



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR FEMENINO EN LA
CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO
DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

Marco Danny Rogel Guerrero

DIRECTOR:

Ing. Carlos Rodrigo Culcay

LOJA - ECUADOR
2013

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Rodrigo Culcay

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINSTRATIVA

CERTIFICA

Que luego de haber dirigido y revisado el trabajo de investigación titulado
**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR
FEMENINO EN LA CIUDAD DE LOJA”**. Desarrollado por Marco Danny Rogel
Guerrero; cumple con los requisitos estipulados en las Normas Generales de
Graduación de la Universidad Nacional de Loja y Carrera de Administración de
Empresas, por lo que autorizo su presentación.

Loja Febrero del 2013



Ing. Carlos Rodrigo Culcay

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Marco Danny Rogel Guerrero declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos ó acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Marco Danny Rogel Guerrero

Firma:



Cédula: 1104008865

Fecha: 10-05-2013

AGRADECIMIENTO

Le expreso el más sincero agradecimiento a Dios por guiar y bendecir todo esfuerzo y dedicación en mi vida; Además, a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica, Social y Administrativa, por darme la oportunidad de formarme como profesionales, a los ingenieros de la Carrera de Administración de Empresas, quienes supieron compartir sus conocimientos oportunamente desde el inicio de mi vida estudiantil.

Especialmente al Ing. Ney Gallardo, quien desinteresadamente dirigió esta tesis hacia la culminación de la misma, y en general a todas las personas que ofrecieron su ayuda en el transcurso de la carrera.

El Autor

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado con todo cariño y amor, al Ser Supremo que es Dios, por guiarme en el camino del bien, darme la oportunidad de vivir, fuerza para superar mis temores y obstáculos; A mis padres que me han apoyado en todo momento en el que lo he necesitado, me han enseñado a ser un hombre de bien y más que todo me han sabido brindar cariño, a mis hermanos por demostrar ese amor que sienten por mí y más que todo el buen ejemplo de superación.

Marco Danny Rogel Guerrero

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR FEMENINO EN LA CIUDAD DE LOJA”.

b. RESUMEN

Actualmente la ciudad de Loja se ve afectada por una notoria recesión en el campo productivo y de servicios, siendo una barrera para su desarrollo sostenido y que permita competir con otras provincias del país.

Es por esto que las nuevas generaciones de profesionales tenemos que realizar esfuerzos en pro de crear pequeñas empresas innovadoras, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y con productos que pueden salir al mercado en condiciones óptimas, de calidad y precio.

Por estas razones este proyecto tiene como finalidad ayudar con la implementación de una empresa que permita crear algunas fuentes de trabajo, aprovechar los recursos naturales existentes, creando un valor económico agregado y poner en práctica los conocimientos adquiridos, en beneficio de una sociedad que necesita que sus nuevos profesionales se inserten en la vida productiva y económica.

De aquí la real necesidad de producir bienes y servicios, siendo emprendedores y afrontando la grave crisis que atraviesa el país, siendo conveniente realizar y ejecutar el proyecto de tesis denominado: **“Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un Bar Femenino en la Ciudad de Loja”**.

Este proyecto tiene como objetivo ofrecer servicios mediante un proceso de ingeniería se obtendrá servicios de buena calidad y con precios competitivos, a esto se suma los insumos utilizados lo que asegura que tendrá una muy buena acogida en el mercado consumidor.

El análisis completo del proyecto se requiere de la realización de los siguientes estudios y análisis: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio económico y financiero y finalmente la valuación del proyecto.

El estudio de mercado es muy importante porque analiza el mercado, es decir, la oferta y demanda. Para todo esto se realizó una encuesta tanto a demandantes como oferentes, para luego determinar la demanda insatisfecha, se determinó la capacidad instalada que es del 100% y la capacidad utilizada del proyecto es de 66,67% solo para el primer año.

El lugar para la implementación de la empresa es en la Ciudad de Loja región sur del país Ecuador, en el barrio el valle en las calles Guayaquil y Orillas del Zamora.

Estudio administrativo y legal de la empresa facilita determinar el grupo empresarial, la misión, visión, objetivos, constitución, organización y los manuales de funciones.

La empresa hará el comercio bajo la razón social “**ENTRE AMIGAS**” Cía. **Ltda.**” la misión será ofrecer servicios y a precios competitivos la demanda en la ciudad de Loja.

