35 minutos
Programación	O	→	D	□	▼	30 minutos
Organización técnica	O	→	D	□	▼	30 minuto
TOTAL	4					2 HORAS

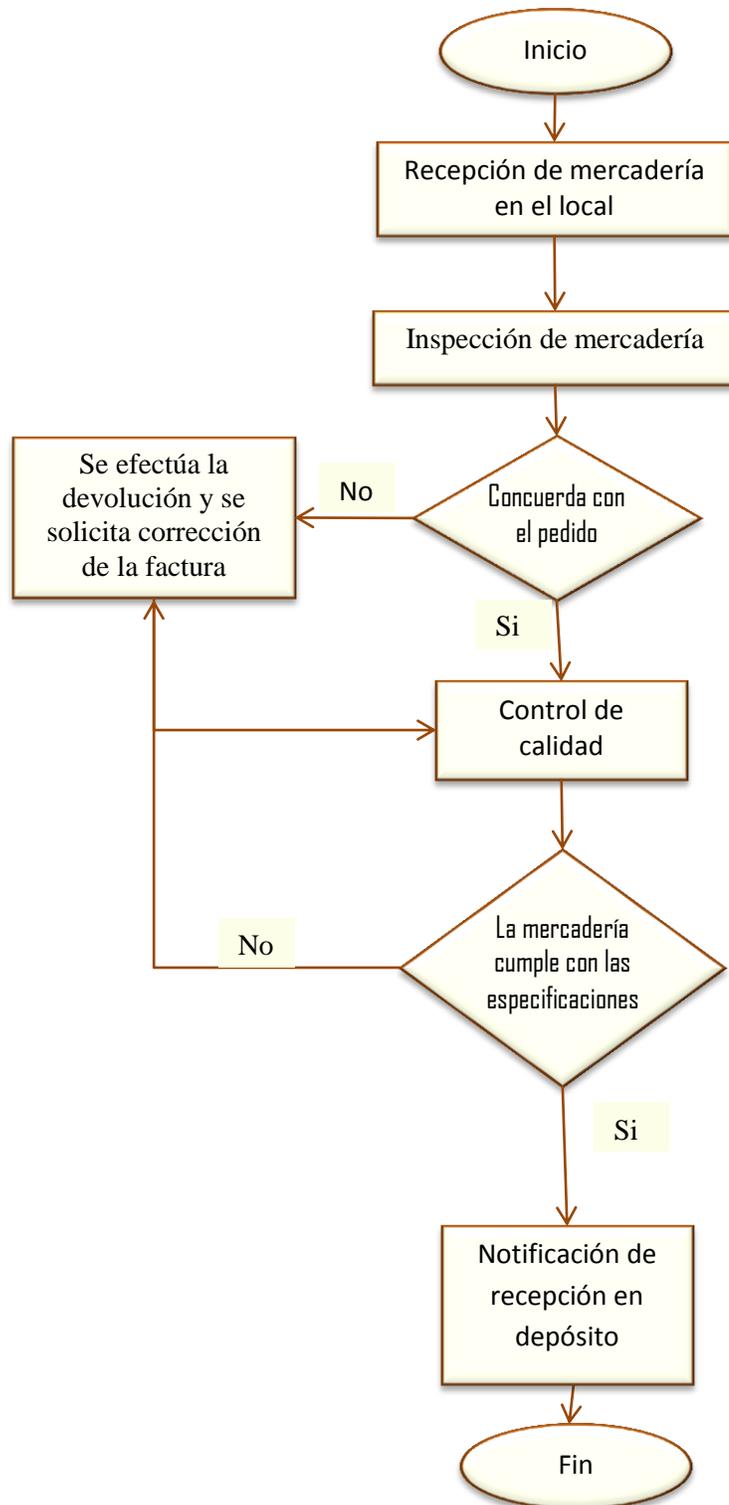
Recepción de mercadería

Proceso: Para el servicio de bar se procede a recibir la mercancía (licores y bebidas) en la nueva empresa, se inspecciona, controla y se notifica en recepción en bodega.

CUADRO N° 30

DIAGRAMA DE LA RECEPCIÓN DE MERCADERIA						
ACTIVIDAD	SÍMBOLO					TIEMPO
	Operación	Traslado	Demora	Inspección	Almacenamiento	
Recepción de mercadería(licores, bebidas)	O	→	D	□	▼	10 minutos
Inspección	O	→	D	□	▼	8 minutos
Control Calidad	O	→	D	□	▼	9 minutos
Mercancía aceptada	O	→	D	□	▼	5 minuto
TOTAL	4					32 minutos

FLUJOGRAMA DE OPERACION RECEPCION MERCADERIA GRÁFICO N° 27



3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.

Organización Legal

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

Misión

La empresa de servicios "GREETINGS" se dedicara a la organización y ejecución de convenciones y eventos sociales, acorde a los intereses de sus consumidores y clientes con calidad, creatividad y estilo.

Haremos de la excelencia nuestra principal arma competitiva.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado en la prestación de servicios de convenciones y eventos sociales siendo dinámicos, creativos e innovadores con el propósito de satisfacer las exigencias de nuestros clientes para así generar resultados positivos.

ACTA CONSTITUTIVA

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en el sedeen incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

**CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES “GREETINGS” EN
LA CIUDAD DE NUEVA LOJA CIA. LTDA.**

En la ciudad de Nueva Loja, Cantón y Provincia de Sucumbíos, República del Ecuador el día de hoy MIÉRCOLES TRES DE JUNIO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ante mí, Dra. Wilma Salazar Jaramillo, NOTARIA SEGUNDA DEL CANTON LAGO AGRIO, comparecen las señoras: MARIELA GEOCONDA QUERIDO CEVALLOS Y SONIA ADALIPZA ORTIZ SARMIENTO.-Todos los comparecientes manifiestan ser mayores de edad, ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Nueva Loja y sin impedimento legal para contratar y obligarse, a quienes de conocer DOY FE.- Me solicitan, eleve a escritura pública, el contenido de la siguiente minuta: SEÑOR NOTARIO: En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la compañía de responsabilidad limitada SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES “GREETINGS” EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA CIA. LTDA.

Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

Razón Social.

De acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley, se inicia la operación del servicio de convenciones y eventos sociales "GREETINGS" para la ciudad de Nueva Loja Cía. Ltda. Provincia del Sucumbíos, bajo la siguiente denominación.

Servicio de convenciones y eventos sociales "GREETINGS" en la ciudad de Nueva Loja Cía. Ltda.

DOMICILIO.- Provincia de Sucumbíos, ciudad Nueva Loja, cantón Lago Agrio.

OBJETO SOCIAL.- Servicio de convenciones y eventos sociales.

CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de CUATROCIENTOS DOLARES de los Estados Unidos de América (\$400) divididos en cuatrocientos participaciones de un dólar cada una, en las que estarán representadas por el certificado de adaptación correspondiente, de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que estará firmado por el Gerente y el Presidente de la Compañía.

TIEMPO DE DURACION.- El tiempo de duración será de 5 años a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el registro mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo

resolviera la Junta General de Socios en forma prevista en la Ley y en este estatuto.

EL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACION.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos de función: la Junta General de Socios, el Presidente y el Gerente.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

Niveles Jerárquicos.

La compañía de servicio de convenciones "GREETINGS" y eventos sociales se dedicara a la prestación de servicio de convenciones y eventos sociales y se fundamentara en la jerarquía de una empresa, conformada por los siguientes niveles:

Nivel Legislativo: Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios.

Nivel Ejecutivo: En este nivel se encuentra la gerencia que es el responsable del éxito o fracaso de una empresa. En la "Compañía de Servicio de convenciones y eventos sociales "GREETINGS" Cía. Ltda.", la gerencia la ocupara uno de los socios, quien será el encargado de dirigir y enfrentar los asuntos de la misma.

Nivel Asesor: En el nivel asesor se encuentra el Asesor Jurídico, el cual interviene en los asuntos legales de la empresa o en el centro de trabajo para la defensa de sus intereses. Su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa, y se contratará provisionalmente según las necesidades.

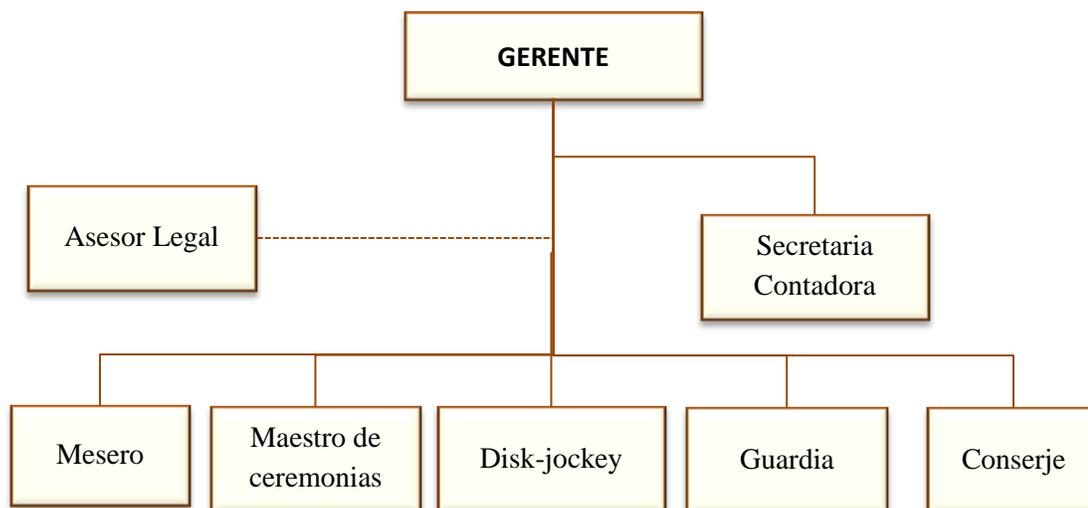
Nivel Auxiliar: Este nivel está conformado por una Secretaria- Contadora, es una unidad que corresponde al nivel auxiliar cuya función es atender a los clientes, recibir órdenes del gerente y llevar la contabilidad de la empresa.

Nivel Operativo: Lo integran los dependientes responsables de ejecutar las actividades básicas operativas, como:

- Meseros
- Maestro de ceremonias
- Disk-jockey
- Seguridad (guardia)
- Conserje

ORGANIGRAMAS.

Los organigramas son sinopsis o esquemas de la organización que son representadas en forma grafica en la estructura de la empresa que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y responsabilidad.

SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES**“GREETINGS”****ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL****GRÁFICO N° 28****ELABORADO POR:** Las Autoras

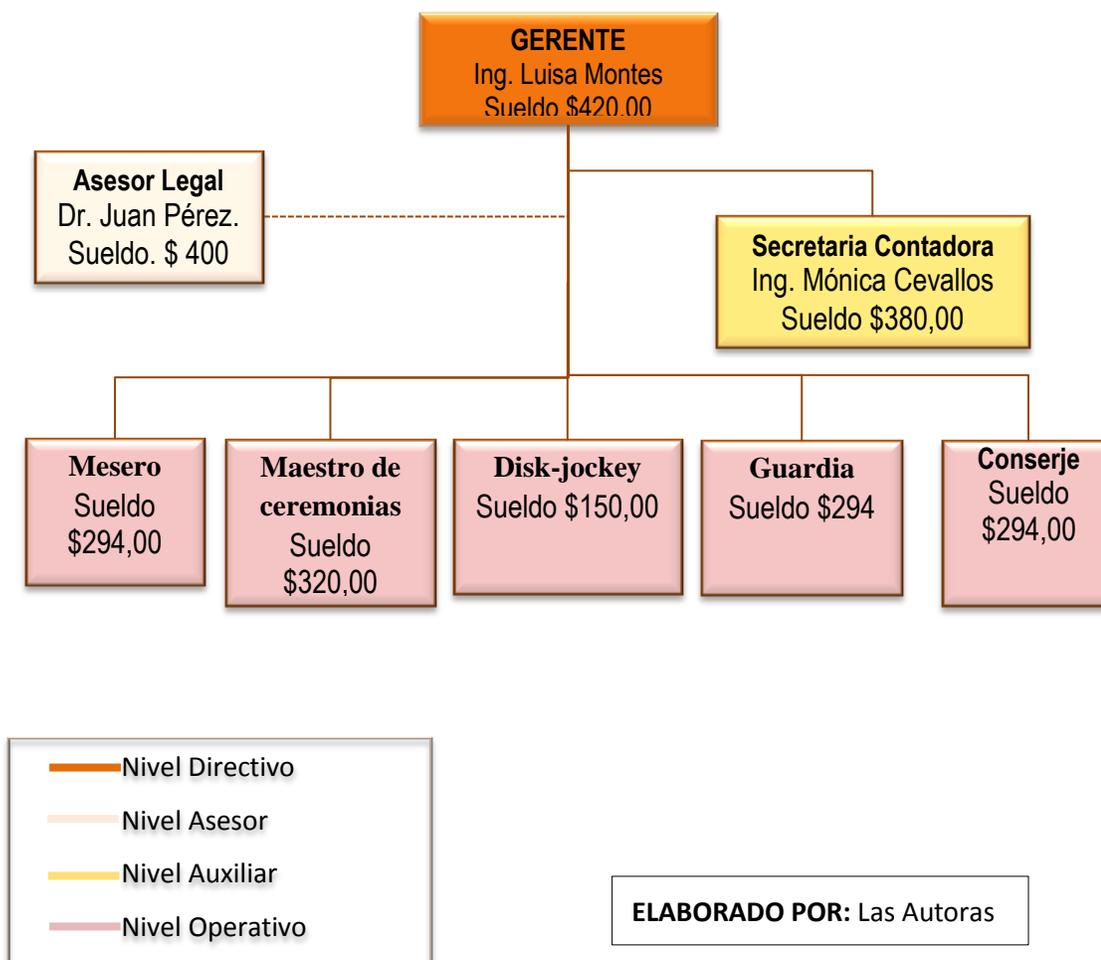
SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES

“GREETINGS”



Organigrama Posicional

GRÁFICO N° 29



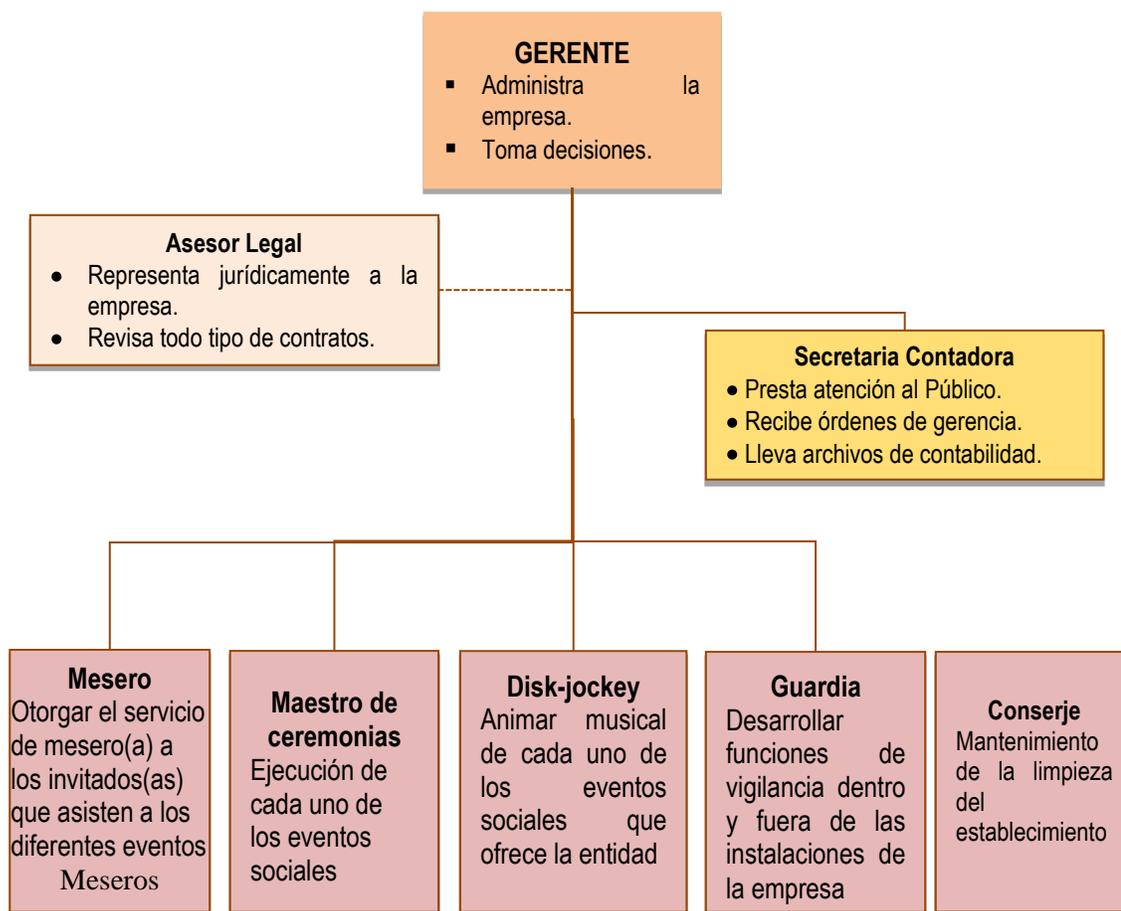
SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES

“GREETINGS”



Organigrama Funcional

GRÁFICO N° 30



ELABORADO POR: Las Autoras

MANUAL DE FUNCIONES.

Es una síntesis de las diferentes tareas específicas que realiza cada uno de los integrantes de la empresa, en sus diferentes puestos de trabajo, dando a conocer sus habilidades y destrezas para ser eficiente y eficaz en su cargo.

El Manual de Funciones está constituido de la siguiente manera:

- Código,
- Nombre del Puesto
- Dependencia
- Naturaleza de trabajo,
- Funciones básicas,
- Requisitos
- Responsabilidades

A continuación se presenta el Manual de Funciones para cada puesto que conforma el organigrama estructural de la empresa de servicio de convenciones y eventos sociales “GREETINGS”

SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES**“GREETINGS”****MANUAL DE FUNCIONES**

Código: 02

Nombre del Puesto: GERENTE.

Depende de: Junta General de Accionistas.

Naturaleza del Puesto: Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa, a fin de que se logre la consecución de los objetivos propuestos.

Funciones:

Representar judicial y extrajudicial a la empresa.

Organizar la Administración de la empresa y responsabilizarse de ella.

Cumplir y hacer cumplir a los socios las disposiciones emanadas de la Junta General.

Presentar un informe administrativo y los balances semestrales a la Junta de Accionistas.

Informar mensualmente el estado económico de la empresa.

Controlar que los empleados cumplan con los reglamentos, funciones y actividades asignadas.

Responder por los equipos a su cargo.

Requisitos:

Habilidad:

Educación: Título profesional de Ingeniero Comercial o Postgrado.

Experiencia: 4 años en funciones similares.

Iniciativa: Requiere criterio e iniciativa para planificar y dar prioridad en las tareas del puesto.