Estudio económico y financiero para conocer sobre la inversión del proyecto (inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo), financiamiento de la inversión, presupuesto de ingresos y egresos, análisis de costos, puntos de equilibrio y estudio y análisis de los estados financieros (estado de pérdidas y Ganancias y el flujo de caja).

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: El Valor Actual Neto de \$147448,96; Tasa Interna de Retorno de 150,60%; Relación Beneficio Costo es de \$1,93 por cada dólar invertido la empresa gana 0,93 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 8 meses y 12 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 63,75% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 37.77% dando un total del 0.99%, por lo cual el proyecto es factible.

Al final de este trabajo de investigación se dan a conocer conclusiones y se plantean las recomendaciones, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

SUMMARY

Currently the city of Loja is affected by a marked downturn in the productive and service, being a barrier to sustainable development and to compete with other provinces.

That is why the new generation of professionals we have to make efforts to create small innovative companies, occupying the local workforce, with resources in the area and with products that may hit the market in top condition, quality and price.

For these reasons this project is intended to assist with the implementation of a company that will create some jobs, leverage existing resources, creating economic value added and put into practice the knowledge acquired for the benefit of a society that needs to their new professionals are inserted into the economic and productive life. From here the real need to produce goods and services, being enterprising and facing the grave crisis facing the country, being convenient to make and execute the thesis project called: "Feasibility Project for the Implementation of Women's Bar in the city of Loja ". This project aims to offer services through an engineering process will get good quality services and competitive prices, this adds to the inputs used which ensures that you have a very good reception in the consumer market.

The full project analysis requires performing the following studies and analyzes: market research, technical study, administrative and legal, economic and financial study and ultimately the valuation of the project.

Market research is very important because it analyzes the market, i.e. supply and demand. For all these were surveyed both plaintiffs and suppliers, and then determine the unmet demand, the installed capacity was determined to be 100% and the capacity utilization of the project is 66.67% for the first year only.

The place for the implementation of the company is in the city of Loja Ecuador southern region, in the Valley neighborhood in Guayaquil streets and shores of Zamora.

Administrative and legal study of the company allows to determine the business group's mission, vision, objectives, constitution, organization and functions manuals.

The company will trade under the name "WITH FRIENDS, Cía. Ltd." The mission will offer competitive prices and demand in the city of Loja.

Economic and financial study to learn about the project investment (investment in fixed assets and working capital deferred), investment financing, budget revenues and expenditures, cost analysis, balance points and study and analysis of financial statements (Profit and loss statement and cash flow).

Finally was the assessment of the project to establish the suitability of the project and its implementation which was analyzed for the following indicators such as net present value of \$ 147448,96; internal rate of return of 150.60% Cost benefit is \$ 1 , 93 for every dollar the company earns 0.93 cents, Capital Recovery Period is 8 months and 12 days; sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in the

costs of 63,75% giving a total of 0.98% and a sensitivity analysis on the decrease in revenues totaling danto 33.77% 0.99% so the project is feasible,

At the end of this research disclosed findings and recommendations raised, accompanied the literature and the documents attached.

c.INTRODUCCIÓN

El desarrollo de nuevas empresas es uno de los ejes principales para el crecimiento de la economía y su principal generadora de trabajo, es muy importante que exista una amplia información sobre cómo crear empresas que impulsen el desarrollo, a través de una correcta administración y de esta manera contribuir a un mejor estilo de vida.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para la creación de un Bar femenino en la ciudad de Loja que ofrezca servicios de buena calidad y a un precio asequible para las consumidoras.

En el proyecto de mención se ha tomado en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Para el desarrollo de dicho proyecto de inversión se aplicó el presente proceso:

En la exposición de resultados se procedió a redactar los referentes del producto y materia prima a utilizar, así como también se describió y representó el estudio de mercado, el mismo que sirvió para realizar el análisis de la demanda del servicio en la ciudad , a través de encuestas directas aplicadas a los consumidores, de cuyos análisis se obtendrá la cuantificación de la demanda y oferta, obteniendo así la oportunidad en el mercado, además se determinó las posibilidades del proyecto en el mercado, los canales de comercialización, precios y publicidad.

Una vez obtenida la oportunidad de mercado se procedió a determinar el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como son: demanda, oferta, tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

En el estudio organizacional se propuso la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las mismas que serán una base para el normal funcionamiento de la empresa.

Seguidamente se procedió a realizar el estudio financiero, en donde se determina las inversiones y financiamiento del proyecto, también se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad por lo cual el proyecto es factible.