Responsabilidades:

Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.

Por materiales, productos y/o dinero: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado es superior a \$200 dólares pero inferior a \$1.000 dólares.

Por el Trabajo de otros: Controla y supervisa el trabajo de hasta 10 personas.

SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES**“GREETINGS”
MANUAL DE FUNCIONES****Código: 03****Nombre del Puesto:** Asesor Legal.**Depende de:** Gerencia.**Naturaleza del Puesto:** Asesorar en asuntos jurídicos a los miembros de la empresa para su buen funcionamiento.**Funciones:**

Resolver las consultas que requiera la gerencia, sobre los asuntos de carácter jurídico, relacionado con las actividades que se desarrollan en la empresa..

Revisar todos los contratos que celebre la empresa..

Asesorar, informar, preparar, proyectar en materia jurídica a los socios de la empresa .

Preparar reglamentos de personal.

Ejercer la defensa judicial de los intereses de la empresa

Intervenir como conciliador de problemas de manera extra judicial, en los que se encuentre comprometida la empresa.

Requisitos:**Educación:** Título Profesional de Abogado en Jurisprudencia o Doctor en Derecho..**Experiencia:** De 1 a 2 años en labores similares.**Iniciativa:** Requiere habilidad para resolver conflictos y tomar decisiones rápidas.**Responsabilidades:****Por equipo y maquinaria:** La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.**Por materiales, productos y/o dinero:** El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a \$10 dólares.**Por el Trabajo de otros:** Responde por su trabajo.

**SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
“GREETINGS”
MANUAL DE FUNCIONES**



Código: 04

Nombre del Puesto: Secretaria – Contadora.

Depende de: Gerencia.

Naturaleza del Puesto: Ejecución de labores de secretaría en apoyo a la gestión administrativa y contable de cada una de las direcciones o unidades.

Funciones:

Editar y documentar oficios, memorandos, y otros documentos similares.

Llevar la contabilidad al día, presentar balances y declaraciones de impuestos

Asistir a reuniones de trabajo.

Recibir, registrar, tramitar y controlar la correspondencia.

Tomar decisiones, realizar resúmenes de documentos.

Redactar comunicaciones externas e internas.

Atender al público, personal o telefónicamente.

Administrar el archivo de la empresa.

Requisitos:

Educación: Título de Doctora en contabilidad.

Experiencia: De 1 a 3 años en labores similares.

Iniciativa: Requiere solamente habilidad para ejecutar exactamente las órdenes recibidas de carácter rutinario.

Responsabilidades:

Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.

Por materiales, productos y/o dinero: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a \$10 dólares.

Por el Trabajo de otros: Responde por su trabajo.

**SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
“GREETINGS”
MANUAL DE FUNCIONES**



Código: 05

Nombre del Puesto: MAESTRO DE CEREMONIAS.

Depende de: Gerencia.

Naturaleza del Puesto: Ejecución de cada uno de los eventos sociales que ofrece la entidad.

Funciones:

Prepararse minuciosamente para la actividad.

Llegar a tiempo y verificar que todo este listo: podio, equipo de sonido, micrófono, luces, etc.

Empezar la reunión a la hora exacta.

Hacer las presentaciones debidas: Poner en contacto al público con los expositores y autoridades presentes.

Hacer que los presentes se sientan bienvenidos.

Llevar la agenda del programa al pie de la letra.

Controlar el uso del tiempo de los expositores.

Dar las gracias a todos por su asistencia; principalmente a los expositores, auspiciadores y público presente.

Terminar la reunión a la hora señalada..

Requisitos:

Educación: Carrera Técnica en Comunicación o Técnico en Locución.

Experiencia: De 1 a 2 años en labores similares.

Iniciativa: Requiere suficiente agilidad mental para asimilar los cambios o variaciones del programa, que casi siempre ocurren; así como saber a quiénes hacerle caso en esos cambios

Responsabilidades:

Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.

Por materiales, productos y/o dinero: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a \$10 dólares.

Por el Trabajo de otros: Responde por su trabajo.

**SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
“GREETINGS”
MANUAL DE FUNCIONES**



Código: 06

Nombre del Puesto: DISCK-JOCKEY

Depende de: Gerencia.

Naturaleza del Puesto: Animación musical de cada uno de los eventos sociales que ofrece la entidad.

Funciones:

Seleccionar la música apropiada para el evento

Ambientar y poner música en cada uno de lo eventos

Mantener el debido cuidado con lo equipos a su cargo

Requisitos:

Educación: Bachiller.

Experiencia: De 1 a 2 años en labores similares.

Iniciativa: Requiere conocimiento variado en temas musicales y relativos a elementos de sonido y luz, además de facilidad de trato con la gente

Responsabilidades:

Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.

Por materiales, productos y/o dinero: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a \$10 dólares.

Por el Trabajo de otros: Responde por su trabajo.

**SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
“GREETINGS”
MANUAL DE FUNCIONES**



Código: 07

Nombre del Puesto: MESERO

Depende de: Gerencia.

Naturaleza del Puesto: Otorgar el servicio de mesero(a) a los invitados(as) que asisten a los diferentes eventos, a través de proporcionar una atención amable y personalizada, con la finalidad de lograr en los comensales una estancia cordial..

Funciones:

Realizar el montaje de mesas y acondicionamiento de espacios a utilizarse en los eventos.

Auxiliar en el mantenimiento de los inmuebles, muebles y utensilios ocupados en los eventos

Elaborar el inventario de bebidas que se ofrecen en los eventos, a través de un registro en una base de datos, con la finalidad de tener un control de entradas y salidas de los mismos.

Requisitos:

Educación: Bachiller.

Experiencia: De 1 a 2 años en labores similares.

Iniciativa: Requiere conocimientos básicos en el montaje de una mesa, manejo de alimentos y bebidas, servicio de banquetes.

Responsabilidades:

Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.

Por materiales, productos y/o dinero: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a \$10 dólares.

Por el Trabajo de otros: Responde por su trabajo.

**SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
“GREETINGS”
MANUAL DE FUNCIONES**



Código: 08

Nombre del Puesto: GUARDIA

Depende de: Gerencia.

Naturaleza del Puesto: Cuidar el patrimonio de la empresa. Desarrollar funciones de vigilancia dentro y fuera de las instalaciones de la empresa.

Funciones:

Priódicamente efectuar recorridos por todas las instalaciones de la empresa.

Coordinar y dirigir el tránsito vehicular cuando se requiera

Traer exclusivamente durante el turno, el uniforme que los identifica como veladores, lo mismo que el equipo dotado para el desempeño de su trabajo.

Dar información que se solicite por parte de los asistentes a los eventos.

Requisitos:

Educación: Bachiller

Experiencia: De 1 a 2 años en labores similares.

Iniciativa: Requiere conocimientos básicos de seguridad y protección, defensa personal, relaciones humanas.

Responsabilidades:

Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.

Por materiales, productos y/o dinero: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a \$10 dólares.

Por el Trabajo de otros: Responde por su trabajo.

**SERVICIO DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES
“GREETINGS”
MANUAL DE FUNCIONES**



Código: 09

Nombre del Puesto: CONSERJE

Depende de: Gerencia.

Naturaleza del Puesto: Mantenimiento de la limpieza del centro general y otras disposiciones que se le ordene por parte de sus superiores..

Funciones:

Realizar el trabajo de limpieza de oficinas y el local de eventos.

Mantenimiento del orden y tareas asignadas

Colaborar con el personal de eventos según las circunstancias requeridas

Control de inventarios y bodega

Elaborar reportes cuando el caso lo amerite.

Cumplir con todas las demás disposiciones que sean emanadas de su superior

Realizar actividades compatibles con los servicios generales

Requisitos:

Educación: Bachiller

Experiencia: De 6 meses en labores similares.

Iniciativa: Requiere facilidad para laborar en grupo, honradez, tenacidad, disponibilidad para laborar en horarios variables.

Responsabilidades:

Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe.

Por materiales, productos y/o dinero: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a \$10 dólares.

Por el Trabajo de otros: Responde por su trabajo.

4. ESTUDIO FINANCIERO.

Aquí se demuestran lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tiene tres presupuestos ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

INVERSIONES.

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad. Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Activos Corrientes o Capital de Trabajo

ACTIVOS FIJOS.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, los mismos que están sujetos a depreciación, a excepción de terrenos.

Los activos fijos necesarios para el presente proyecto son los siguientes:

Maquinaria, Equipo y Herramientas

Está compuesto por los elementos necesarios para la prestación del servicio de convenciones y eventos sociales. Se detalla a continuación:

Cuadro Nro. 31
Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Nevera panorámica	2	1.200,00	2.400,00
Batidora industrial	1	60,00	60,00
Licuada industrial	1	75,00	75,00
Microondas WHIRPOOL 2 ½	1	120,00	120,00
Dispensador de agua completo	1	50,00	50,00
Basurero industrial	2	10,00	20,00
Disco móvil	1	1.200,00	1.200,00
Televisor plasma	1	1.100,00	1.100,00
Aire acondicionado	2	800,00	1.600,00
		TOTAL	6.625,00

Fuente: DITAO (Ver anexo N° 04)

Elaborado por: Las Autoras

Herramientas

Este rubro contempla las herramientas necesarias para brindar un buen servicio al cliente, a continuación se detalla:

**Cuadro Nro.32
Herramientas**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Charoles	20	15,00	300,00
Docenas de Copas y vasos de vidrio	20	20,00	400,00
Manteles y forros de sillas	200	3,00	600,00
Juego de cuchillos (6 u)	2	25,00	50,00
Franelas	50	0,50	25,00
Floreros	50	2,00	100,00
TOTAL			1.475,00

Fuente: Comercial Ramírez (ver Anexo N° 05)

Elaborado por: Las Autora

Equipo de Oficina

Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. Se detalla en el cuadro siguiente:

**Cuadro Nro. 33
Equipos de Oficina**

DETALLE	CANT	V.UNIT	V. TOTAL
Equipo Telefónico	1	135,00	135,00
Sumadora	1	70,00	70,00
Calculadora	2	50,00	100,00
TOTAL			305,00

Fuente: Comercial Ramírez (Ver anexo N° 06)

Elaborado por: Las Autoras

Muebles y Enseres

Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nro.34
Muebles Y Enseres**

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Estaciones de trabajo	2	250,00	500,00
Sillas giratorias	2	80,00	160,00
Archivadores	2	95,00	190,00
Sillas tapizadas	5	45,00	225,00
Anaqueles	1	250,00	250,00
Sillas de madera	250	20,00	5000,00
Mesas de madera	40	30,00	1200,00
Fuente: Comercial Ramírez (Ver anexo N° 07) Elaborado por: Las Autoras			TOTAL 7.525,00

Equipo de Computación

Constituye el equipo de cómputo necesario para la prestación del servicio. A continuación se detalla:

**Cuadro Nro. 35
Equipos de Computación**

DETALLE	CANT	V. UNIT	V.TOTAL
Computador HP L1710	2	850,00	1.700,00
Proyector Marca Infocus	1	800,00	800,00
Impresora multifunción LEXMARK HFD1	1	500,00	500,00
TOTAL			3.000,00

Fuente: Clínica del Computador REDYSAT (Ver anexo N° 08)

Elaborado por: Las Autoras

Vehículo

Constituye un elemento indispensable para la prestación del servicio, ya que en él se trasladará el equipo necesario para la ejecución de los eventos sociales.

Cuadro Nro.36
Vehículo

DETALLE	CANT.	V.UNITARIO	V. TOTAL
Vehículo TOYOTA 2011 4X2 a gasolina	1	30.000,00	30.000,00
TOTAL			30.000,00

Fuente: Importadora Tome bamba (Ver anexo N° 09)

Elaborado por: Las Autoras

ACTIVOS DIFERIDOS.

Se considera Activos Diferidos a todos los bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha del proyecto, que se realizan en gastos de organización e instalación, gastos de promoción de la empresa, capacitación del personal. Son sujetos amortización.

Cuadro Nro.37
Inversión en Activos Diferidos

RUBRO	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Patente	1	100,00	100,00
Reg. Sanitario	1	60,00	60,00
Permiso de Salud	1	50,00	50,00
Estudio Organizativo	1	150,00	150,00
Estudio Legal	1	200,00	200,00
Estudios Preliminares	1	1580,00	1580,00
Adecuación Local	1	200,00	200,00
TOTAL			2.340,00

Fuente: Municipio de Nueva Loja, Investigación de Campo.

Elaborado por: Las Autoras

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Este activo está constituido por valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los elementos necesarios para la operación normal del proyecto durante el primer mes de operaciones. A continuación se describe los gastos que representará el capital de trabajo.

Materia Prima Directa

La materia prima que interviene en el servicio de convenciones y eventos sociales son los licores y los menús que se ofrecerán a los invitados.

Respecto a los licores el presupuesto se lo hará considerando que este es un servicio adicional cuando quieren hacer uso de bebidas adicionales, para determinar el total de licores que se adquirirán a lo largo de los eventos se considera que generalmente la mayor parte de eventos en los que se solicita los licores son los de la noche, entonces, se estima que del total de eventos a realizarse (307 de acuerdo a la capacidad utilizada) la mitad harán uso del servicio, entonces $307/2 = 154$ eventos, además siempre se acostumbra entregar una botella por mesa, teniendo 32 mesas de acuerdo al estudio técnico. Entonces $154 \text{ eventos} * 32 \text{ mesas} = 4.928$ botellas de licor al año.

Para el servicio catering, se requiere invertir en la adquisición de los diferentes menús, para tal efecto se considera una proyección según la capacidad instalada y la demanda existente, según análisis de resultados del estudio

Técnico, entonces, 192 personas *307eventos anuales = 58.944 platos anuales, en promedio el costo del menú es de \$7,00 (ver anexo N° 10)

Bajo los estándares que la empresa se va a administrar, las materias primas seleccionadas serán de alta calidad, la empresa siempre se aprovisionará de materia prima en buen estado y que cumpla con los requerimientos de los clientes.

A continuación se detalla:

Cuadro Nro.38
MATERIA PRIMA DIRECTA PARA 307 EVENTOS EN EL AÑO

DETALLE	UND. MEDIDA	REQUERIMI. ANUAL	V. UNITARIO	COSTO TOTAL
Whisky	Lt.	4.928	12,00	59.136,00
Catering	Plato	58.944	7,00	412.608,00
COSTO TOTAL				471.744,00
COSTO MENSUAL				39.312,00

Fuente: Investigación Directa. (Anexo 10)

Elaborado por: Las Autoras

Mano de Obra Directa

Este rubro comprende los valores en los que se debe incurrir para el pago de los trabajadores que directamente prestan el servicio a los clientes, el valor requerido para el pago de mano de obra total durante el primer mes asciende a \$3.157,01, a continuación se detalla:

Cuadro Nro.39
INVERSIÓN EN SUELDOS OPERATIVOS

RUBROS / PRESUPUESTOS	Maestro de Ceremonias	Meseros(5)	Disk-jockey	Seguridad
Salario Básico Unificado	320,00	294,00	150,00	294,00
Décimo Tercero 1/12	26,67	24,50	12,50	24,50
Décimo Cuarto SBU. 1/12	26,67	24,50	12,50	24,50
Vacaciones 1/24	13,33	12,25	6,25	12,25
Aporte Patronal 11.15%	35,68	32,78	16,73	32,78
Aporte IECE 0,5%	1,60	1,47	0,75	1,47
Aporte CECAP 0,5%	1,60	1,47	0,75	1,47
Fondos de Reserva 1/12	26,67	24,50	12,50	24,50
Total a pagar (Por cada cargo)	452,21	415,47	211,98	415,47
Total Mensual	452,21	2.077,35	211,98	415,47
Total Anual	5.426,56	24.928,20	2.543,70	4.985,65
TOTAL COSTO SUELDOS OPERATIVOS				37.884,11

Fuente: Tabla salarial 2012, Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: Las Autoras

Costo de Producción. Resumen

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye materia prima, materiales Indirectos (en el presente caso no se han considerado materiales indirectos por cuanto se trata de la prestación de un servicio) y mano de obra directa; su monto asciende a \$42.469,01 mensuales.

Se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro Nro.40
RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR 1er AÑO
Materia prima directa	39.312,00	471.744,00
Materiales indirectos	-	-
Mano de obra directa	3.157,01	37.884,11
Total	42.469,01	509.628,11

Fuente: Cuadro N° 38 y 39

Elaboración: Los Autores.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Servicios Básicos

- **Energía Eléctrica.**

De acuerdo a las tarifas establecidas y proporcionadas por la Empresa Eléctrica, 0.16 dólares el Kw/H, se estima un consumo promedio mensual de energía de 1000.00 Kilowatios lo que ocasiona un costo mensual de \$ 160,00 dólares El costo anual representa \$ 1.920,00 dólares.

- **Agua Potable**

Se considera el consumo de agua potable de 60m³ mensuales a una tarifa de \$0,15, dando un total de \$9,00 mensuales. El costo anual representa \$ 108,00 dólares.

- **Servicio Telefónico**

Se estima que el consumo de servicio telefónico de 250 minutos a una tarifa de \$0,12 este valor asciende a \$30,00 mensuales, alcanzando un total de \$360,00 al año.

**Cuadro Nro. 41
SERVICIOS BASICOS**

DETALLE	CANT.	V.UNITARIO	V.TOTAL MENSUAL	V.TOTAL ANUAL
Energía Eléctrica	1000 W	0,16	160,00	1920,00
Agua Potable	60 M3	0,15	9,00	108,00
Servicio Telefónico	250Min.	0,12	30,00	360,00
TOTAL MENSUAL			199,00	2.388,00

Fuente: Empresa Eléctrica, Municipio Gobierno Autónomo Municipio Lago Agrio y CNT.

Elaborado por: Las Autoras

- **Materiales de Oficina**

Se estima que para material de oficina, esto es papel bond, facturas, etc. se incurrirá en un costo mensual de \$ 107,75 dólares. y \$1.293,00 dólares anuales

- **Útiles de Aseo.**

Se necesita de ciertos elementos para la limpieza diaria del local de recepciones, así como de la planta misma de producción en conjunto.

En lo referente a este rubro, existe ciertos elementos que tienen una larga duración como son las escobas por ejemplo, existen otros que son perecibles con su uso final, por tanto se estima este valor en \$130,00 dólares mensuales, \$1.560,00 dólares anuales.

- **Arriendos.**

El arriendo del local ubicado en sector Periférico, calles céntricas Av. Venezuela y Calle el Oro, el mismo tendrá un costo mensual de \$ 600,00 dólares. Por tanto el costo anual asciende a \$.7.200, 00 dólares.