Una vez realizados los estudios necesarios para la elaboración del proyecto se formuló las debidas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Antecedentes Históricos de los Bares

Un bar es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra.¹

La expresión "Bar" surge a partir del vocablo "BARRIER", que significa "barrera" o "barra fija", mueble con el que se separaba el área de servicio de bebidas alcohólicas del comedor en las antiguas Tabernas Buffet americanas.

El nombre fue más adelante acortado a "Bar". Este nombre "Bar", nombre inicialmente usado para la "Barra" que daba descanso a los brazos tras la jornada de trabajo, empezó a ser el nombre de toda el área de trabajo para surtidores de cerveza y buffet. Finalmente el nombre se amplió a todo el lugar.

El bar aparece en el pueblo griego desde la época de Pompeya hasta la edad media donde se desarrollaron los establecimientos en los cuales se vendían bebidas, a estos establecimientos se les llamaron "tabernas", las cuales eran pequeñas tiendas públicas en donde se podían consumir vinos y bebidas espirituosas. Surgiendo de esa manera la actividad o ejercicio de la profesión de vender licor. De Grecia pasa a Roma y de ahí a la mayoría de los países europeos en donde esa actividad es mencionada en numerosos códigos y preceptos de la edad media, como

¹www.bares.com

lo fue el código de las 7 partidas que aparece en Madrid a finales del siglo XVIII y donde se contempla como una profesión la de tabernero.² La creación de las cantinas como tal, aparece en Paris en el año 1680, cuando en uno de sus municipios se regula el funcionamiento de las casas expendedoras de bebidas al establecer que podrán vender vino para consumirlo ahí, ya que solamente se vendía para llevar a casa. Alrededor del año 1700 surgió en Inglaterra el establecimiento denominado Bar, nombre que se generaliza mundialmente dado que el mueble donde se atiende a los clientes es una barra asentada en un mostrador.

Origen

El origen del Bar es desconocido. Según se cree, nació en los antiguos puertos de mar, a raíz de los viajes comerciales. Los primeros datos al respecto registran la aparición de "Tabernas" en la península de Yucatán (México).

De allí pasó a las antiguas colonias inglesas en Norteamérica, donde alcanzó desarrollo independiente. Muchos años después la idea del Bar, por entonces conocido como "Bar americano", se expandió a Inglaterra y Francia, y de allí a Europa y el resto del mundo.

Clasificación Y Generalización

- **Bar Familiar:**

El más sencillo de todos. Se encuentra normalmente en los hogares, en un pequeño espacio destinado a este fin.

²www.definicion.debares.com

El stock de bebidas es mínimo, difícilmente de más de una docena de botellas, y los utensilios con que cuenta son los indispensables.³

El anfitrión improviso mezclando licores que normalmente no se beben puros por sus efectos o el sabor.

- **Bar Profesional:**

Es el Bar abierto al público, con montaje e instalaciones apropiadas.

Está dotado de un amplio surtido de bebidas, y equipos, cristalería y utensilios apropiados para el trabajo eficiente y un buen servicio. Requiere de profesionales con técnicas muy depuradas para su atención y administración.

Tipos de Bar y Servicios que Ofrecen

- ✓ **Bar de Cocteles:**

Los Bares de Cocteles deben ofrecer una amplia variedad de tragos internacionales.

Normalmente cuentan con stock de buenas marcas y ofrecen un estándar superior de servicios de mesa. El personal trabaja bajo la supervisión de un Jefe de Bar o Cantinero Jefe.

- ✓ **Bar de Expendio de Banquetes o Servicio:**

Su función principal es servir al cliente a través de terceras personas. En la mayoría de los casos se ubica fuera de la vista del público. Se le considera como extensión de las operaciones de Bodega.

³<http://www.angelfire.com/home/bareshumedos/>

✓ **Bar de Funciones - Open Bar:**

No es permanente, por lo que se suele instalar con muebles desarmables. Su propósito es brindar servicio rápido en conferencias, cenas danzant, coffee break, etc.⁴

✓ **Bar de Vinos:**

Normalmente ofrecen únicamente vinos o bebidas preparadas a base de ellos. También proporcionan piqueos fríos y calientes.

✓ **Bar de Restaurante:**

Bar exclusivo para los comensales de un restaurante. Ofrecen cocteles clásicos internacionales, y un stock de vinos de mesa y fortificados.

Normalmente está en la entrada del restaurante, al que sirve también como zona de recepción.

✓ **Bar de Piscina:**

Están situados en el área de la piscina o dentro de ella. Es frecuente que no utilice vasos de vidrio, pues las roturas representan riesgo para los pies descalzos.

✓ **Bar Público:**

Está abierto al público en general, ofrece una gama de cervezas y bebidas alcohólicas limitadas en marcas. Raramente ofrece cocteles preparados.

En algunos países se acostumbra servir con los licores un menú ligero o bocaditos ("tapas").

⁴<http://oscurve-mibar.blogspot.com/2011/08/bares.html>

PROYECTO DE INVERSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.⁵

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

El estudio de mercado primario.-implica pruebas como encuestas, investigaciones en terreno, entrevistas u observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al producto.

El estudio secundario, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente. Las ventajas del estudio secundario incluyen el hecho de ser relativamente barato y fácilmente accesible. Las desventajas del estudio secundario: a menudo no es específico al área de investigación y los datos utilizados

Segmentación del Mercado.- Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sus segmentos.

⁵BACA URBINA, Gabriel, evaluación de proyectos,2da Edición.2008

Segmentación geográfica.

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.⁶

Segmentación demográfica.

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tazas

Muestreo.

Es la actividad por la cual se toman ciertas muestras de una población de elementos de los cuales vamos a tomar ciertos criterios de decisión, el muestreo es importante porque a través de él podemos hacer análisis de situaciones de una empresa o de algún campo de la sociedad.

DEMANDA Y OFERTA

Demanda .- Se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Análisis de la demanda

La demanda es la relación de bienes y servicios que los consumidores desean y están dispuestos a comprar dependiendo de su poder adquisitivo.

⁶BERNARD, J, G COLLI, Diccionario Económico y Financiero” páginas 40 y 41

La curva de demanda representa la cantidad de bienes que los compradores están dispuestos a adquirir a determinados precios.⁷

Por su cantidad:

Demanda Potencial. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto.

Demanda Real. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado.

Demanda Efectiva. La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica.

Demanda Insatisfecha. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Por su oportunidad en:

Demanda insatisfecha. Cuando los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.

Demanda satisfecha. Servicios que se produce o generan es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

Oferta.- Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un cierto precio.

⁷BERNARD, J, G COLLI, Diccionario Económico y Financiero” páginas 40 y 41

Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

Tipos de oferta

Oferta competitiva o de mercado libre. Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias.

ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

“La comercialización no es la simple transferencia de productos o servicios hasta las manos del cliente; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al cliente la satisfacción que él espera con la compra de éste”.⁸

El producto

Es la descripción del producto o servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características.

Producto Sustituto.- Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

⁸BACA URBINA, Gabriel, evaluación de proyectos, 2da Edición. 2008

Precio del Producto.- Es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por tanto la cantidad ofrecida del mismo es más elevada.

Marketing.-es el conjunto de acciones que se pueden realizar para todo lo referente a la relación que existe entre el mercado (o los consumidores) y un negocio o empresa.

Análisis de precios.- Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda.⁹

Análisis de la Plaza: La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Análisis de la Publicidad.- Se define como la comunicación de masa impersonal que incide sobre las actitudes de las personas. La publicidad ayuda a la venta personal, llega a personas de difícil acceso, conquista grupos de clientes, crea reconocimiento, mejora la imagen, penetra un mercado geográfico y sirve para introducir un nuevo producto. Los medios publicitarios más utilizados son: la televisión, la radio, la prensa, revista, vallas, cine, internet.

⁹El marketing Mix: concepto: estrategia y aplicaciones
Volumen 13 de Biblioteca de manuales prácticos de marketing Ediciones Díaz de Santos, 2006

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

El tamaño del proyecto está determinado por su capacidad instalada y utilizada, se determina por el análisis determinado para la localización disponibilidad de costos de los suministros e insumos, descripción del proceso¹⁰, la organización humana y jurídica que se requiere para el funcionamiento de la empresa. De igual manera la decisión que se toma con respecto al tamaño, determinara el nivel de operación que permitirá la explicación de la estimación de los ingresos por ventas.

TAMAÑO

Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. Es importante señalar que el hecho de estar cerca de la capacidad instalada no significa necesariamente que todos los recursos están cerca de su capacidad máxima.

Capacidad utilizada

Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que pueda obtenerse en un periodo determinado en una cierta rama de Actividad. Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad de instalada depende del conjunto de bienes de capital que la

¹⁰CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos Ecoe Ediciones, Bogotá, 2006 pág. 311-347

industria posee, determinando por tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado.¹¹

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Constituye el punto clave dentro del estudio del proyecto, ya que permite elegir el lugar más apropiado para la instalación del edificio siendo fundamental para el éxito de la misma a través de un análisis microeconómico.