**Cuadro Nro.42
MATERIALES DE OFICINA**

DETALLE	V.TOTAL MENSUAL	V.TOTAL ANUAL
Materiales de Oficina	107,75	1.293,00
Útiles de Aseo	130,00	1.560,00
Arriendos	600,00	7,200,00
TOTAL MENSUAL	837,75	10.053,00

Fuente: Papelería Steven, Comisariato Familiar y Persona Natural (Anexo 11.1/11.2/11.3)

Elaborado por: Las Autoras

- **Sueldos de Administración**

Se refieren a los sueldos para el personal que trabajara en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar. En este caso serían 3 personales administrativos la erogación mensual que se debe efectuar por este concepto asciende a \$1.546,01

**Cuadro Nro.43
SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN**

RUBROS / PRESUPUESTOS	Gerente	Secretaria-Contadora	Limpieza
Salario Básico Unificado	420,00	380,00	294,00
Décimo Tercero 1/12	35,00	31,67	24,50
Décimo Cuarto SBU. 1/12	35,00	31,67	24,50
Vacaciones 1/24	17,50	15,83	12,25
Aporte Patronal 11.15%	46,83	42,37	32,78
Aporte IECE 0,5%	2,10	1,90	1,47
Aporte SECAP 0,5%	2,10	1,90	1,47
Fondos de Reserva 1/12 (8,33%)	35,00	31,67	24,50
Total Mensual	593,53	537,01	415,47
Total Anual	7.122,36	6.444,12	4.985,64
TOTAL COSTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS			18.552,12

Fuente: Tabla salarial 2012, Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: Las Autoras

Gastos Administrativos Resumen

Constituyen los egresos en que incurre la empresa en su fase de operación, incluye remuneraciones al personal administrativo, material de oficina, material de limpieza y servicios básicos, etc., su monto mensual asciende a los \$2.582,76 Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro Nro.44
RESUMEN GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL	PAGO 1er AÑO
Sueldos de Adm.(3)	1.546,01	18.552,12
Servicio telefónico	30,00	360,00
Energía eléctrica	160,00	1920,00
Agua potable	9,00	108,00
Arriendos	600,00	7.200,00
Material de oficina	107,75	1.293,00
Útiles de aseo	130,00	1.560,00
Total	2.582,76	30.993,12

Fuente: Cuadro N°41/42/43

Elaborado por: Las Autoras

GASTOS DE VENTAS.

Se detalla los gastos correspondientes a publicidad, promoción y mantenimiento del vehículo, lo cual tiene por objeto dar a conocer los servicios que presta la empresa y por consiguiente incrementar el volumen de ventas.

Publicidad

La publicidad se realizará a través de dos emisoras de mayor frecuencia de la ciudad de Lago Agrio(Radio Sucumbíos 105.3 FM y Seducción 95.3 FM), en las cuales se pasaran cuñas radiales en horas de mayor sintonía (5 días a la semana, 5 pasadas diarias), cada cuña radial tiene un costo de \$1,50 dólares, entonces 5 días por \$1,50 da un total diario de \$7,50 por 5 días es igual a \$37,50 semanales; por cuatro semanas, alcanza un total de \$150,00 mensuales.

También se elaborarán 300 afiches los cuales tienen un costo de \$0,50 c/u; esto se lo hará en forma mensual, entonces al año este gasto asciende a \$1.800 mensuales.

Además se contratará espacios publicitarios en la prensa a un costo mensual de \$60,00 y se contratará publicidad por televisión local a un costo de \$160,00 dando un total de gasto en publicidad por de \$520,00 mensuales y \$6.240,00 al año. A continuación se detalla:

**Cuadro Nro.45
PRESUPUESTO PUBLICIDAD**

DETALLE	CANTIDAD	V. MENSUAL	V. ANUAL
Radio	1 Mes	150,00	1.800,00
Periódico	1 Mes	60,00	720,00
Tv Local	1 Mes	160,00	1.920,00
Afiches	300 (\$ 0,50)	150,00	1.800,00
TOTAL MENSUAL		520,00	6.240,00

Fuente: Anexos 11.4/11.5/11.6/11.7

Elaborado por: Las Autoras

Combustibles y Lubricantes.

Existirán eventos que los clientes soliciten que se realicen en lugares diferentes al local, por tal motivo se estima conveniente considerar los valores en los que se incurrirá producto del mantenimiento normal del vehículo. Por lo antes señalado se considera que en promedio se consumirá \$125,00 de combustible

mensual alcanzando total de \$1500,00 al año y respecto a los lubricantes se estima un valor de \$25,00 mensuales, y \$300,00 al año.

**Cuadro Nro.46
GASTOS DE VENTA RESUMEN**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO 1er AÑO
Publicidad	520,00	6.240,00
Combustibles y lubricantes	150,00	1.800,00
Total	670,00	8.040,00

Fuente: Cuadro N°45 y Anexo 11.8/11.9

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro Nro.47
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN.**

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO 1er AÑO
Materia prima directa	39.312,00	471.744,00
Mano de obra directa	3.157,01	37.884,11
Gastos de Administración	2.582,76	30.993,12
Gastos de venta	670,00	8.040,00
Total	45.721,77	548.661,24

Fuente: Cuadro N°40, 44 Y 46

Elaborado por: Las Autoras

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES DEL PROYECTO

A continuación se presenta el resumen de la inversión total, tanto en activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Cuadro Nro.48
RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES DEL PROYECTO

RUBRO	MONTO
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y Equipo	6.625,00
Herramientas	1.475,00
Equipo de Oficina	305,00
Muebles y Enseres	7.525,00
Equipo de computación	3.000,00
Vehículo	30.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	48.930,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Patente	100,00
Reg. Sanitario	60,00
Permiso de Salud	50,00
Estudio Organizativo	150,00
Estudio Legal	200,00
Estudios Preliminares	1.580,00
Adecuación Local	200,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.340,00
CAPITAL DE OPERACIÓN	
Materia Prima Directa	39.312,00
Mano de Obra Directa	3.157,01
Gastos Administrativos	2.582,76
Gastos de Venta	670,00
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	45.721,77
TOTAL INVERSIÓN	96.991,77

Fuente: Cuadro N°31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 y 47.

Elaborado por: Las Autoras

FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. El financiamiento de las inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto provendrán de dos fuentes: aporte de socios de la empresa y la solicitud de un crédito a una entidad Bancaria de la localidad de Nueva Loja.

El crédito a concederse tendrá un plazo de hasta 5 años, con una tasa de interés del 14.50% anual con una amortización anualizada. El monto a solicitar a la institución bancaria es de \$50.000 dólares americanos que constituyen el 51.55% de la inversión total. En el cuadro siguiente se puede observar el detalle del financiamiento.

**Cuadro Nro.49
FINANCIAMIENTO**

APORTES	VALOR	%
Crédito	50.000,00	51,55%
Aportes Socios	46.991,77	48,45%
TOTAL	96.991,77	100 %

Fuente: Coop. Ahorro y Crédito 29 Octubre Anexo (11.10)

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS DE COSTOS

a) Costo de Producción

Están calculados sobre la base del programa de producción que se ha determinado tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

Entre los elementos que conforman los costos de producción tenemos:

Costo primo

- **Materia prima directa.**- Para el primer año de operación tenemos un costo de \$471.744
- **Mano de obra directa.**- Esta constituida por la remuneración que debe pagarse al personal que realiza el proceso de producción. El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra asciende a \$37.884,11 dólares anual
- **Gastos de Fabricación.**- Lo constituyen los materiales indirectos y la depreciación de maquinaria y herramientas, en el presente caso no tenemos gastos indirectos por tal motivo en este rubro solo se consideran las depreciaciones cuyo valor asciende a \$1.309,50

DEPRECIACIONES

Los bienes que la empresa necesita para la operación normal de sus actividades, a medida que transcurre el tiempo de uso sufren un desgaste. La depreciación refleja la pérdida de valor de estos activos. La empresa contara

con diferentes tipos de activos, los cuales se depreciaran automáticamente. El método recomendado por la entidad de control tributario en el Ecuador, Servicio de Rentas Internas (SRI), es el método de depreciación en línea recta, que establece que el activo se desgasta en la misma cuantía durante todo el periodo de vida contable. Este método consiste en calculará la depreciación anual que no es otra cosa que dividir el costo inicial del activo para el periodo de vida útil que tenga eso multiplicando por el tiempo de uso ya transcurrido, permite obtener la depreciación acumulada. El valor en libros se lo obtiene restando el costo inicial del activo menos su depreciación acumulada.

En valores en libros solo se utiliza para fines contables, porque siempre existirán compradores dispuestos a pagar cierta cantidad por los activos depreciados en su totalidad pero que aun podrían ser utilizados. Es decir que se los puede comercializar en el mercado donde se requieran, con lo cual se obtendrá ingresos adicionales por la venta de estos activos.

Para la depreciación de los diferentes activos de la empresa se aplica los coeficientes que ha establecido el Sistema de Rentas Internas, son los siguientes:

- Inmuebles 5% anual, 20 años
- Maquinaria, equipos y muebles 10% anual, 10 años
- Equipo de computo 33% anual, 3 años
- Vehículo 20% anual, 5 años.

**Cuadro Nro.50
DEPRECIACIONES**

RUBRO	V/T	Vida Útil	Años				
			1	2	3	4	5
Vehículo	30.000,00	5	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Equipo de Oficina	305,00	10	27,45	27,45	27,45	27,45	27,45
Maquinaria y Equipo	6.625,00	10	596,25	596,25	596,25	596,25	596,25
Herramientas	1.475,00	10	132,75	132,75	132,75	132,75	132,75
Equipo de computo	3.000,00	3	666,63	666,63	666,63		
Muebles y Enseres	7.525,00	10	677,25	677,25	677,25	677,25	677,25
TOTAL	48.930,00		6.900,33	6.900,33	6.900,33	6.233,70	6.233,70

Fuente: Cuadro N° 48 (Ver anexo 12)

Elaborado por: Las Autoras

**Cuadro Nro.51
VALOR RESCATE**

RUBRO	V/T	Total Depreciación	Rescate
Vehículo	30.000,00	24.000,00	6.000,00
Equipo de Oficina	305,00	274,50	30,50
Maquinaria y Equipo	6.625,00	5.962,50	662,50
Equipo de computo	3.000,00	1.999,90	1.000,10
Herramientas	1.475,00	1.327,50	147,50
Muebles y Enseres	7.525,00	6.772,50	752,50
TOTAL	48.930,00	40.336,90	8.593,10

Fuente: Cuadro N° 50 (Ver anexo N° 12)

Elaborado por: Las Autoras

Puesto que el equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años que es menor al tiempo de vida útil del proyecto, se estima que debe reinvertirse en los mismos a partir del cuarto año de operación; para ello se estima que sus costos se incrementarán en un 35%, valor que asciende a \$4.050,00 de reinversión en

equipos de computo, con estos nuevos valores se procede a calcular la depreciación correspondiente, como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro Nro.52
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO PARA EL CUARTO Y QUINTO AÑO

AÑOS	VALOR ACTIVO	DEPRECIACION 33,33%	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR ACTUAL
0	4.050,00			4.050,00
1		899,95	899,95	3.150,05
2		899,95	1.799,91	2.250,09
3		899,95	2.699,86	1.350,14

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Las Autoras

Gastos Financieros.- Constituyen los intereses a pagar por el crédito obtenido, para el primer año este valor asciende a \$ 7.250,00; los valores correspondientes a los demás años se muestran en el cuadro correspondiente a la amortización del crédito.

Cuadro Nro.53

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
Capital: 50,000				
Interés: 14,50%		Dividendos: Anuales		
Pagos: 5 años				
Periodo	Capital	Interés	Dividendos	Saldos
0				50000
1	7.489,59	7.250,00	14.739,59	42.510,41
2	8.575,58	6.164,01	14.739,59	33.934,83
3	9.819,04	4.920,55	14.739,59	24.115,79
4	11.242,80	3.496,79	14.739,59	12.872,99
5	12.872,99	1.866,58	14.739,57	0,00
	50.000,00	23.697,93	73.697,93	

Fuente: Coop. Ahorro y Crédito 29 de Octubre (Ver Anexo N° 13)
Elaborado por: Las Autoras

El Monto mensual a pagar por intereses y capital asciende a \$14.739,59 aplicando método de cálculo de cuota fija.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Para determinar la rentabilidad que obtendrá el centro de convenciones y eventos sociales, es necesario determinar los costos totales en los que este incurrirá en el primer año de su funcionamiento, en cada uno de los eventos ofrecidos, lo cual nos permitirá determinar el precio unitario por evento.

Cuadro Nro.54

PRESUPUESTOS DE COSTOS PARA LOS CINCO AÑOS²⁰

RUBROS	1	2	3	4	5
Costo de Producción					
Mano de Obra Directa	37.884,11	39.918,49	42.062,11	44.320,84	46.700,87
Materia Prima Directa	471.744,00	497.265,35	524.167,41	552.524,86	582.416,46
Total costo primo	509.628,11	537.183,84	566.229,52	596.845,71	629.117,33
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Depreciación de herramientas	132,75	132,75	132,75	132,75	132,75
Depreciación de Maquinaria y Equipo	596,25	596,25	596,25	596,25	596,25
Depreciación de Muebles y enseres	580,50	580,50	580,50	580,50	580,50
Total carga proceso de fabricación	1.309,50	1.309,50	1.309,50	1.309,50	1.309,50
GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración					
Remuneraciones (Sueldos Adm.)	18.552,12	19.548,37	20.598,12	21.704,24	22.869,75
Servicio telefónico	360,00	379,48	400,01	421,65	444,46
Energía eléctrica	1.920,00	2.023,87	2.133,36	2.248,78	2.370,44
Agua potable	108,00	113,84	120,00	126,49	133,34
Arriendos	7.200,00	7.589,52	8.000,11	8.432,92	8.889,14
Material de oficina	1.293,00	1.362,95	1.436,69	1.514,41	1.596,34
Útiles de aseo	1.560,00	1.644,40	1.733,36	1.827,13	1.925,98
Deprec. de Equipo de Oficina	27,45	27,45	27,45	27,45	27,45
Deprec. De Muebles y Enseres	96,75	96,75	96,75	96,75	96,75
Deprec. Equipo de Computación	666,63	666,63	666,63	899,95	899,95
Total Gastos Administrativos	31.783,95	33.453,26	35.212,48	37.299,77	39.253,60
Gastos de Venta					
Publicidad	6.240,00	6.577,58	6.933,43	7.308,53	7.703,92
Combustible y Lubricantes	1.800,00	1.832,40	1.865,38	1.898,96	1.933,14
Deprec. de Vehículo	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Total Gastos de Venta	12.840,00	13.209,98	13.598,81	14.007,49	14.437,06
Gastos Financieros					
Intereses	7.250,00	6.164,01	4.920,55	3.496,79	1.866,58
Total Gastos Financieros	7.250,00	6.164,01	4.920,55	3.496,79	1.866,58
Otros gastos					
Amortización del Activo Diferid.	468,00	468,00	468,00	468,00	468,00
Total Otros Gastos	468,00	468,00	468,00	468,00	468,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	563.279,56	591.788,59	621.738,86	653.427,26	686.452,08

Fuente: Cuadro N° 40, 44, 46, 47, 50, 52, 53.

Elaborado por: Las Autoras

²⁰Para la proyección de los sueldos se tomó como referencia el Promedio de incremento salarial 5,37%; datos obtenidos del SIREM; mientras que para la proyección de los gastos tanto administrativos como de ventas se consideró el índice de Inflación del año 2011 5,41%, dato proporcionado por el BCE.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por el servicio para convenciones y eventos sociales.

Para los años siguientes o a partir del segundo año, el margen de utilidad se incrementará en un 2% anual. Y a fin de obtener el costo unitario por evento se toma los costos totales de producción de cada año (1-5) y se divide para el número de eventos promedio a realizar anualmente.

Los ingresos que se han considerado para el presente proyecto son aquellos que se derivan de la venta del servicio, reflejado en el valor que el cliente cancela por evento.

A continuación se presenta el cuadro de proyección de ingresos para la vida útil del proyecto.

Cuadro Nro.55
PROYECCIÓN DE INGRESOS

AÑO	PRODUCCIÓN TOTAL	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA POR EVENTO	INGRESO TOTAL
1	307	1834,79	25,50%	2.302,66	706.916,62
2	326	1815,30	27,50%	2.314,51	754.530,26
3	346	1796,93	29,50%	2.327,02	805.148,92
4	365	1790,21	31,50%	2.354,13	859.257,45
5	384	1787,64	33,50%	2.385,10	915.878,40

Fuente: Cuadro N° 25

Elaborado por: Las Autoras

Costo Total de Producción

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

Costo de Fabricación, Gastos de Administración, Gastos de venta, gastos Financieros y otros gastos especiales. Detallamos a continuación en el siguiente cuadro N° 63.

Cuadro Nro.56
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN, Resumen

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL	V. DEPREC. ANUAL	VALOR REAL
Costos de fabricación	509.628,11	1.309,50	510.937,61
Gastos de Administración	30.993,12	790,83	31.783,95
Gastos de venta	8.040,00	4.800,00	12.840,00
Gastos financieros	7.250,00		7.250,00
Otros Gastos (Act. Diferidos)	468,00		468,00
TOTAL			563.279,56

Fuente: Cuadro N° 54

Elaborado por: Las Autoras

$$CTP = CF + GA + GV + GF + OG$$

$$CTP = \text{COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN}$$

$$CFA = \text{COSTOS DE FABRICACIÓN}$$

$$GA = \text{GASTOS DE ADMINISTRACIÓN}$$

$$GV = \text{GASTOS DE VENTAS}$$

$$OG = \text{OTROS GASTOS}$$

$$GF = \text{GASTOS FINANCIEROS}$$

Sustituyendo:

$$CTP = CF + GA + GV + GF + OG$$

$$CTP = 510.937,61 + 31.783,95 + 12840,00 + 7250,00 + 468,00$$

$$CTP = 563.279,56$$

Costo Unitario de Producción

Posteriormente determinamos el costo unitario de producción, el cual resulta de la relación existente del costo total y el número de eventos realizados en un año, a continuación se muestra el detalle:

$$CUP = \frac{CTP}{N. EVENTOS REALIZADOS}$$

$$CUP = \frac{563.279,56}{307}$$

$$CUP = \$ 1.834,79 \text{ por evento}$$

$$CUP \text{ por persona} = \frac{\$ 1834,79}{192 \text{ personas}} = \$ 9,56 \text{ Por persona}$$

Establecimientos de Precios

Para establecer el precio de venta al público, por eventos a realizarse, inicialmente al costo le asignaremos un margen de utilidad del 25,5%, que permita prestar el servicio brindando utilidad a la empresa. Con esta estructura, el precio del producto se obtiene inicialmente de la siguiente manera:

Datos:

$$\text{Costos fijos} = CF = 51.851,45$$

$$\text{Costos Variables} = CV = 511.428,11$$

$$\text{Unidades Producidas} = UP = 307 \text{ eventos (192 personas x evento)}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = \%M = 25,5\%$$

Cálculos

$$\text{Costos Totales} = CF + CV = 563.279,56$$

$$\text{Costo Unitario por evento} = \frac{CT}{UP} = \frac{563.279,56}{307} = 1.834,79$$

$$\text{Costo Unitario por persona} = \text{Costo unitario por evento} / \# \text{ de personas} = \$9,56$$

$$\text{Margen de Utilidad} = CU * \%M = 467,87$$

$$\text{Precio de venta Unitario por evento} = CU + MU$$

$$= 1834,79 + 467,87 = 2.302,66$$

$$\text{Precio de venta Unitario por persona} = PVU_{\text{evento}} / \# \text{ personas} = 12,00$$

$$\text{VALOR TOTAL} = UP * PV = 307 * 2302,66 = \$706.916,62$$

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

INGRESOS	EGRESOS
Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.	Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros

Cuadro Nro.57
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	706.916,62	754.530,26	805.148,92	859.257,45	915.878,40
(-) Costo Total	563.279,56	591.788,59	621.738,86	653.427,26	686.452,08
(=) Utilidad Bruta Ventas	143.637,06	162.741,67	183.410,06	205.830,19	229.426,32
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	21.545,56	24.411,25	27.511,51	30.874,53	34.413,95
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	122.091,50	138.330,42	155.898,55	174.955,66	195.012,37
(-) 25% Impuesto a la renta	30.522,87	34.582,60	38.974,64	43.738,92	48.753,09
(=) Utilidad Liquida ejercicio	91.568,62	103.747,81	116.923,91	131.216,75	146.259,28
(-) 10% reserva Legal	9.156,86	10.374,78	11.692,39	13.121,67	14.625,93
(=) Utilidad Neta	82.411,76	93.373,03	105.231,52	118.095,07	131.633,35

Fuente: Cuadro N° 54-55

Elaborado por: Las Autoras

FLUJO NETO DE CAJA.