FACTORES QUE INFLUYEN PARA LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Materia prima, Transporte, Mano de obra, Servicios básicos

Macro localización

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de la influencia del proyecto.

Micro Localización

Una vez definida la zona o población de localización se determina el terreno o lugar conveniente para la ubicación definitiva del proyecto.

La información requerida es: Tipo de edificaciones, área inicial y área para futuras expansiones.

¹¹CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos Ecoe Ediciones, Bogotá, 2006 pág. 311-347

Acceso al predio por las diferentes vías de comunicación, carreteras y otros medios de transporte.

Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas y otros servicios de manera específica.

Volumen y características de aguas residuales.

Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Plan del proyecto

La ingeniería del proyecto permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos del bar femenino.¹²

También el componente tecnológico son los elementos y conocimientos con los que cuenta la empresa para procesar los materiales y transformarlos en productos terminados.

Componentes tecnológicos

Determinar el equipo adecuado a los requerimientos del personal que va a adquirir el servicio que irá de acuerdo al nivel de la demanda a satisfacer, la tecnología debe responder a ciertas condiciones propias del mercado , la misma no debe ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que se debe evitar el desperdicio.

Diagrama de Flujo.- es una representación gráfica de un algoritmo. Se utiliza en disciplinas como la programación, la economía, los procesos industriales y la psicología cognitiva. Estos diagramas utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos del algoritmo, y

¹²FERNANDEZ ESPINOSA, Saúl, proyectos de Inversión Evaluación Financiera 2da Edición. 2010

representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de término.

DIAGRAMA DE PROCESO.- Es una representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye, además, toda la información que se considera necesaria para el análisis, tal como distancias recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido.

Distribución de la planta

Es la ordenación física de los elementos industriales. El objetivo primordial que persigue la distribución en planta es hallar una ordenación de las áreas de trabajo y del equipo, que sea la más económica para el trabajo, al mismo tiempo que la más segura y satisfactoria para los empleados.

Estudio organizacional.- se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución del proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero.¹³

Compañía de Responsabilidad Limitada

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente

¹³Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno

por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión propia para que no pueda confundirse con otra compañía.¹⁴

Minuta.- Es un documento privado, elaborado y firmado por un abogado, que contiene el acto o contrato que debe presentarse ante un notario para su elevación ante escritura pública.

Requisitos para la elaboración de la minuta:

La reserva del nombre en Registros Públicos

Presentación de los documentos personales

Descripción de la actividad económica

Capital de la empresa

Estatuto

Organigramas.- son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”.

Existen tres clases de organigramas:

Organigrama Estructural

Organigrama Funcional y

Organigrama Posicional

Niveles Administrativos: Los niveles administrativos cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la Ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos.

¹⁴Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno

Se basa en la división del trabajo y delegación de funciones a los miembros de la empresa, lo cual se lo hará definiendo los niveles de la empresa y valiéndonos de los organigramas.

Nivel legislativo.

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

Nivel Ejecutivo.

Es unipersonal y está representado por el Gerente quien es el responsable por el cumplimiento de las actividades impuestas por el Nivel Legislativo a la unidad bajo su mando.

Nivel Asesor.

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, economía, finanzas, técnica, contable industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

Nivel Auxiliar.

Presta ayuda a los otros niveles administrativos en forma eficiente y oportuna, estos miembros son el apoyo logístico para el desarrollo de las actividades administrativas y operativas.

Nivel Operativo.

Describe al grupo de personas que laboran en la empresa y se encargan de la marcha operativa de la misma, este nivel es el responsable directo

de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

ESTUDIO FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen 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.- es el proceso por el cual un sujeto decide vincular unos recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos a lo largo de un plazo de tiempo que denominamos vida útil de la inversión.

Activos Fijos.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico.¹⁵

¹⁵BRIGHAM, Eugene F. y HOUSTON; Joel F., Fundamentos de Administración Financiera, 1ª edición, México, 2009

Activos Diferidos.

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagadas no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años y está conformado por gastos de constitución y gastos de investigación.¹⁶

Activo Circulante

son los derechos, Bienes materiales o créditos que están destinados a la operación mercantil o procedente de ésta, que se tienen en operación de modo más o menos continuo y que, como operaciones normales de una negociación pueden venderse, transformarse, convertirse en efectivo, darse en pago de cualquier clase de Gastos u obligaciones. Se considera como activo circulante, al Activo fácilmente transformable a efectivo o que por lo general se espera convertir en efectivo dentro de los próximos doce meses.

Capital de Trabajo.

Es una inversión inicial con la que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir para trabajar. Ejemplos: el dinero disponible en caja o bancos, inventarios necesarios en materia prima, materiales, productos en proceso y productos terminados, el tamaño de la cartera o cuentas por cobrar y otros activos corrientes.

Amortización. Se entiende por amortización, el reembolso gradual de una deuda. La obligación de devolver un préstamo recibido de un banco es un

¹⁶BRIGHAM, Eugene F. y HOUSTON; Joel F., Fundamentos de Administración Financiera, 1ª edición, México, 2009

pasivo, cuyo importe se va reintegrando en varios pagos diferidos en el tiempo.¹⁷

Gastos administrativos.- es el pago salarial de dinero del que tiene una relación directa en la empresa y con todo lo que existe a su alrededor contribuyen a la supervisión de la elaboración del producto.

Gastos de Ventas.- aquí se utilizara promociones puerta a puerta y de acuerdo al plan de gastos establecidos por la Empresa el costo de promociones para todo el año es lo que se presupuestara.

Costos fijos.- son los desembolsos que no cambian con el volumen total de ventas o la cantidad de modificaciones que se realizan en la producción con respecto a un nivel de producción relevante.

Costo primo.- es el resultado de sumar la materia prima y el costo de la mano de obra directa. En las empresas industriales, para determinar el costo de producción es necesario elaborar un estado de costos, en el cual se consideran erogaciones como la materia prima y la mano de obra directa, factores que sumados se conocen como costo primo, que es una de las partes del estado de costos. Para producir un bien o mercancía, la empresa requiere comprar materias primas, que luego transformará en un producto final.

Costos de fabricación.- (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia

¹⁷ FOLLETO 2006. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión,

entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.¹⁸

Costos variables.- son costos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de volúmenes de producción o de sus ventas.

Punto de equilibrio.- es el punto en el cual a cierto volumen de producción o ventas la Empresa no gana ni pierde esto es básico para establecer la situación real de la Empresa o de los productos.

Estado de pérdidas y ganancias.- es el reporte de todos los ingresos y gastos que pertenecen a un periodo específico.

Financiamiento.- son las diferentes fuentes a las que recurre el empresario para cumplir con las obligaciones asumidas como egresos.

Interés.-El interés es una tasa. Es el monto de dinero ganado en una inversión o el dinero que se debe en un préstamo.

Balance general.-es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa, aquí se presenta los activos, propiedades de la empresa, los pasivos y las deudas de la empresa y el patrimonio lo que es propiedad de los accionistas o propietarios de la empresa.

Estado de pérdidas y ganancias.-tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio clasificándolos de acuerdo a las principales operaciones del negocio mostrando por

¹⁸FOLLETO 2006. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión,

consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas de un ejercicio económico.

Flujo de caja.- es el estado financiera que se presenta en forma significativamente resumida y clasificada por actividades de operación inversión y financiamiento los diversos conceptos de entradas y salidas de recursos monetarias efectuados durante un periodo con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa en función de su liquidez presente y futura.

INDICADORES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

a. Valor Actual Neto (VAN)

Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos.

Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa. Luego: Para obtener el "Valor Actual Neto" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "Tasa de Descuento" que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión.¹⁹

¹⁹QUILODRAN, Federico, "Manual de preparación de proyectos" Publicaciones UNL.

Formula

$VAN = \text{Sumatoria de Flujos Netos} - \text{Inversión}^{20}$

b. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este método de evaluación considera el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante los cinco años de vida útil del proyecto. La TIR es aquella tasa que igual al valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Los criterios que se consideran para aceptar o rechazar un proyecto en base a la TIR son los siguientes:

- TIR mayor que la tasa del costo del capital se acepta el proyecto
- TIR igual que la tasa del costo del capital es indiferente ejecutar el proyecto
- TIR menor que la tasa del costo de capital se rechaza el proyecto

Formula

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

a. Relación Costo – Beneficio

Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto. Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

$B/C > 1$ Se debe ejecutar el proyecto

$B/C = 1$ Es indiferente ejecutar el proyecto

$B/C < 1$ Se debe realizar el proyecto

²⁰QUILODRAN, Federico, "Manual de preparación de proyectos" Publicaciones UNL.