Para realizar la aplicación de los criterios de evaluación, se hace necesario previamente estimar los flujos de caja; el flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida

útil del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto.

**Cuadro Nro.58
FLUJO DE CAJA**

AÑOS / DETALLES	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	706.916,62	754.530,26	805.148,92	859.257,45	915.878,40
Valor Residual			1.000,10		6.000,00
TOTAL INGRESOS	706.916,62	754.530,26	806.149,02	859.257,45	921.878,40
EGRESOS					
Costo de Producción (***)	548.661,23	578.256,25	609.449,97	642.328,81	676.983,84
Reinversiones				4.050,00	
TOTAL EGRESOS	548.661,23	578.256,25	609.449,97	646.378,81	676.983,84
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	158.255,39	176.274,01	196.699,05	212.878,64	244.894,56
(-) 15% Utilidad Trabajadores	21.545,56	24.411,25	27.511,51	30.874,53	34.413,95
UTILIDAD ANT. IMPUESTO	136.709,83	151.862,76	169.187,54	182.004,11	210.480,61
(-) 25% Impuesto a la renta	30.522,87	34.582,60	38.974,64	43.738,92	48.753,09
UTILIDAD LIQUIDA	106.186,96	117.280,16	130.212,90	138.265,19	161.727,52
Amortización de Diferidos	468,00	468,00	468,00	468,00	468,00
Depreciaciones	6.900,33	6.900,33	6.900,33	7.133,65	7.133,65
UTILIDAD NETA	98.818,63	109.911,83	122.844,57	130.663,54	154.125,87
Amortización del Crédito	7.250,00	6.164,01	4.920,55	3.496,79	1.866,58
FUJO NETO DE CAJA	91.568,63	103.747,82	117.924,02	127.166,75	152.259,29

***NOTA: Costos originales menos depreciaciones y amortización act. Diferido y Crédito

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias

Elaborado por: Las Autoras

PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio se define como aquel nivel de producción en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, es aquel punto en el cual no se registra pérdidas ni ganancias o en donde el saldo neto es cero.

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1, 3 y 5 de vida útil del proyecto.

Cálculo del Punto de Equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio se deriva de la clasificación de los costos fijos y variables.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

Costos Fijos.-Son los que no sufren variación ante cualquier nivel de producción, su valor permanece constante.

Costos Variables.-Son los rubros que cambian según el volumen de producción requerido para el proceso.

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

Cuadro Nro.59
Costos Variables Costos Fijos

RUBROS	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables
Mano de Obra Directa		37.884,11		42.062,11		46.700,87
Materia Prima Directa		471.744,00		524.167,41		582.416,46
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Depreciación de herramientas	132,75		132,75		132,75	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	596,25		596,25		596,25	
Depreciación de Muebles y enseres	580,50		580,50		580,50	
GASTOS DE OPERACIÓN						
Gastos de Administración						
Remuneraciones (Sueldos Adm.)	18.552,12		20.598,12		22.869,75	
Servicio telefónico	360,00		400,01		444,46	
Energía eléctrica	1.920,00		2.133,36		2.370,44	
Agua potable	108,00		120,00		133,34	
Arriendos	7.200,00		8.000,11		8.889,14	
Material de oficina	1.293,00		1.436,69		1.596,34	
Útiles de aseo	1.560,00		1.733,36		1.925,98	
Deprec. de Equipo de Oficina	27,45		27,45		27,45	
Deprec. De Muebles y Enseres	96,75		96,75		96,75	
Deprec. Equipo de Computación	666,63		666,63		899,95	
Gastos de Venta						
Publicidad	6.240,00		6.933,43		7.703,92	
Combustible y Lubricantes		1.800,00		1.865,38		1.933,14
Deprec. de Vehículo	4.800,00		4.800,00		4.800,00	
Gastos Financieros						
Intereses	7.250,00		4.920,55		1.866,58	
Otros gastos						
Amortización del Activo Diferid.	468,00		468,00		468,00	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	51.851,45	511.428,11	53.643,96	568.094,90	55.401,61	631.050,47

Fuente: Cuadro N° 54

Elaborado por: Las Autoras

FORMULAS.**PE en función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS TOTALES}{TOTAL VENTAS - COSTOS VARIABLES} * 100$$

PE en función de los Ingresos (Ventas)

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

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑOS / DETALLES	1	3	5
Ventas o Ingresos	706916,62	805148,92	915878,4
Costo Variable	511.428,11	568.094,90	631.050,47
Costo Fijo	51.851,45	53.643,96	55.401,61
TOTAL DE COSTOS (CF+CV)	563.279,56	621.738,86	686.452,08
PE Capacidad Instalada	26,52	22,63	19,45
PE Función de Ventas	187.502,84	182.200,56	178.146,60

Fuente: Cuadro N° 58, 59

Elaborado por: Autoras

DATOS PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL**Aplicación de fórmulas****PE en función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{51.851,45}{706.916,62 - 511.428,11} * 100$$

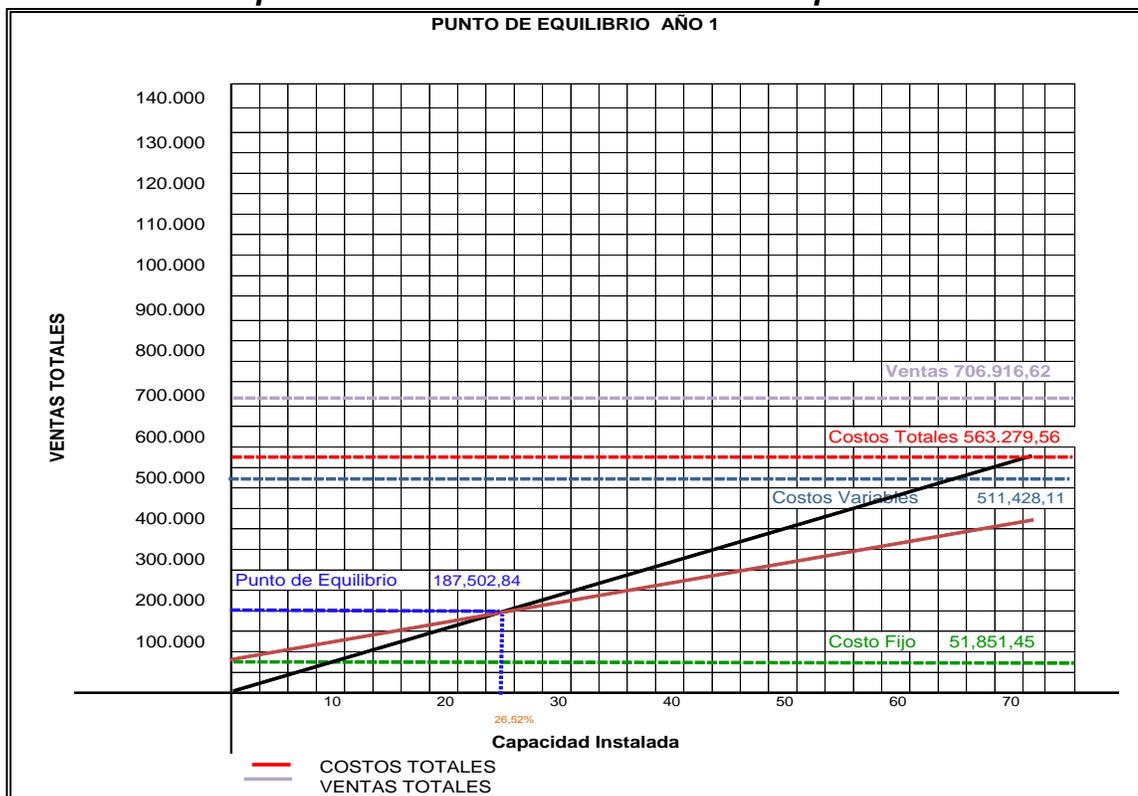
$$PE = 26,52\%$$

PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{51.851,45}{1 - \frac{511.428,11}{706.916,62}}$$

$$PE = 187.502,84$$

GRÁFICO N° 31
Representación Grafica del Punto de Equilibrio



Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 26,52%, y tiene unas ventas de \$187.502,84 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.

- Cuando la empresa trabaja con menos del 26,52% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a \$ 187.502,84 dólares, la empresa comienza a perder.
- Cuando la empresa trabaja más del 26,52% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a \$ 187.502,84 dólares, la empresa comenzará a ganar.

DATOS TERCER AÑO DE VIDA ÚTIL

Aplicación de fórmulas

PE en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{53.643,96}{805.148,92 - 568.094,90} * 100$$

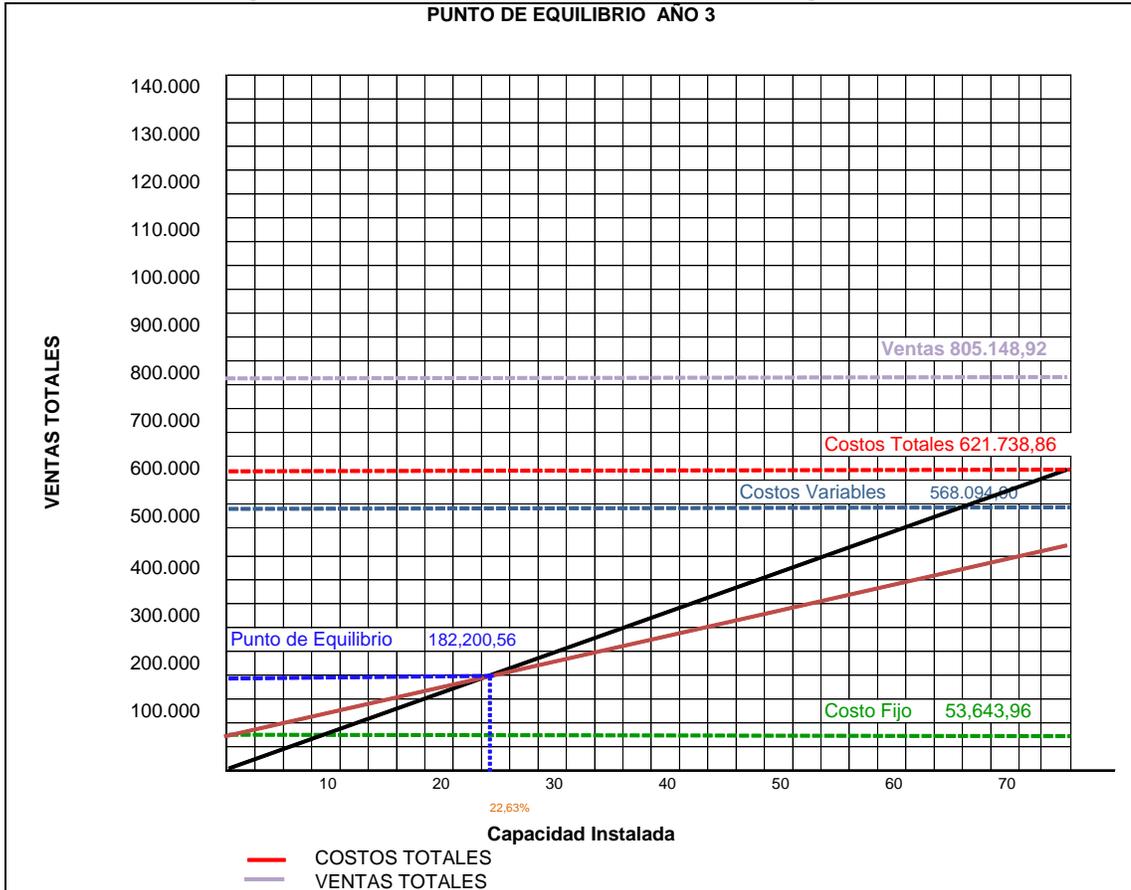
$$PE = 22,63\%$$

PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{53.643,96}{1 - \frac{568.094,90}{805.148,92}}$$

$$PE = 182.200,56$$

GRÁFICO Nº 32
Representación Grafica del Punto de Equilibrio



Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 22,63%, y tiene unas ventas de \$182.200,56 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- Cuando la empresa trabaja con menos del 22,63% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a \$ 182.200,56 dólares, la empresa comienza a perder.

- Cuando la empresa trabaja más del 22,63% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a \$ 182.200,56 dólares, la empresa comenzará a ganar.

DATOS QUINTO AÑO DE VIDA ÚTIL

Aplicación de fórmulas

PE en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{55.401,61}{915.878,40 - 631.050,47} * 100$$

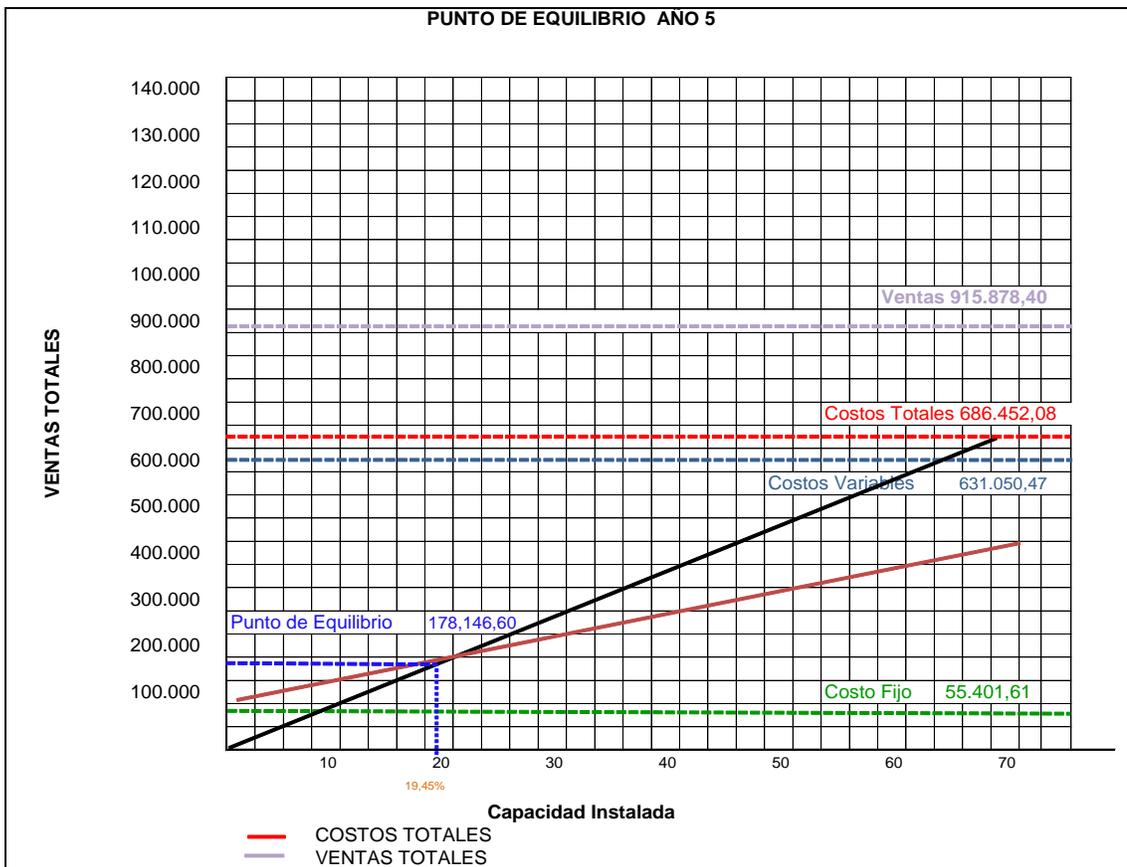
$$PE = 19,45\%$$

PE en función de los Ingresos (Ventas)

$$PE = \frac{55.401,61}{1 - \frac{631.050,47}{915.878,40}}$$

$$PE = 178.146,60$$

GRÁFICO Nº 33
Representación Grafica del Punto de Equilibrio



Análisis:

- El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 19,45%, y tiene unas ventas de \$178.146,60 dólares. En este punto la empresa ni gana ni pierde.
- Cuando la empresa trabaja con menos del 19,45% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son menores a \$ 178.146,60 dólares, la empresa comienza a perder.

- Cuando la empresa trabaja más del 19,45% de su capacidad instalada o cuando sus ventas son mayores a \$ 178.146,60 dólares, la empresa comenzará a ganar.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación financiera se refiere al análisis matemático a través de diferentes métodos o criterios de evaluación y decisión (VAN, TIR, RB/C, PRC, etc.) que permiten medir los costos y beneficios que el proyecto generara al finalizar el periodo de la vida útil del mismo y determinar con ello la rentabilidad o no del proyecto.

Valor Actual Neto (VAN).

Este criterio mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para obtener el VAN es necesario aplicar al Flujo Neta de Caja un factor de actualización.

Formula del Factor de Descuento O Actualización $FD = 1 \frac{1}{(1+i)^n}$

En donde:

FD = Factor de descuento o actualización.

i = Tasa de oportunidad.

n = Año al que corresponde el cálculo.

Criterios de decisión financiera del VAN

- Si el VAN es mayor a 1 = Se acepta el proyecto.
- Si el VAN es menor a 1 = Se rechaza el proyecto.
- Si el VAN es igual a 1 = Es indiferente.

**Cuadro Nro. 60
VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	Flujo Neto	Factor Actualización 14,50%	Valor Actual
0			
1	91.568,63	0,873362	79.972,60
2	103.747,82	0,762762	79.134,89
3	117.924,02	0,666168	78.557,17
4	127.166,75	0,581806	73.986,35
5	152.259,29	0,508127	77.367,11
Fuente: Cuadro N° 58 Elaborado por: Las Autoras			TOTAL
			389.018,11

VAN=sumatoria valor actualizado- inversión inicial

VAN=389.018,11 - 96.991,77

VAN= **292.026,34**

Se concluye según el cuadro que las sumatorias de los saldos de caja descontados a una tasa ponderada del 14,50% es mayor a uno, por lo tanto asumimos que el proyecto permite recuperar la inversión y exceder la rentabilidad exigida en **\$292.026,34** dólares. Por lo tanto la ejecución del proyecto es aconsejable.