Formula

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

d. Periodo de Recuperación del Capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.²¹

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

e. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y elVAN (en un proyecto), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.). De este modo teniendo

²¹VARIOS " Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión " Guía de estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica Social y Administrativa; Editorial Universitaria UNL Loja Ecuador, 2004, 2005; 114pp

los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente.

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

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coefficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR²²

²²“ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización del presente trabajo de investigación fue necesario seguir un proceso metodológico y operativo que son las diferentes actividades que se realizaron para llegar al conocimiento del tema a investigar, así como el alcance de los objetivos.

Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales como: suministros y equipos de oficina.

- Entre los suministros se obtiene: papelería, esferográficos, clips, carpetas, CD'S, entre otros.
- En tanto que los equipos de oficina utilizados son: calculadora, computadora, grapadora, perforadora, flash memory, cámara fotográfica, entre otros.

Para hacer efectiva la realización del presente proyecto de tesis se ha recurrido a la aplicación de diferentes técnicas y métodos investigativos que han permitido obtener y ordenar de la forma más adecuada la información necesaria para cumplir con los objetivos planteados en el presente proyecto.

Métodos

Para la realización del presente trabajo investigativo se utilizará los siguientes métodos y técnicas de investigación.

Método Inductivo: Que consiste en un proceso analítico- sintético del cual se parte para el estudio de hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general.

Método Deductivo: Con la utilización de este método parto desde lo más general hasta llegar a los fenómenos particulares; es decir, que mediante conceptos, principios, leyes o normas demostrar cómo las grandes empresas han ido creciendo y como están ahora. Estas bases me permitan elaborar mi proyecto de tesis que es la implantación de un bar femenino en la ciudad de Loja

Método Descriptivo- Analítico: a través de este método se describen y se analizan los resultados obtenidos en el estudio de campo, en el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero.

TÉCNICAS

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó algunas técnicas de investigación como: observación directa, encuestas, Internet, consultas bibliográficas, las mismas que sirvieron para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, como parte del diagnóstico a ejecutar en esta empresa; a continuación se describen las siguientes.:

Observación Directa.- La observación que llevo a cabo durante el desarrollo del proyecto fue la visita a las empresas que prestan servicios similares, lo que me permitió ver la necesidad de crear una empresa que brinde mejor calidad de servicio y aun solo segmento que es el femenino, permitió constatar también la ubicación de la empresa.

Encuesta.-Esta técnica sirvió para preguntar, averiguar en forma escrita la información necesaria para determinar la demanda y oferta de este producto se aplicaron dos tipos de encuestas. La primera fue aplicada a 397 encuestas a las mujeres de la ciudad de Loja de 18 a 60 años. Y la segunda encuesta a los 34 propietarios de los centros de diversión en la ciudad de Loja, cuyo detalle se encuentra en el anexo N° 4.

Población

La población tomada para el desarrollo de este proyecto fue para la ciudad de Loja, en la cual se tomó a las mujeres de 18 a 60 años de edad, así mismo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC en el año 2010, la ciudad de Loja cuenta con 54479 mujeres y una tasa de crecimiento del 2,48%, cuya proyección se describe a continuación:

Formula:

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

$$P_{2012} = 54479(1+0,0248)^2$$

$$Pf_{2012} = 180617 (1,0502)$$

$$Pf_{2012} = 57215 \text{ mujeres}$$

Determinación de la Muestra

La ciudad de Loja cuenta en el año 2012 con una población de 57215 (habitantes mujeres) de 18 a 60 años, siendo esta la población para el cálculo del tamaño de la muestra aplicando la siguiente formula:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo total a encontrar (mujeres de 18 a 60 años)

E= error, se aplica el 5%
1 = Constante

Desarrollo de la fórmula:

$$\frac{57215}{1 + (0.05)^2 (57215)}$$

$$\frac{57215}{144} = 397 \text{ Encuestas}$$

El cuadro de la distribución de las encuestas se encuentra en el anexo N° 5

Procedimiento

Una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se obtuvo una mayor comprensión sobre los datos realizando un análisis e interpretación de la información; Posterior al estudio de mercado se ejecutó el estudio técnico, el estudio organizacional para la nueva unidad productiva, a fin de establecer su base legal y su estructura; así como la parte financiera del proyecto, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