Periodo de Recuperación de Capital.

Es una técnica que permite determinar el tiempo en que se va recuperar la inversión inicial, en este caso el capital invertido en el proyecto.

El criterio de evaluación financiera consiste en que si el periodo es menor a la vida útil del proyecto, este es aceptable, caso contrario el proyecto no es viable.

Cuadro Nro. 58
Periodo De Recuperación De Capital (PRC)

PERIODO	Inversión	Flujo Fondos Netos	Flujo acumulado
0			
1		91.568,62	
2	-96.991,77	103.747,81	195.316,44
3		117.924,01	313.240,46
4		127.166,75	440.407,20
5		152.259,28	592.666,49
Total		592.666,48	

Fuente: Cuadro N° 58

Elaborado por: Las Autoras

FORMULA PARA DETERMINAR EL PRC.

$$\text{PRI} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Suma de Flujos que supera la inversión} - \text{inversion}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$\text{PRI} = 2 + \frac{195.316,44 - 96.991,77}{103.747,81}$$

$$\text{PRI} = 2,95$$

$$\text{PRI} = 2 \text{ años}$$

$$\text{PRI} = 0,95 \times 12 = 11,40 \text{ meses}$$

$$\text{PRI} = 0,40 \times 30 = 12 \text{ día}$$

De acuerdo a los resultados, la inversión será recuperada en 2 años y 11 meses y un día este periodo es inferior al periodo de vida útil del proyecto, por lo tanto es viable.

Tasa Interna de Retorno. (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa de rentabilidad, se define como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, o también es la tasa con la que el valor presente de los egresos incluida la inversión, es igual al valor presente de los ingresos netos.

Criterio de Decisión Financiera de la TIR.

- Si la TIR es mayor al costo de oportunidad. Se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor al costo de oportunidad. Se rechaza el proyecto.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad. Es indiferente.

Cuadro Nro. 59
Tasa Interna De Retorno (TIR)

AÑOS	FLUJO	ACTUALIZACION			
		FACTOR	VAN <	FACTOR	VAN >
		102,00%		103,00%	
0	-96.991,77		-96.991,77		-96.991,77
1	91.568,63	0,4950	45.331,00	0,4926	45.107,70
2	103.747,82	0,2451	25.425,89	0,2427	25.176,01
3	117.924,02	0,1213	14.306,99	0,1195	14.096,59
4	127.166,75	0,0601	7.637,80	0,0589	7.488,41
5	152.259,29	0,0297	4.527,17	0,0290	4.416,76
			237,08		- 706,30

Fuente: Cuadro N° 58

Elaborado por: Las Autoras

FORMULA DE LA TIR.

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

$$TIR = 102 + 1 \times (237,08 / (237,08 - (-706,31)))$$

$$TIR = 102 + 0,25$$

$$TIR = 102,25\%$$

De acuerdo a los resultados obtenidos de la TIR que es mayor al costo de oportunidad del capital (14,50%), por lo tanto esto demuestra que el inversionista o dueño de las empresas puede implementar este proyecto hasta con una tasa del 102,25%% para el pago de intereses, sin obtener ni perdidas ni ganancias para la empresa.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC).

Esta técnica permite relacionar el ingreso actualizado con el costo actualizado, a fin de establecer la cantidad de beneficio obtenido por cada dólar invertido.

Criterio de Decisión Financiera de la TIR.

- Si la RBC es mayor a 1. El proyecto es rentable.
- Si la RBC es menor a 1. El proyecto no es rentable.
- Si la RBC es igual a 1. El proyecto es indiferente.

Cuadro Nro. 60
Relación Beneficio/Costo (Rb/C)

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	COSTO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 14,50%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACT. ACTUALIZ. 14.5%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	563.279,56	0,873362	491.947,22	706.916,62	0,873362	617.394,43
2	591.788,59	0,762762	451.393,83	754.530,26	0,762762	575.526,98
3	621.738,86	0,666168	414.182,32	805.148,92	0,666168	536.364,17
4	653.427,26	0,581806	380.167,77	859.257,45	0,581806	499.920,98
5	686.452,08	0,508127	348.805,07	915.878,40	0,508127	465.382,86
TOTAL			2.086.496,20			2.694.589,41

Fuente: Datos Propios

Elaborado por: Las Autoras

$$RB/C = \frac{2.694.589,41}{2.086.496,20}$$

$$RB/C = 1,29$$

De acuerdo a los resultados tenemos que por cada dólar invertido en el proyecto, este generara una ganancia de \$0,29 centavos de dólar.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una económica, esto es el aumento en 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 implementar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en un futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa como parámetros a un aumento del 5% en los costos y una disminución del 5% en los ingresos.

Criterio de Decisión Financiera del Coeficiente de Sensibilidad.

- Si el CS es mayor a 1. El proyecto es sensible ante cambios.
- Si el CS es menor a 1. El proyecto no es sensible ante cambios.
- Si el CS igual a 1. El proyecto es indiferente a cambios.

Cuadro Nro. 61

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 20 %								
PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	20,00%	ORIGINAL	NETO	42%	MENOR	43%	MAYOR
0						-96.991,77		-96.991,77
1	563.279,56	675.935,48	706.916,62	30.981,14	0,704225	21.817,71	0,699301	21.665,14
2	591.788,59	710.146,31	754.530,26	44.383,95	0,495933	22.011,48	0,489021	21.704,70
3	621.738,86	746.086,63	805.148,92	59.062,29	0,349249	20.627,44	0,341973	20.197,71
4	653.427,26	784.112,71	859.257,45	75.144,74	0,245950	18.481,84	0,239142	17.970,26
5	686.452,08	823.742,49	915.878,40	92.135,91	0,173204	15.958,32	0,167232	15.408,09
						1.905,02		-45,87

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 42 + 1,00 \left(\frac{1.905,02}{1.950,88} \right) = 42,98$$

Diferencias TIR =	<i>Tir Proyecto - Nueva Tir =</i>	102,25	-	42,98	59,27
Porcentaje de variación =	<i>Diferencia. Tir / Tir del proyecto=</i>	59,27	/	102,25	0,58
Sensibilidad =	<i>Porcentaje de variación / Nueva Tir=</i>	0,58	/	42,98	0,01

Cuadro Nro. 62

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 15,60%								
PERIODO	COSTO	INGRESO	INGRESO TOTAL	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	TOTAL	ORIGINAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	ORIGINAL	15,60%	NETO	42,00%	MENOR	43,00%	MAYOR
0						-		-
						96.991,77		96.991,77
1	563.279,56	706.916,62	596.637,63	33.358,06	0,704225	23.491,59	0,699301	23.327,32
2	591.788,59	754.530,26	636.823,54	45.034,95	0,495933	22.334,33	0,489021	22.023,06
3	621.738,86	805.148,92	679.545,69	57.806,83	0,349249	20.188,97	0,341973	19.768,38
4	653.427,26	859.257,45	725.213,29	71.786,03	0,245950	17.655,77	0,239142	17.167,05
5	686.452,08	915.878,40	773.001,37	86.549,29	0,173204	14.990,70	0,167232	14.473,83
						1.669,59		-232,14

$$NTIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 42 + 1,00 \left(\frac{1.669,59}{1.901,72} \right) = 42,88$$

Diferencias TIR = $Tir \text{ Proyecto} - Nueva Tir = 102,25 - 42,88 = 59,37$

Porcentaje de variación

= $\frac{Diferencia. Tir}{Tir \text{ del proyecto}} = \frac{59,37}{102,25} = 0,42$

Sensibilidad = $\frac{Porcentaje \text{ de variación}}{Nueva Tir} = \frac{0,42}{1,00} = 0,01$

El indicador de sensibilidad encontrado para el presente proyecto es menor a 1, por lo tanto el proyecto no es sensible al incremento en los Costos en un porcentaje del 20%, y la disminución en los ingresos en un 15,60%, demostrándose una vez más la rentabilidad del mismo.

g. DISCUSIÓN

El impacto económico que tiene la creación de empresas en la economía de una región es positivo, ya que permite la generación de nuevas fuentes de trabajo, atrayendo la inversión y dinamizando la economía.

La creación de la empresa “GREETINGS”, tiene como meta proporcionar a la ciudad de Nueva Loja una organización que brinde los servicios especializados respecto a la organización y ejecución de los eventos sociales y convenciones que la ciudadanía requiere, para tal fin se analizó la acogida que tendrá dicha empresa obteniendo resultados favorables, ya que la oferta existente en esta ciudad no cubre las expectativas de quienes requieren dichos servicios, puesto que no existen empresas dedicadas exclusivamente a la organización de eventos sociales y convenciones, por lo tanto la oferta no cubre la demanda de la ciudadanía de Nueva Loja.

Con los resultados obtenidos producto del estudio de mercado y conociendo la necesidad de la población se procedió al análisis de los requerimientos técnicos de la nueva unidad económica, en esta fase se abordó la capacidad instalada y utilizada de la empresa, su ubicación y procesos a seguir en la organización y ejecución de los eventos y convenciones, puntos clave que permitirán brindar un servicio ágil.

Para lograr tal cometido se plantea la necesidad de contratar personal, organizándolo de tal manera que permita brindar una atención de calidad a los clientes; de igual manera se abordó los fundamentos legales para constituir la empresa.

Toda iniciativa requiere de una inversión económica por ello se procedió al análisis de los requerimientos económicos, en esta fase se analizó cada una de las erogaciones que se debe efectuar para lograr la marcha del proyecto, así como las proyecciones de los ingresos a alcanzar producto de la venta del servicio, en este punto se obtuvo excelentes resultados, demostrando la factibilidad de la inversión a realizar.

Finalmente luego de efectuar el análisis de sensibilidad se demostró cuán atractiva es la inversión propuesta, la cual se resume en excelentes resultados económicos y sociales, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos se logrará una atractiva utilidad así como la generación de riqueza en la ciudad de Nueva Loja.

El factor clave que lleva al éxito de un proyecto son sus bases bien definidas, en el presente estudio se demuestra la solidez de la inversión por tal motivo se considera relevante su implementación.

h. CONCLUSIONES

Una vez concluido el presente trabajo se llegó a las siguientes conclusiones:

- El Estudio de Mercado desarrollado en la ciudad de Nueva Loja, arroja como resultado que el proyecto puede ejecutarse, ya que existe una demanda insatisfecha de 29.076 eventos y convenciones para el primer año de la vida útil del proyecto.
- Empresa “Greetings” estará ubicada en el sector Periférico de Nueva Loja, calles céntricas Av. Venezuela y Calle el Oro, lugar que reúne las condiciones necesarias para su adecuado funcionamiento.
- Con la dotación de todos los requerimientos de muebles y enseres, materiales y recursos humanos, así como de una adecuada organización de trabajo la nueva empresa tendrá una capacidad instalada de 384 eventos al año. Iniciando sus operaciones con el 80% de la misma hasta lograr posicionarse en el mercado y utilizar el 100% de su capacidad.
- Para su constitución legal la modalidad de Compañía de Responsabilidad Limitada, es la más recomendable debido a su inversión y número de socios.
- Para el adecuado funcionamiento de la empresa se requiere contratar a 11 personas, de las cuales tres, serán encargados de la parte

administrativa de la empresa y 8 se encargarán de la parte operativa, es decir serán quienes ejecutarán los eventos y convenciones que el cliente requiera.

- El proyecto requiere de una inversión inicial de \$96.991,77 y será financiado en un 48,45% de aporte de socios quienes aportarán \$46.991,77; el restante 51,55% que corresponde a \$50.000,00 se financiará mediante un crédito que se obtendrá en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre a una tasa de interés del 14,50% anual, cinco años plazo, recursos que permitirán la puesta en marcha del proyecto.
- La evaluación Financiera del proyecto presenta los siguientes resultados:
 - El VAN obtenido para el presente proyecto es de \$292.026,34, cifra que indica que el proyecto es conveniente ejecutarlo, por cuanto permite recuperar la inversión y exceder la rentabilidad exigida.
 - Si el proyecto se lo ejecuta de acuerdo a los lineamientos planteados por los investigadores, el tiempo que se requiere para recuperar la inversión es de 2 años 11 meses y 1 día, este periodo es inferior al periodo de vida útil del proyecto asegurando su patrimonio para luego obtener utilidades netas, por lo tanto es viable.

- La relación costo beneficio expresa que por cada dólar invertido en el proyecto, este generara una ganancia de \$0,29 centavos de dólar.
 - La TIR del proyecto es mayor al costo de oportunidad del capital (14,50%), por lo tanto esto demuestra que el inversionista puede implementar este proyecto hasta con una tasa del 102,25% para el pago de intereses, sin obtener ni perdidas ni ganancias para la empresa.
 - La empresa puede soportar un incremento del 20% de los costos y un 15,60% de disminución de sus ingresos, por lo tanto el proyecto no es sensible ante esta variación
- Finalmente tal como lo demuestran los indicadores financieros se comprueba que la ejecución del presente proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES.

Al término del trabajo de investigación creemos prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Es recomendable la implementación de la empresa de eventos y convenciones “GREETINGS”, por cuanto se ha demostrado ser rentable y que da apertura a implementar en lo posterior nuevos servicios y de esta manera satisfacer siempre las necesidades de los clientes y aumentar la rentabilidad de los inversionistas.
- Que se contrate personal que sea de la localidad, con la finalidad de contribuir a bajar el índice de desempleo existente en la ciudad y provincia de Sucumbíos, coadyuvando de esta manera al desarrollo socio económico.
- Brindar capacitación al personal en atención y servicio al cliente, con la finalidad de lograr la satisfacción del cliente respecto al servicio brindado.
- Que los accionistas de la empresa busquen el respaldo financiero bancario en el porcentaje indicado que facilite la implementación del proyecto.
- Considerando la demanda del servicio se presupueste a la mayor brevedad posible la compra de los respectivos implementos para el local de convenciones y eventos sociales.

- Realizar una campaña exhaustiva de promoción y publicidad a través de los medios de comunicación locales, así como también afiches, con la finalidad de tener una mayor cobertura en el mercado, y por ende captar la atención de los clientes.

j. BIBLIOGRAFIA.

Libros

1. CÓRDOVA Padilla. Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. Ecoe Ediciones. Año 2006.
2. Econ. Josefina Koch Tovar N° CEEB 192, MANUAL DEL EMPRESARIO EXITOSO
3. CHIAVENATO Edilberto, autor del libro "Iniciación a la Organización y Técnica Comercial"
4. BACA Urbina Gabriela, EVALUACION DE PROYECTOS 4 a. Edición.
5. FLORES Uribe Juan Antonio, PROYECTO DE INVERSION PARA LAS PYME.
6. MANCILLA Byron. "Plan Estratégico de para una empresa de Servicios Relacionados con eventos sociales" UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS.
7. MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos- Identificación, formulación y Evaluación.
8. RAMÍREZ Almaguer, VIDAL Marrero y Domínguez Rodríguez: "Etapas del Análisis de Factibilidad. *Compendio Bibliográfico*" en Contribuciones a la Economía, marzo 2009 en <http://www.eumed.net/ce/2009a/>
9. RAYMOND, W. Mack. Sociología y vida social. Raúl Fernández, Traductor unión tipográfica Editorial, Hispano-Americana. México 1,980. 243 p.

10. RODRIGUEZ V., Joaquín. Administración de Pequeñas y Medianas Empresas.
11. SAPAG Chain, PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS.
12. Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto"

Páginas Web Consultadas

1. <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
2. www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml
3. <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.htm>

k. ANEXOS.**ANEXO N°1****RESUMEN DE PROYECTO DE TESIS****a. TEMA****“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES “GREETINGS” EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA PROBLEMÁTICA”**

Las relaciones públicas y privadas se dan dentro de un marco de organización con personas que tienen cierto grado de afinidad, amistad o compromiso social en nuestro diario vivir por ser parte de la sociedad ya que somos invitados o protagonistas de eventos o compromisos sociales; estas actividades extraordinarias requieren tiempo, dedicación y esfuerzo por tratarse de ocasiones especiales, donde debemos regirnos a ciertas normas de protocolo según el evento, los cuales se desarrollan dentro de rituales o ceremonias como: bautizos, bodas, graduaciones, fiestas por acontecimientos importantes como cumpleaños, reconocimientos, aniversarios y otros. El mercado actual no satisface de manera amplia y profesional la demanda de servicios que se originan en la organización completa de un evento, donde el interesado reciba toda la asesoría, servicios y productos que requiera para realizar la actividad deseada de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias. Situación que se evidencia en el sector Urbano de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio de la Provincia de Sucumbíos, en esta ciudad existe la necesidad

urgente de plantear y crear una organización sólida y confiable que satisfaga a la sociedad en sus necesidades de esparcimiento diversión y elegancia, puesto que no existe suficiente competitividad en este ámbito y las infraestructuras ya existentes hasta la actualidad no son adecuadas y por ende no están acorde a las necesidades de los clientes, además no poseen garaje o están anexas a otros negocios como: hoteles, centros comerciales, agencias de turismo, etc.

Esto refleja la falta de visión empresarial existente en esta área, ya que por la modernización acelerada de esta ciudad no se consideró la necesidad de contar con este servicio tan prioritario dentro de la población, que anexo a la falta de capacitación de personal idóneo, avances tecnológicos e investigación de campo y manejo de finanzas, no han implementado la idea. Por lo tanto existe un amplio mercado por cubrir en Nueva Loja, considerada el epicentro del comercio de la capital de la Provincia, ya que existe suficiente población interesada en que brinden este servicio que a la falta los eventos lo realizan al aire libre expuestos al clima, salones de actos institucionales, domicilios, lugares deportivos, etc.

Por lo que se considera necesario el estudio del siguiente problema:

¿Será factible la creación una empresa especializada de servicios de convenciones y eventos sociales en la ciudad de Nueva Loja?

b. JUSTIFICACIÓN

Académica

Aplicar los conocimientos adquiridos para obtener el Título de Tercer Nivel de Educación Superior en la Carrera de Administración de Empresas, relacionando la teórica y práctica para ser un profesional de visión amplia a través de la realización de un “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa de Servicios de Convenciones y Eventos Sociales **“GREETINGS”** en la ciudad de Nueva Loja.”

Económica

Presentando alternativas de desarrollo para la ciudad de Nueva Loja que sean factibles y aplicables permitirá obtener un nivel de vida aceptable; suministrando suficientes elementos de juicio sobre los costos y beneficios del proyecto que estén relacionados principalmente sobre la satisfacción de necesidades de las personas.

Social

Crear fuentes de trabajo que favorece a la comunidad y sociedad en general por su carácter empresarial, donde resalte la convivencia de acuerdo con el tipo, frecuencia, estructura y clase de actividad que se presente, así mismo lograr la integración de los participantes, acompañantes, familiares según sus propias características sociales, económicas y culturales.

olítica

Cumplir con regímenes dictados por el Gobierno Ecuatoriano y leyes extranjeras de ser el caso, la cancelación de impuestos, tasas e intereses y otros que correspondan a la empresa. De esta manera el proyecto debe regirse de acuerdo a las disposiciones legales contenidas en el Código de Trabajo y del Comercio para operar con total normalidad.

c. OBJETIVOS**Objetivo General**

- ❖ Elaborar un Proyecto de Factibilidad, para determinar la creación de una Empresa de Servicios de Convenciones y Eventos Sociales “Greetings” en la ciudad de Nueva Loja

Objetivos Específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda satisfecha e insatisfecha, precios del servicio objeto de estudio.
- ❖ Precisar el estudio técnico que permita determinar los factores de localización y el tamaño del proyecto.
- ❖ Establecer una propuesta orgánica - funcional de la unidad operadora.
- ❖ Realizar el estudio económico y financiero donde se mida la rentabilidad del negocio aplicando indicadores de evaluación.

ANEXO N°2

FORMATOS TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
Carrera de Administración de Empresas

**Señor (a) (rta)**

Em calidad de Egresadas de La Universidad Nacional de Loja, Carrera de Administración de Empresas, y a fin de elaborar el Proyecto de Tesis, recurrimos a usted(s) para recabar información necesaria para el presente trabajo investigativo.

1. ¿Usted organiza convenciones u eventos sociales?

SI
NO

2. ¿Qué tipo de eventos o convenciones realiza usted?

Cumpleaños
Matrimonios
Reuniones
Otros

3. Indique el lugar que usted prefiere para realizar algún tipo de eventos o convenciones

Local de Eventos
Casa Propia
Lugares Públicos
Otros

4. **¿Por qué prefiere contratar los servicios de una empresa de eventos y convenciones?**

Comodidad
Buena atención a los invitados
Buen ambiente

5. **¿Con qué frecuencia realiza los eventos o convenciones en un local de eventos?**

Semanal
Mensual
Trimestral

6. **¿Cuáles son las empresas que le ofrecen este tipo de servicios en la ciudad de Nueva Loja?**

Hotel Gran Lago
Hotel La Cascada
Hotel Arazá
Hotel Lago Imperial
Hotel D' Mario

7. **¿Cuánto es el precio que usted gasta por persona para realizar un evento social?**

Entre \$10,00 a \$15,00
Entre \$16,00 a \$20,00
Entre \$21,00 a \$30,00

8. ¿Si se implementa una empresa de servicio para convenciones y eventos sociales en la ciudad de Nueva Loja que satisfaga sus requerimientos de eventos y convenciones estaría dispuesto a contratar este tipo sus servicios?

SI
NO

9. ¿Si se oferta estos servicios en las condiciones que satisfagan sus necesidades en la cantidad entre 10 a 20 dólares por persona, cree usted que el precio es?

Económico
Justo
Elevado

10. ¿En qué lugar de la ciudad de Nueva Loja le gustaría que se ubicara la Nueva Empresa?

Sector Norte
Sector Sur
Sector periférico

11. ¿Por qué medio de información le gustaría que le conocer acerca de los servicios que ofrece la nueva empresa?

Radio
Televisión
Prensa
Afiches
Vallas publicitarias
Otros

¡¡¡Gracias por su colaboración!!!

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENTREVISTA A LA COMPETENCIA DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA

1. **¿Qué convención u evento social es el que más solicitan en su empresa?**

2. **¿Cuántas veces al mes realiza en su local eventos o convenciones?**

3. **¿Usted considera que las empresas existentes en la ciudad de Nueva Loja cubren la demanda?**

ANEXO N°3

TASA DE CRECIMIENTO DE LOCALES DE EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA

Para determinar la tasa de crecimiento de locales que ofrecen el servicio de eventos sociales en la ciudad de Nueva Loja se acudió a la Cámara de Turismo, donde se obtuvo la siguiente información:

 MINISTERIO DE TURISMO	DIRECCIÓN TÉCNICA PROVINCIAL DE SUCUMBIOS	 ecuador armamos la vida									
Lago Agrio, 17 de julio de 2012											
<p>Sra. Sonia Ortiz ESTUDIANTE UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Presente.-</p>											
<p>De mi consideración:</p>											
<p>En referencia al oficio con fecha 16 de julio de 2012, solicitud de información referente a empresas que brinden servicios de convenciones y eventos sociales en el cantón Lago Agrio en los años 2010, 2011 y 2012, datos requeridos para la elaboración del proyecto de factibilidad de creación de una empresa de servicios de convenciones y eventos sociales en la ciudad de Nueva Loja, al respecto informo lo siguiente lo siguiente:</p>											
<p>El Ministerio de Turismo no registra en el Catastro Turístico establecimientos con ACTIVIDAD TURÍSTICA: INTERMEDIACIÓN como:</p>											
<ul style="list-style-type: none"> • CENTROS DE CONVENCIONES • SALAS DE RECEPCIONES Y BANQUETES • ORGANIZADORES DE EVENTOS, CONGRESOS Y CONVENCIONES 											
<p>Es importante mencionar que en el cantón Lago Agrio existen establecimientos de alojamiento que ofertan como servicio complementario salas de reuniones o uso múltiple. Servicios que se brindan en los siguientes establecimientos:</p>											
<ul style="list-style-type: none"> • HOTEL LA CASCADA • HOTEL GRAN DE LAGO • HOTEL ARAZA • HOTEL EL COFAN • HOTEL D' MARIO • HOTEL LAGO IMPERIAL • HOTEL RESIDENCIA GRAN COLOMBIA • HOSTAL SHALOM • HOSTAL RESIDENCIA CUYABENO 											
<p>Durante los años 2010, 2011 y junio 2012 el Ministerio de Turismo registró el siguiente número de establecimientos de alojamiento, tipo pensiones y Hostales Residencia en el cantón Lago Agrio, los mismos que ofrecen servicios de salas de reuniones o uso múltiple</p>											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">AÑOS</th> </tr> <tr> <th>2010</th> <th>2011</th> <th>2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> </tbody> </table>			AÑOS			2010	2011	2012	2	2	5
AÑOS											
2010	2011	2012									
2	2	5									
<p>Es todo cuanto podemos informar conforme a los datos registrados en el Catastro turístico de la provincia de Sucumbios.</p>											
<p>Atentamente</p>											
  Lcdo. Fernando Klínger DIRECTOR PROVINCIAL DE TURISMO											

Con estos datos se procede a aplicar la fórmula del Método Geométrico para determinar la Tasa de crecimiento:

Fórmula:

$$r = \frac{Vf}{Vi}^{\frac{1}{n-1}} - 1$$

Donde:

r= tasa de crecimiento

Vf= Es el valor final de la serie

Vi= Es el valor inicial de la serie

n= número de Observaciones

Remplazando:

$$r = \frac{5}{2}^{\frac{1}{3-1}} - 1$$

$$r = 2,5^{\frac{1}{2}} - 1$$

$$r = 1,5811 - 1$$

$$r = 0,5811 * 100$$

$$r = 58,11\%$$

ANEXO N°4



AÑAZCO OCHOA TARQUINO ILDEFONSO

Dir: B. 9 de Octubre Manabí 1503 y Eloy Alfaro * Telf: 062 830 - 107

NUEVA LOJA - SUCUMBIOS - ECUADOR

RUC: 0700128804001		PROFORMA		C000031	
CLIENTE				RUC:	
CONVENCIONES Y EVENTOS SOC. "GREETINGS"				2100031422001	
DIRECCIÓN		TELF.:	FORMA DE PAGO		
AV. VENEZUELA Y CALLE EL ORO		2831155	CREDITO <input type="checkbox"/> CONTADO <input type="checkbox"/>		
CIUDAD Y FECHA DE EMISIÓN			GUIA DE REM N°	VENCE	
LAGO AGRIO 01 DE MARZO 2012				_____ DIAS	
CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL		
2	NEVERA PANDORA 16" ECASA	107,14	2142,86		
1	BATIDORA INDUSTRIAL	53,57	53,57		
1	LICUADORA INDUSTRIAL	66,96	66,96		
1	MICROONDAS WHIRLPOOL 2 1/2"	107,14	107,14		
1	DISPENSADOR AGUA BOTELLON	44,64	44,64		
2	BASURERO INDUSTRIAL METALICO	17,86	17,86		
1	DISCO MODUL PORTATIL C/FLASH	1071,43	1071,43		
1	TELEVISOR PLASMA 21" OLG	982,14	982,14		
2	AIRE ACONDICIONADO OLG	714,28	1428,57		
Son: Seis mil seiscientos veintiocho		SUB-TOTAL		5915,18	
dolares + x x x		IVA 12 %		709,82	
		IVA %			
		TOTAL		6625,00	


 RUC: 0700128804001
 TARQUINO ILDEFONSO AÑAZCO OCHOA
 Dirección: Manabí 1503 y Eloy Alfaro Telf: 2830 - 107
 Lago Agrio - Sucumbios - Ecuador

ANEXO N°5



Comercial Ramirez
ELECTRODOMESTICOS PARA SU HOGAR



Ramírez Loayza Carlos Alberto
RUC. 0702862038001

PROFORMA
N° 0003089

Calle Jorge Añazco N° 316 y 12 de Febrero (Junto al cuerpo de bomberos)
Telf. 062-830-269 Cel. 092-445-482
LAGO AGRIO - SUCUMBIOS - ECUADOR

Cliente: *Comunicaciones y Eventos Sociales "GREETINGS"*
RUC. / CI. *2100031422* Telf. *2831155* G. Remi. _____
Dirección: *Av. Venezuela y Calle 88 ON*
Lago Agrio, *01* de *Marzo* del 20*12*

CANT.	DESCRIPCION	MODELO	MARCA	V. UNIT.	V. TOTAL
20	<i>Chaudes sellados 15"</i>	<i>S/N</i>	<i>-</i>	<i>13,39</i>	<i>267,86</i>
20	<i>Pocetas vaso vidrio</i>	<i>S/N</i>	<i>-</i>	<i>17,86</i>	<i>357,14</i>
200	<i>Mantales y sillas</i>	<i>S/N</i>	<i>-</i>	<i>2,68</i>	<i>535,71</i>
2	<i>Fuegos cuclillos 6/1.</i>	<i>S/N</i>	<i>Tamantua</i>	<i>22,32</i>	<i>44,64</i>
50	<i>Franelas cuadradas</i>	<i>S/N</i>	<i>-</i>	<i>0,45</i>	<i>22,32</i>
50	<i>Floreros vidrio peg.</i>	<i>S/N</i>	<i>-</i>	<i>1,79</i>	<i>89,29</i>

VALIDO POR 15 DIAS

Observación: _____

Nota: Salida la mercadería a satisfacción del cliente, no aceptamos devoluciones

SUBTOTAL *1316,96*

DESCUENTO *-*

I.V.A. 12 % *158,04*

TOTAL \$ *1475⁰⁰*


 F. Cliente


 F. Autorizada

ENTRADA *-*

CUOTAS *-*

TOTAL \$ *1475⁰⁰*

ORIGINAL ADQUIRENTE COPIA EMISOR

Imp. Núñez - Emisión 3001 al 3500

ANEXO N°6



Comercial Ramirez
ELECTRODOMESTICOS PARA SU HOGAR



Calle Jorge Añazco N° 316
y 12 de Febrero
(Junto al cuerpo de bomberos)
Telf. 062-830-269
Cel. 092-445-482
LAGO AGRIO - SUCUMBIOS - ECUADOR

Ramirez Loayza Carlos Alberto
RUC. 0702862038001

PROFORMA
N° 0003091

Cliente: Convenciones y Eventos Sociales "GREETINGS"
 RUC. / CI. 2100031422 Telf. 2831155 G. Remi.
 Dirección: Av. Venezuela y calle El Oro
 Lago Agrio, 01 de marzo del 2012

CANT.	DESCRIPCION	MODELO	MARCA	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Equipo Telefónico	2928	DLG	120,54	120,54
1	Sumadora	LX	CASIO	62,50	62,50
2	calculadora	Fx-82	CASIO	44,64	89,29

VALIDO POR 15 DIAS	SUBTOTAL <u>272,32</u>
Observación:.....	DESCUENTO
.....	I.V.A. 12 % <u>32,68</u>
<i>Nota: Salida la mercadería a satisfacción del cliente, no aceptamos devoluciones</i>	TOTAL \$ <u>305,00</u>
 F. Cliente	ENTRADA
	CUOTAS
	TOTAL \$ <u>305,00</u>

ORIGINAL ADQUIRENTE COPIA EMISOR
Imp. Núñez - Emisión 3001 al 3500

ANEXO N°7



Comercial Ramirez
ELECTRODOMESTICOS PARA SU HOGAR



Calle Jorge Añazco N° 316
y 12 de Febrero
(Junto al cuerpo de bomberos)
Telf. 062-830-269
Cel. 092-445-482
LAGO AGRIO - SUCUMBIOS - ECUADOR

Ramirez Loayza Carlos Alberto
RUC. 0702862038001

PROFORMA
N° 0003090

Cliente: Comunicaciones y Escuela Sociales "Grotosays"
 RUC. / CI. 9100031422 Telf. 2831155 G. Remi. _____
 Dirección: Av. Venezuela y Calle El Oro
 Lago Agrio, el 20 de marzo del 2012

CANT.	DESCRIPCION	MODELO	MARCA	V. UNIT.	V. TOTAL
2	Estaciones de trabajo		ATU	223,21	446,43
2	Sillas giratorias		ATU	71,43	142,86
2	Archivadores		ATU	84,82	169,64
5	Sillas tapizadas		ATU	40,18	200,89
1	Araquel		ATU	223,21	223,21
20	Sillas madera		COLONIAL	17,86	4464,29
40	Mesas madera		COLONIAL	26,79	1071,43

VALIDO POR 15 DIAS Observación: _____ Nota: Salida la mercadería a satisfacción del cliente, no aceptamos devoluciones	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">SUBTOTAL</td> <td style="text-align: right;">6718,75</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">DESCUENTO</td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">I.V.A. 12 %</td> <td style="text-align: right;">806,25</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">TOTAL \$</td> <td style="text-align: right;">7525,00</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">ENTRADA</td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">CUOTAS</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>TOTAL \$</td> <td style="text-align: right;">7525,00</td> </tr> </table>	SUBTOTAL	6718,75	DESCUENTO		I.V.A. 12 %	806,25	TOTAL \$	7525,00	ENTRADA		CUOTAS		TOTAL \$	7525,00
SUBTOTAL	6718,75														
DESCUENTO															
I.V.A. 12 %	806,25														
TOTAL \$	7525,00														
ENTRADA															
CUOTAS															
TOTAL \$	7525,00														

F. Cliente _____
F. Autorizada _____

ORIGINAL ADQUIRENTE COPIA EMISOR
Imp. Nuñez - Emisión 3001 al 3500

ANEXO N°8

CLINICA DEL COMPUTADOR

RedyS@t

Sotomayor Salas Carlos Manuel
 RUC: 1103643241001
 Dirección: Av. Spencer N° 05 y Galápagos
 Teléfono: 062834-590 / 086103-890

Nueva Loja 7 Junio 2012

PROFORMA

Sres
 CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"
 Av. Venezuela y calle el Oro
 RUC: 2100031422001
 Teléfono: 062831155

De mi consideración:

Me permito detallar proforma solicitada sobre Equipos de Computación que detallo a continuación:

DETALLE DEL EQUIPO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador HP L1710	2	850.00	1700
Proyector Marca INFOCUS	1	800.00	800
Impresora multifunción LEXMARK HFD1	1	500.00	500
Total			\$3.000

Nota: Estos precios incluyen IVA, tienen vigencia 6 meses contados a partir de la fecha de emisión de la proforma.

CLINICA DEL COMPUTADOR
RedyS@t
 RUC: 1103643241001
 LAGO AGRIJO - Av. Golfo y Circunvalación

 PROPIETARIO

ANEXO N°9

PROFORMA DE VEHICULOS TOYOTA N° 000079815

Agencia CUENCA

CUENCA, Jueves 01 de Marzo 2012

DATOS DEL CLIENTE

Documento Identidad: 2100031422

NOMBRE: CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"

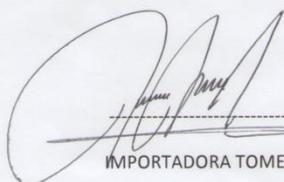
DIRECCION: LAGO AGRIO

DATOS DEL VEHICULO

Descripción: CAMIONETA TOYOTA 4X 2 CD GASOLINA

Precio de venta del vehículo	23.116,00
Descuento.....	00
Precio de Venta-descuento.....	23.116,00
Seguro.....	1.551,00
Accesorios.....	1.696,00
Dispositivo de Rastreo.....	423,00
Valor del SOAT.....	00
Subtotal.....	26.786,00
Valor del IVA.....	3.214,00
Total.....	30.000,00

VENDEDOR: JAIME OBACO VITERI



IMPORTADORA TOMBAMBA S.A



ANEXO N° 10

**SERVICIO DE CATERING.
Cuadro Nro.33
Presupuesto de Catering**

Servicio de Catering Por Persona			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Menú con mariscos	1	10,00	10,00
Menú mixto	1	9,00	9,00
Parrilladas	1	8,00	8,00
Menú con carne roja o blanca	1	7,00	7,00
menú con embutidos	1	6,00	6,00
menú económico	1	5,50	5,50
menú vegetariano	1	5,00	5,00
picaditas completas	1	5,00	5,00
Valor promedio de Menús		6,94	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autora



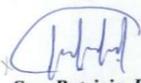
Aquí me Quedo

Dirección: B. del Chofer Av. Del Chofer 403 y Bolívar
RUC: 2100016944001

PROFORMA 000381

CLIENTE: Convenciones y Eventos Sociales "Greetings"
RUC: 210003142-2
DIRECCIÓN: Av. Venezuela y El Oro
FECHA: 05 de Junio 2012

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Menú de mariscos	10.00	10.00
1	Menú mixto	9.00	9.00
1	Parrilladas	8.00	8.00
1	Menú con carne roja o blanca	7.00	7.00
1	Menú con embutidos	6.00	6.00
1	Menú económico	5.50	5.50
1	Menú vegetariano	5.00	5.00
1	Picaditas completas	5.00	5.00
		Total	55.50
		Iva 12%	
		Total	55.50


 Sra. Patricia Jaramillo
 PROPETARIA


 CLIENTE

Servicios de Convenciones & Eventos Sociales

“GREETINGS” Cía. Ltda.



SUGERENCIA “A”

- Costillas en salsa BBQ
- Filete de pechuga en horno
- Salsa de Guacamole
- Pastelitos de papa china o yuca
- Arroz limeño
- Bebida (frutas o gaseosa)
- Postre de guayaba o a la carta



SUGERENCIA “B”

- Filete de pechuga en salsa de champiñones
- Salón relleno
- Ensalada fría de tártara
- Ensalada de picles
- Arroz dorado
- Papa al perejil
- Bebida (frutas o gaseosa)
- Postre a la carta



SUGERENCIA “C”

- Chuleta de cerdo a la parrilla
- Piernas de pollo en salsa hawaiana
- Ensalada mixta
- Papa dorada /o papa al vapor en salsa de albahaca
- Arroz verde /chino/ rosado
- Bebida (frutas o gaseosa)
- Postre a la carta



SUGERENCIA “D”

- Medallones de pollo relleno
- Camarones apanados
- Dos tipos de ensaladas
- Arroz
- Bebida (frutas o gaseosa)
- Postre a la carta



POSTRES

- **Dulce de guayaba**



- **Babaroisse de guanábana**



- **Pistiños con miel**

- **Copa de helado**



- **Crepes de frutilla**

- **Duraznos en almíbar**



- **Postre de tres leches**



- **Brochetas de frutilla**



- **Torta helada**

- **Queso de piña**



ENTRADAS

Ceviche de corvina



Brochetas picantes



Croquetas de pollo



Pastel de plátano maduro



Pizza de choclo



Coctel de camarones



~~~~~Estos precios incluyen~~~~~

- *Servicio de meseros*
- *Música*
- *Cristalería*
- *Mantelería*
- *Mesas*
- *Sillas*
- *Salón de Actos*
- *Garaje*



## ANEXO N° 11

## Anexo N° 11.1

| BAZAR Y PAPELERIA "STEVEN"                   |                                             |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Dirección                                    | Av. Quito N° 406 y 12 Febrero               |
| RUC                                          | 1500294366001                               |
| <b>PROFORMA</b>                              |                                             |
| <small>LAGO AGRIO- SUCUMBIOS-ECUADOR</small> |                                             |
| CLIENTE                                      | CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS" |
| RUC                                          | 2100031422001                               |
| DIRECCION                                    | Av. Venezuela y Calle el Oro                |
| TELEFONO                                     | 62831155                                    |
| FECHA                                        | 01-Mar-12                                   |

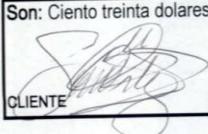
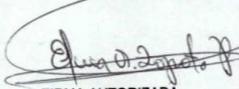
| DESCRIPCION                          | CANTIDAD | PRECIO       | V. TOTAL      |
|--------------------------------------|----------|--------------|---------------|
| Resma papel A4 XEROX                 | 1        | 4,00         | 4,00          |
| Caja de papel continuo doble copia   | 1        | 7,00         | 7,00          |
| Esferos marca BIC punta gruesa       | 1        | 15,00        | 15,00         |
| Facturero de 100 unidades            | 1        | 15,00        | 15,00         |
| Notas de venta de 100 unidades       | 2        | 10,00        | 20,00         |
| Sellos automáticos COLOP R 30        | 5        | 0,50         | 2,50          |
| Lápices HB                           | 3        | 1,25         | 3,75          |
| Tijera punta redonda mediana         | 2        | 1,00         | 2,00          |
| Grapadora Kw. trio 5510              | 2        | 5,00         | 10,00         |
| Perforadora Kw. trio mediana         | 2        | 8,00         | 16,00         |
| Corrector tipo esfero bic            | 3        | 1,50         | 4,50          |
| Regla de plástico ARTESCO 30 cm      | 2        | 1,00         | 2,00          |
| Caja de clips , mediano              | 2        | 0,50         | 1,00          |
| Carpetas de cartón tamaño INEN       | 20       | 0,25         | 5,00          |
| Son: Ciento siete dolares con 75/100 |          | <b>TOTAL</b> | <b>107,75</b> |

**PRECIOS INCLUYEN IVA**

BAZAR Y PAPELERIA  
**"STEVEN"**  
Almacén Steven - Avenida Esmeraldas  
 RUC: 1500294366001  
 Dirección: Quito 406 y 12 de Febrero - Tel: 62831155  
 LAGO AGRIO - SUCUMBIOS - ECUADOR

*[Firma manuscrita]*

## Anexo N° 11.2

| <b>COMISARIATO "FAMILIAR"</b>                                                                  |                                         |         |                                                                                                         |                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| TODO PARA SU HOGAR, ALIMENTOS, ENLATADOS, BEBIDAS Y UTILES DE ASEO                             |                                         |         |                                                                                                         |                 |
| <b>ZAPATA PULLOQUINGA ELVIA MERCEDES</b>                                                       |                                         | RUC     | 0501983464001                                                                                           |                 |
| Dirección Av. Quito y Circunvalación                                                           |                                         | TELEF   | 062831575                                                                                               |                 |
| <small>LAGO AGRIO- SUCUMBIOS-ECUADOR</small>                                                   |                                         |         |                                                                                                         |                 |
| CLIENTE: <b>CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"</b>                                    |                                         |         |                                                                                                         | <b>PROFORMA</b> |
| RUC: 2100031422001                                                                             |                                         |         |                                                                                                         | 508             |
| DIRECCION: Av. Venezuela y El Oro                                                              |                                         |         |                                                                                                         |                 |
| TELEFONO: 62831155                                                                             |                                         |         |                                                                                                         |                 |
| FECHA: 09-Jun-12                                                                               |                                         |         |                                                                                                         |                 |
| CANT                                                                                           | DESCRIPCION                             | PARCIAL | V. UNIT                                                                                                 | V. TOTAL        |
| 10                                                                                             | JABON LIQUIDO DE JAQUET                 |         | 0.50                                                                                                    | 5.00            |
| 1                                                                                              | DETERGENTE DEJA DE 5 KILOS              |         | 11.50                                                                                                   | 11.50           |
| 1                                                                                              | ESCOBAS DE PLASTICO VILEDA              |         | 4.00                                                                                                    | 4.00            |
| 1                                                                                              | TRAPEADORES VILEDA                      |         | 4.00                                                                                                    | 4.00            |
| 2                                                                                              | FUNDAS PLASTICOS SUPER                  |         | 1.16                                                                                                    | 2.32            |
| 1                                                                                              | ESPONJAS ABSORCION VILEDA               |         | 4.00                                                                                                    | 4.00            |
| 2                                                                                              | JUEGO DE TOALLAS DE MANO PEQ            |         | 15.00                                                                                                   | 30.00           |
| 1                                                                                              | FUNDA DE FRANELAS PEQUEÑAS              |         | 5.00                                                                                                    | 5.00            |
| 2                                                                                              | AROMATIZANTE SPAY AROM FRESH 1/2 LITRO  |         | 2.00                                                                                                    | 4.00            |
| 1                                                                                              | LEJIA SELLO ROJO 375 GRAMOS             |         | 3.00                                                                                                    | 3.00            |
| 2                                                                                              | PASTILLAS PARA TANQUE PATO PURIFIC      |         | 1.50                                                                                                    | 3.00            |
| 1                                                                                              | GALON DE CLORO AJAX LIQUIDO CONCENTRADO |         | 5.00                                                                                                    | 5.00            |
| 1                                                                                              | GALON DE LIMPIAVIDRIOS ALFAGRASS        |         | 4.00                                                                                                    | 4.00            |
| 1                                                                                              | GALON DE CERA LIQUIDA BIO SOLUCION OZZ  |         | 9.00                                                                                                    | 9.00            |
| 1                                                                                              | GALON DESINFECTANTE SPARTAN             |         | 8.00                                                                                                    | 8.00            |
| 1                                                                                              | PACA DE PAPEL HIGIENICO SCOTT DOBLE     |         | 13.00                                                                                                   | 13.00           |
| 5                                                                                              | DESINFECTANTE AMBIENTAL TIPS 95 GRAMOS  |         | 0.25                                                                                                    | 1.25            |
| Son: Ciento treinta dolares x-x-x                                                              |                                         |         | Subtotal                                                                                                | 116.07          |
| <br>CLIENTE |                                         |         | <br>FIRMA AUTORIZADA |                 |
|                                                                                                |                                         |         | Tarifa 0%                                                                                               |                 |
|                                                                                                |                                         |         | IVA 12%                                                                                                 | 13.93           |
|                                                                                                |                                         |         | <b>TOTAL</b>                                                                                            | <b>130.00</b>   |



## Anexo N° 11.3

**ZAMBRANO QUIMBITA MARIA CRISTINA**

ALQUILER DE BIENES INMUEBLES

RUC: 1707749089001

TELEFONO: 094063915

LAGO AGRIO- SUCUMBIOS-ECUADOR

|            |                                             |          |
|------------|---------------------------------------------|----------|
| CLIENTE:   | CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES 'GREETINGS' | PROFORMA |
| RUC:       | 2100031422001                               |          |
| DIRECCION: | Av. Venezuela y El Oro                      | 12       |
| TELEFONO:  | 62831155                                    |          |
| FECHA:     | 12-Jun-12                                   |          |

| CANT                                                                                | DESCRIPCION                                                | PARCIAL | V. UNIT  | V. TOTAL |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------|----------|----------|
| 1                                                                                   | ARRIENDO DE LOCAL COMERCIAL UNA PLANTA<br>MENSUAL COMPLETO |         | 535.710  | 535.71   |
| Son: Seiscientos dolares x-x-x                                                      |                                                            |         | Subtotal | 535.71   |
|  |                                                            |         | IVA 12%  | 64.29    |
| CLIENTE                                                                             |                                                            |         | TOTAL    | 600.00   |
|  |                                                            |         |          |          |
| FIRMA AUTORIZADA                                                                    |                                                            |         |          |          |

Anexo11.4

| <b>IMPRESA "OFFSET CRISTIAN"</b>                                                     |                                |              |               |                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------|---------------|-----------------|
| SERVICIO DE IMPRESIÓN, AFICHES, SELLOS, PUBLICIDAD Y PROPAGANDA                      |                                |              |               |                 |
| VALENCIA FREIRE MONICA NATALIA                                                       |                                | RUC          | 2100039425001 |                 |
| Dirección Barrio Guayaquil Fco. Orellana 210 y Vicente Rocafuerte                    |                                | TELEF        | 062833167     |                 |
| <i>LAGO AGRIO- SUCUMBIOS-ECUADOR</i>                                                 |                                |              |               |                 |
| CLIENTE: CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"                                 |                                |              |               | <b>PROFORMA</b> |
| RUC: 2100031422001                                                                   |                                |              |               | 2505            |
| DIRECCION: Av. Venezuela y El Oro                                                    |                                |              |               |                 |
| TELEFONO: 62831155                                                                   |                                |              |               |                 |
| FECHA: 07-Jun-12                                                                     |                                |              |               |                 |
| CANT                                                                                 | DESCRIPCION                    | PARCIAL      | V. UNIT       | V. TOTAL        |
| 300                                                                                  | AFICHES A FULL COLOR TAMANO A4 |              | 0.4464        | 133.93          |
| Son: Ciento cincuenta dolares x-x-x                                                  |                                |              | Subtotal      | 133.93          |
|  |                                |              | Tarifa 0%     |                 |
|                                                                                      |                                |              | IVA 12%       | 16.07           |
| CLIENTE                                                                              | FIRMA AUTORIZADA               | <b>TOTAL</b> |               | <b>150.00</b>   |

## Anexo11.5



PROFORMA N° 111

FECHA: 18 julio 2012

VALIDEZ: 60 días

**CLIENTE:** Convenciones y Eventos Sociales  
"GREETINGS"

**DIRECCION:** Av. Venezuela y calle El Oro

**TELEFONO:** 06283155

| CANT.        | DESCRIPCION                                                   | P. UNITARIO | P. TOTAL       |
|--------------|---------------------------------------------------------------|-------------|----------------|
| 1            | DIFUSIÓN CUÑAS RADIALES MENSUAL<br>EN HORAS DE MAYOR SINTONIA | \$75.00     | \$75.00        |
| <b>TOTAL</b> |                                                               |             | <b>\$75.00</b> |


**ADMINISTRADOR**
**Dirección:** Calle 12 de Febrero y Velasco Ibarra, Barrio San Francisco

NuevaLoja-Sucumbios- Ecuador

**Teléfono:** 062 834 257

**E-mail:** radioseducion.com

## Anexo 11.6



PROFORMA N° 1132

FECHA: 18 Julio 2012

VALIDEZ: 60 días

CLIENTE: Convenciones y Eventos Sociales "GREETINGS"

DIRECCION: Av. Venezuela y calle El Oro

TELEFONO: 06283155

| CANT. | DESCRIPCION                                                   | P. UNITARIO | P. TOTAL       |
|-------|---------------------------------------------------------------|-------------|----------------|
| 1     | DIFUSIÓN CUÑAS RADIALES MENSUAL<br>EN HORAS DE MAYOR SINTONIA | \$75.00     | \$75.00        |
|       | <b>TOTAL</b>                                                  |             | <b>\$75.00</b> |

  
 \_\_\_\_\_  
**ADMINISTRADOR**

Venezuela y Progreso, Nueva Loja Sucumbios, Ecuador



593 2830423 - 2830 424

593 2830 425

094493669

<http://www.radiosucumbios.org.ec>

## Anexo 11.7

**EDITORIA** **Hechos**  
Una buena impresión cuenta

**CLIENTE:** CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"  
**RUC:** 2100031422001 **TELEFONO:** 62831155  
**DIRECCION:** AV VENEZUELA Y CALLE EL ORO  
**PROFORMA NO.:** 153- RH **FECHA:** JULIO 25 DEL 2012

| CANTIDAD | PRODUCTO                                                               | CARACTERISTICA | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|----------|------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| 1        | PUBLICACION DE 1/8 DE PAGINA<br>EN EDICION NO. 10 DE REVISTA<br>HECHOS | A TODO COLOR   | 53,57          | 53,57       |
| SUBTOTAL |                                                                        |                |                | 53,57       |
| IVA      |                                                                        |                |                | 6,43        |
| TOTAL    |                                                                        |                |                | 60,00       |

SON: SESENTA DOLARES

  
FIRMA CLIENTE

  
FIRMA AUTORIZADA



Dirección: Lago Agrío, Barrio San Francisco - Calle 12 de Febrero y Velasco Ibarra  
 Telefonos: 2835466 - 2835007 - 086168734 - 099301798  
 revistahechos@yahoo.es

## Anexo 11.8



# Estacion de servicios INTRIAGO

Sres.

**CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"**

Presente

De mis consideraciones:

A su pedido informo que Estación de Servicios Intriago, suministra combustible para todo tipo de vehículo de acuerdo a los siguientes valores:

|                |                 |
|----------------|-----------------|
| GASOLINA SUPER | \$2.30 C/GALON  |
| GASOLINA EXTRA | \$1.48 C/GALÓN  |
| DIESEL         | \$1.037 C/GALON |

Los mismos que son despachados según sus requerimientos y necesidades, estamos para servirles.

Atentamente,

Sr. José Intriago Quiroz

PROPIETARIO

RUC: 1302202823001

**Anexo 11.9**

| <b>Lavadora "STEVEN"</b>                                                                       |                                                    |         |                                                                                                         |                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| SISA VELOZ EDGAR VLADIMIR                                                                      |                                                    | RUC     | 2100152046001                                                                                           |                 |
| Dirección Barrio Los Almendros Progreso y 10 Agosto                                            |                                                    | TELEF   | 62833989                                                                                                |                 |
| <i>LAGO AGRIO- SUCUMBIOS-ECUADOR</i>                                                           |                                                    |         |                                                                                                         |                 |
| CLIENTE:                                                                                       | <i>CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"</i> |         |                                                                                                         | <b>PROFORMA</b> |
| RUC:                                                                                           | 2100031422001                                      |         |                                                                                                         |                 |
| DIRECCION:                                                                                     | Av. Venezuela y El Oro                             |         |                                                                                                         | 108             |
| TELEFONO:                                                                                      | 62831155                                           |         |                                                                                                         |                 |
| FECHA:                                                                                         | 09-Jun-12                                          |         |                                                                                                         |                 |
| CANT                                                                                           | DESCRIPCION                                        | PARCIAL | V. UNIT                                                                                                 | V. TOTAL        |
| 1                                                                                              | GALON DE ACEITE CASTROL PARA MOTOR                 |         | 18.00                                                                                                   | 18.00           |
| 1                                                                                              | 1/4 ACEITE CASTROL PARA MOTOR                      |         | 4.32                                                                                                    | 4.32            |
| Son: Veinte y cinco dolares x-x-x                                                              |                                                    |         | Subtotal                                                                                                | 22.32           |
| <br>CLIENTE |                                                    |         | <br>FIRMA AUTORIZADA |                 |
|                                                                                                |                                                    |         | IVA 12%                                                                                                 | 2.68            |
|                                                                                                |                                                    |         | <b>TOTAL</b>                                                                                            | <b>25.00</b>    |

## Anexo 11.10



**COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO  
"29 DE OCTUBRE" LTDA.**  
COOPERATIVA FINANCIERA CONTROLADA POR LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

Nueva Loja 22 de junio 2012

Señores  
**CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES "GREETINGS"**  
Presente

De mis consideraciones:

Nuestra Cooperativa de Ahorro y Crédito "29 de Octubre", sucursal Lago Agrio y pensando en el desarrollo de nuestra provincia, pone a vuestra disposición los créditos otorgados para empresas comerciales con una tasa de interés accesible del 14,50% para capitales mayores de \$30000 hasta \$70000 y a cinco años plazo, bajo el Método de Cálculo de Cuota Fija.

Favor anexar proyecto y documentos legalizados de la Cía.

Estamos para servirle.

Atentamente,

  
**DTO. DE CRÉDITO**



Quito Matriz: Cda. La Magdalena, Cañariz Oe 6-140 y Av. Mariscal Sucre PBX (02) 2640-509 HG1 Quito Telf.: (02) 223-2252 Celón Telf.: (02) 2232-413  
 Recoleta Quito Telf.: (02) 2580-805 Comisariato Quito 02 2295-129 Carapungo Telf.: (02) 2428-581 Recreo Plaza Telf.: (02) 2659-005 San Rafael Quito (02) 2865-098  
 Esmeraldas Telf.: (06) 272-5958 Tulcán Telf.: (06) 296-0133 El Angel Telf.: (06) 2977-188 Ibarra Telf.: (06) 295-0239 Lago Agrio Telf.: (06) 2832-224 Sto. Domingo Telf.: (02) 275-0286  
 Quevedo Telf.: (05) 2751-579 Puyo Telf.: (03) 2885-682 EL Coca Telf.: (06) 2883-090 Shell Telf.: (03) 2795-131 Riobamba Telf.: (03) 2947-050 Macas Telf.: (07) 2703-019 Tena Telf.: (06) 2888-861  
 Ambato Telf.: (03) 2426-289 Latacunga Telf.: (03) 2813-480 Latacunga Brigada Telf.: (03) 2380-126 Manta Telf.: (05) 2629-183 Portoviejo Telf.: (05) 2654-447  
 Guayaquil Telf.: (04) 2302-341 Centenario Guayaquil Telf.: (04) 2334-318 Alborada Guayaquil Telf.: (04) 2233-604 Libertad Telf.: (04) 2787-065 Cuenca (07) 2828-087  
 Cuenca El Arenal Telf.: (07) 2844-498 Machala Telf.: (07) 2931-333 Loja Telf.: (07) 258-2698

F.ADM.007  
Versión 02

## ANEXO 12

## DEPRECIACIONES

## Anexo 12.1

| DEPRECIACIÓN VEHICULO |              |                  |                        |                  |
|-----------------------|--------------|------------------|------------------------|------------------|
| AÑOS                  | VALOR ACTIVO | DEPRECIACION 20% | DEPRECIACION ACUMULADA | VALOR ACTUAL     |
| 0                     | 30.000,00    |                  |                        | <b>30.000,00</b> |
| 1                     |              | <b>4.800,00</b>  | 4.800,00               | 25.200,00        |
| 2                     |              | 4.800,00         | 9.600,00               | 20.400,00        |
| 3                     |              | 4.800,00         | 14.400,00              | 15.600,00        |
| 4                     |              | 4.800,00         | 19.200,00              | 10.800,00        |
| 5                     |              | 4.800,00         | 24.000,00              | 6.000,00         |

## Anexo 12.2

| DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA |              |                  |                        |               |
|--------------------------------|--------------|------------------|------------------------|---------------|
| AÑOS                           | VALOR ACTIVO | DEPRECIACION 10% | DEPRECIACION ACUMULADA | VALOR ACTUAL  |
| 0                              | 305,00       |                  |                        | <b>305,00</b> |
| 1                              |              | <b>27,45</b>     | 27,45                  | 277,55        |
| 2                              |              | 27,45            | 54,90                  | 250,10        |
| 3                              |              | 27,45            | 82,35                  | 222,65        |
| 4                              |              | 27,45            | 109,80                 | 195,20        |
| 5                              |              | 27,45            | 137,25                 | 167,75        |
| 6                              |              | 27,45            | 164,70                 | 140,30        |
| 7                              |              | 27,45            | 192,15                 | 112,85        |
| 8                              |              | 27,45            | 219,60                 | 85,40         |
| 9                              |              | 27,45            | 247,05                 | 57,95         |
| 10                             |              | 27,45            | 274,50                 | 30,50         |

## Anexo 12.3

| <b>DEPRECIACION Maquinaria y equipo</b> |                     |                         |                               |                     |
|-----------------------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------|
| <b>AÑOS</b>                             | <b>VALOR ACTIVO</b> | <b>DEPRECIACION 10%</b> | <b>DEPRECIACION ACUMULADA</b> | <b>VALOR ACTUAL</b> |
| 0                                       | 6.625,00            |                         |                               | <b>6.625,00</b>     |
| 1                                       |                     | <b>596,25</b>           | 596,25                        | 6.028,75            |
| 2                                       |                     | 596,25                  | 1.192,50                      | 5.432,50            |
| 3                                       |                     | 596,25                  | 1.788,75                      | 4.836,25            |
| 4                                       |                     | 596,25                  | 2.385,00                      | 4.240,00            |
| 5                                       |                     | 596,25                  | 2.981,25                      | 3.643,75            |
| 6                                       |                     | 596,25                  | 3.577,50                      | 3.047,50            |
| 7                                       |                     | 596,25                  | 4.173,75                      | 2.451,25            |
| 8                                       |                     | 596,25                  | 4.770,00                      | 1.855,00            |
| 9                                       |                     | 596,25                  | 5.366,25                      | 1.258,75            |
| 10                                      |                     | 596,25                  | 5.962,50                      | 662,50              |

## Anexo 12.4

| <b>DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO</b> |                     |                            |                               |                     |
|---------------------------------------|---------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------|
| <b>AÑOS</b>                           | <b>VALOR ACTIVO</b> | <b>DEPRECIACION 33,33%</b> | <b>DEPRECIACION ACUMULADA</b> | <b>VALOR ACTUAL</b> |
| 0                                     | 3.000,00            |                            |                               | <b>3.000,00</b>     |
| 1                                     |                     | 666,63                     | 666,63                        | <b>2.333,37</b>     |
| 2                                     |                     | 666,63                     | 1.333,27                      | <b>1.666,73</b>     |
| 3                                     |                     | 666,63                     | 1.999,90                      | <b>1.000,10</b>     |

## Anexo 12.5

| <b>DEPRECIACION HERRAMIENTAS</b> |                     |                         |                               |                     |
|----------------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------|
| <b>AÑOS</b>                      | <b>VALOR ACTIVO</b> | <b>DEPRECIACION 10%</b> | <b>DEPRECIACION ACUMULADA</b> | <b>VALOR ACTUAL</b> |
| 0                                | 1.475,00            |                         |                               | <b>1.475,00</b>     |
| 1                                |                     | 132,75                  | 132,75                        | 1.342,25            |
| 2                                |                     | 132,75                  | 265,50                        | 1.209,50            |
| 3                                |                     | 132,75                  | 398,25                        | 1.076,75            |
| 4                                |                     | 132,75                  | 531,00                        | 944,00              |
| 5                                |                     | 132,75                  | 663,75                        | 811,25              |
| 6                                |                     | 132,75                  | 796,50                        | 678,50              |
| 7                                |                     | 132,75                  | 929,25                        | 545,75              |
| 8                                |                     | 132,75                  | 1.062,00                      | 413,00              |
| 9                                |                     | 132,75                  | 1.194,75                      | 280,25              |
| 10                               |                     | 132,75                  | 1.327,50                      | 147,50              |

**Anexo 12.6**  
**DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES**  
**Anexo 12.6.1.**

| <b>DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES PARA LA PRODUCCIÓN</b> |                     |                         |                               |                     |
|----------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------|
| <b>AÑOS</b>                                              | <b>VALOR ACTIVO</b> | <b>DEPRECIACION 10%</b> | <b>DEPRECIACION ACUMULADA</b> | <b>VALOR ACTUAL</b> |
| 0                                                        | 6.450,00            |                         |                               | 6.450,00            |
| 1                                                        |                     | 580,50                  | 580,50                        | 5.869,50            |
| 2                                                        |                     | 580,50                  | 1.161,00                      | 5.289,00            |
| 3                                                        |                     | 580,50                  | 1.741,50                      | 4.708,50            |
| 4                                                        |                     | 580,50                  | 2.322,00                      | 4.128,00            |
| 5                                                        |                     | 580,50                  | 2.902,50                      | 3.547,50            |
| 6                                                        |                     | 580,50                  | 3.483,00                      | 2.967,00            |
| 7                                                        |                     | 580,50                  | 4.063,50                      | 2.386,50            |
| 8                                                        |                     | 580,50                  | 4.644,00                      | 1.806,00            |
| 9                                                        |                     | 580,50                  | 5.224,50                      | 1.225,50            |
| 10                                                       |                     | 580,50                  | 5.805,00                      | 645,00              |

## Anexo 12.6.2.

| <b>DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES PARA LA OFICINA</b> |                     |                         |                               |                     |
|-------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------------|---------------------|
| <b>AÑOS</b>                                           | <b>VALOR ACTIVO</b> | <b>DEPRECIACION 10%</b> | <b>DEPRECIACION ACUMULADA</b> | <b>VALOR ACTUAL</b> |
| 0                                                     | 1.075,00            |                         |                               | 1.075,00            |
| 1                                                     |                     | 96,75                   | 96,75                         | 978,25              |
| 2                                                     |                     | 96,75                   | 193,50                        | 881,50              |
| 3                                                     |                     | 96,75                   | 290,25                        | 784,75              |
| 4                                                     |                     | 96,75                   | 387,00                        | 688,00              |
| 5                                                     |                     | 96,75                   | 483,75                        | 591,25              |
| 6                                                     |                     | 96,75                   | 580,50                        | 494,50              |
| 7                                                     |                     | 96,75                   | 677,25                        | 397,75              |
| 8                                                     |                     | 96,75                   | 774,00                        | 301,00              |
| 9                                                     |                     | 96,75                   | 870,75                        | 204,25              |
| 10                                                    |                     | 96,75                   | 967,50                        | 107,50              |

### ANEXO 13

#### CÁLCULO DE AMORTIZACIÓN DE CUOTA FIJA

$$R = C \frac{i}{1 - (1+i)^{-n}}$$

**Donde:**

**R=** ? Cuota

**C=** Capital \$50.000,00

**I=** Interés 14,5% (0,1450)

**N=** Tiempo años 5 años

**Reemplazando:**

$$R = 50.000 \frac{0,145}{1 - (1+0,145)^{-5}}$$

$$R = 50.000 \frac{0,145}{1 - 0.508127344}$$

$$R = 50.000 \frac{0,145}{0,49187266}$$

$$R = 50000 * 0,294791747$$

$$R = 14.739,59(\text{corresponde a capital más interés})$$

**ANEXO 14****Amortización de Diferido**

| <b>Años</b> | <b>Activo</b> | <b>Amortización<br/>(20%)</b> | <b>Valor<br/>Total</b> |
|-------------|---------------|-------------------------------|------------------------|
| 1           | 2.340,00      | 468,00                        | 1.872,00               |
| 2           | 1.872,00      | 468,00                        | 1.404,00               |
| 3           | 1.404,00      | 468,00                        | 936,00                 |
| 4           | 936,00        | 468,00                        | 468,00                 |
| 5           | 468,00        | 468,00                        | 0,00                   |

Fuente: [www.emagister.com](http://www.emagister.com)

Para llevar un control de los activos diferidos, es necesario preparar un cuadro similar al de los activos fijos y registrar en él, la amortización mes tras mes, las fórmulas son las mismas, el porcentaje a aplicar en este caso es el 20% en razón de que estos activos deben amortizarse en 5 años.

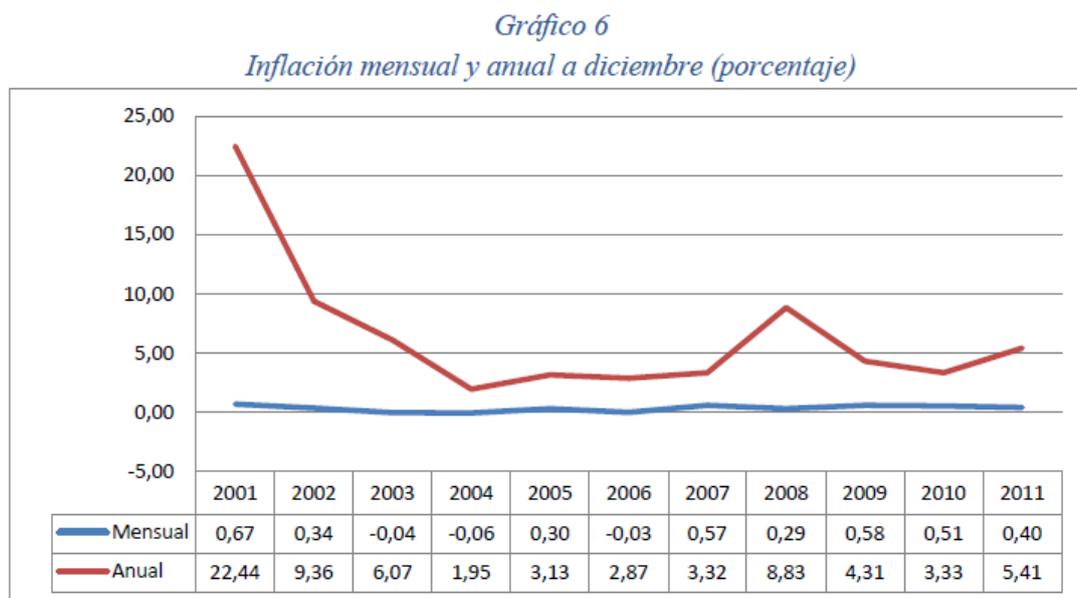
**ANEXO 15**  
**PEA CENSO INEC 2001**

| <b>PROVINCIA DE SUCUMBIOS</b>                                                |               |              |               |              |               |                    |                     |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------------|---------------------|
| <b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS DE EDAD, POR SECTORES</b> |               |              |               |              |               |                    |                     |
| <b>ECONÓMICOS, SEGÚN CANTONES. Censo 2001</b>                                |               |              |               |              |               |                    |                     |
| CANTONES                                                                     | TOTAL         |              | SECTOR        | SECTOR       | SECTOR        | NO<br>ESPECIFICADO | TRABAJADOR<br>NUEVO |
|                                                                              | NÚMERO        | %            | PRIMARIO      | SECUNDARIO   | TERCIARIO     |                    |                     |
| <b>PROVINCIA</b>                                                             | <b>49.509</b> | <b>100,0</b> | <b>22.729</b> | <b>4.822</b> | <b>17.616</b> | <b>4.129</b>       | <b>213</b>          |
| <b>LAGO AGRIO</b>                                                            | <b>25.219</b> | 50,9         | 9654          | 2545         | 10661         | 2244               | 115                 |
| <b>GONZALO<br/>PIZARRO</b>                                                   | <b>2.683</b>  | 5,4          | 1428          | 306          | 715           | 228                | 6                   |
| <b>PUTUMAYO</b>                                                              | <b>2.089</b>  | 4,2          | 1275          | 127          | 581           | 103                | 3                   |
| <b>SHUSHUFINDI</b>                                                           | <b>12.772</b> | 25,8         | 6225          | 1234         | 4229          | 1026               | 58                  |
| <b>SUCUMBIOS</b>                                                             | <b>1.119</b>  | 2,3          | 609           | 160          | 257           | 93                 | 0                   |
| <b>CASCALES</b>                                                              | <b>2.581</b>  | 5,2          | 1443          | 235          | 628           | 250                | 25                  |
| <b>CUYABENO</b>                                                              | <b>3.046</b>  | 6,2          | 2095          | 215          | 545           | 185                | 6                   |
| <b>PORCENTAJE<br/>POR<br/>SECTORES DEL<br/>TOTAL<br/>PROVINCIAL</b>          | <b>100,0</b>  |              | <b>45,9</b>   | <b>9,7</b>   | <b>35,6</b>   | <b>8,3</b>         | <b>0,4</b>          |

## ANEXO 16

### Anexo 16.1

*Inflación mensual y anual a diciembre (porcentaje)*



*Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Elaboración: Autores*

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). *Elaboración:* Autores  
[http://www.flacsoandes.org/web/imagesFTP/1335194287.Analisis\\_de\\_Coyuntura\\_Capitulo\\_4\\_Salarios\\_e\\_Inflacion\\_2011.pdf](http://www.flacsoandes.org/web/imagesFTP/1335194287.Analisis_de_Coyuntura_Capitulo_4_Salarios_e_Inflacion_2011.pdf)

En diciembre del 2011, la inflación anual fue de 5,41%, por encima del 3,33% de diciembre del año 2010. La variación de la inflación anual de diciembre de 2011 se debe principalmente al incremento de precios de cinco categorías: Alimentos y bebidas no alcohólicas, Prendas de vestir y calzado, Educación, Restaurantes y Hoteles

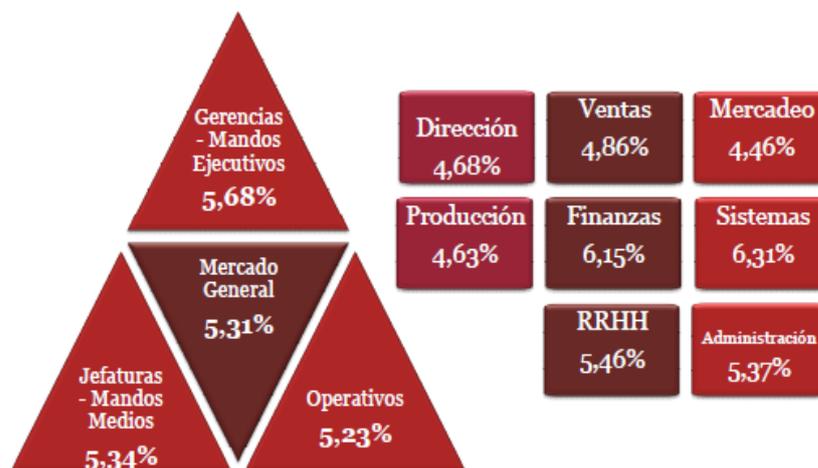
## ANEXO 16.2

**El promedio del incremento salarial para el 2012 será del 5.37%**

### ECUADOR

**1 de diciembre del 2011**

De la encuesta anual del Servicio Integrado de Remuneraciones (Sirem), realizada por la consultora en 323 empresas de Quito y Guayaquil, los principales resultados expresan que se han incrementado los salarios en el Ecuador en 5,71% en el 2011. En Guayaquil el sueldo tuvo un alza del 6%, mientras que en Quito el aumento fue de 5.41%. Durante la entrevista con la Experta en Recursos Humanos de la PWC, Diana Csizmadia, añadió que la proyección del promedio del incremento salarial para el 2012 será del 5.37%.



[http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6520:registro-oficial-no-628-viernes-27-de-enero-de-2012-tercer-suplemento&catid=361:enero&Itemid=621](http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6520:registro-oficial-no-628-viernes-27-de-enero-de-2012-tercer-suplemento&catid=361:enero&Itemid=621)

## **INDICE GENERAL**

|                                                       |            |
|-------------------------------------------------------|------------|
| CERTIFICACIÓN                                         | ii         |
| AUTORÍA                                               | iii        |
| AGRADECIMIENTO                                        | iv         |
| DEDICATORIA                                           | v          |
| <br>                                                  |            |
| <b>a. TÍTULO</b>                                      | <b>1</b>   |
| <b>b. RESUMEN EN CASTELLANO Y TRADUCIDO AL INGLÉS</b> | <b>2</b>   |
| <b>c. INTRODUCCIÓN</b>                                | <b>6</b>   |
| <b>d. REVISIÓN DE LITERATURA</b>                      | <b>8</b>   |
| <b>EMPRESA</b>                                        | <b>8</b>   |
| <b>PROYECTO</b>                                       | <b>16</b>  |
| 1. <u>Estudio de Mercado</u>                          | 20         |
| 2. <u>Estudio Técnico</u>                             | 23         |
| 3. <u>Estudio Organizacional</u>                      | 28         |
| 4. <u>Estudio Financiero y Evaluación Financiera</u>  | 30         |
| <b>e. MATERIALES Y MÉTODOS</b>                        | <b>41</b>  |
| Materiales                                            | 41         |
| Métodos                                               | 42         |
| Técnicas                                              | 43         |
| <b>f. RESULTADOS</b>                                  | <b>47</b>  |
| Estudio de Mercado                                    | 47         |
| Estudio Técnico                                       | 73         |
| Estudio Organizacional de la Empresa                  | 95         |
| Estudio Financiero                                    | 112        |
| <b>g. DISCUSIÓN</b>                                   | <b>159</b> |

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>h. CONCLUSIONES</b>    | <b>161</b> |
| <b>i. RECOMENDACIONES</b> | <b>164</b> |
| <b>j. BIBLIOGRAFÍA</b>    | <b>166</b> |
| <b>k. ANEXOS</b>          | <b>168</b> |