f.RESULTADOS

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS DEMANDANTES

1. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

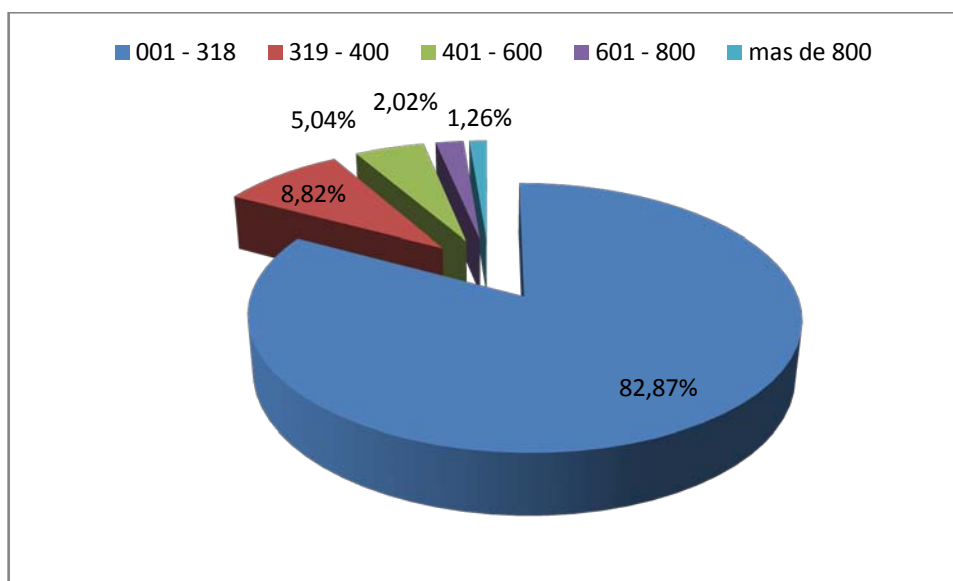
Cuadro Nº 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
001 – 318	329	82,87
319 – 400	35	8,82
401 – 600	20	5,04
601 – 800	8	2,02
Más de 800	5	1,26
Total	397	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: El Autor

Gráfico Nº 1



INTERPRETACIÓN: De acuerdo con esta pregunta se fundamenta para saber sobre el ingreso mensual de las personas encuestadas, un 82,87% que corresponde de sus ingresos mensual de 001 a 318 dólares; de un 8,82% que representa el 319 a 400; un 5, 04% de un sueldo de 401 a 600; el 2,02% que representa el sueldo mensual de 601 a 800 y el 1,26% que es superior más de 800 dólares.

2.¿Utiliza Ud. Los servicios que ofrecen los bares en la ciudad?

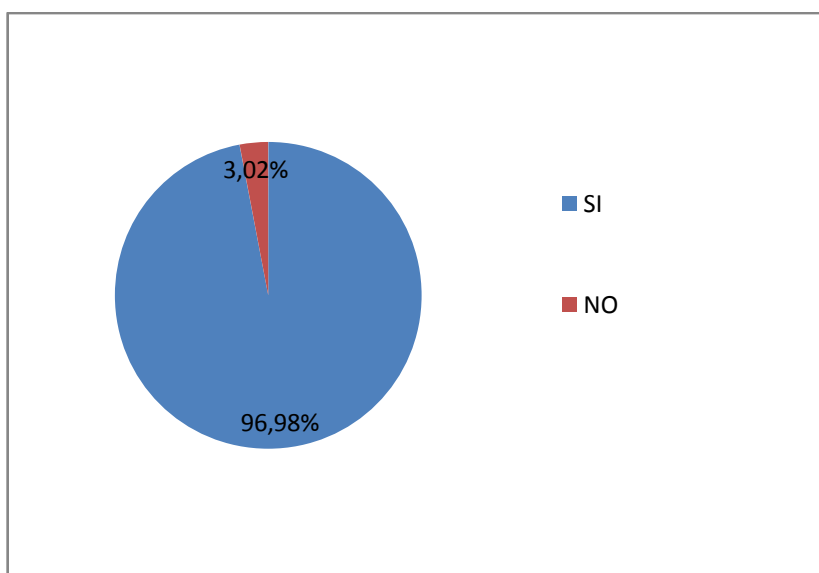
Cuadro N° 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	385	96,98
No	12	3,02
Total	397	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 2



INTERPRETACIÓN: La mayoría de las encuestadas utilizan los servicios que prestan bares en la ciudad obteniendo el equivalente del 96,98%, y de las personas que no visitan estos lugares tenemos un porcentaje mínimo de 3,02%; lo que demuestra que la población lojana visita los bares de la ciudad.

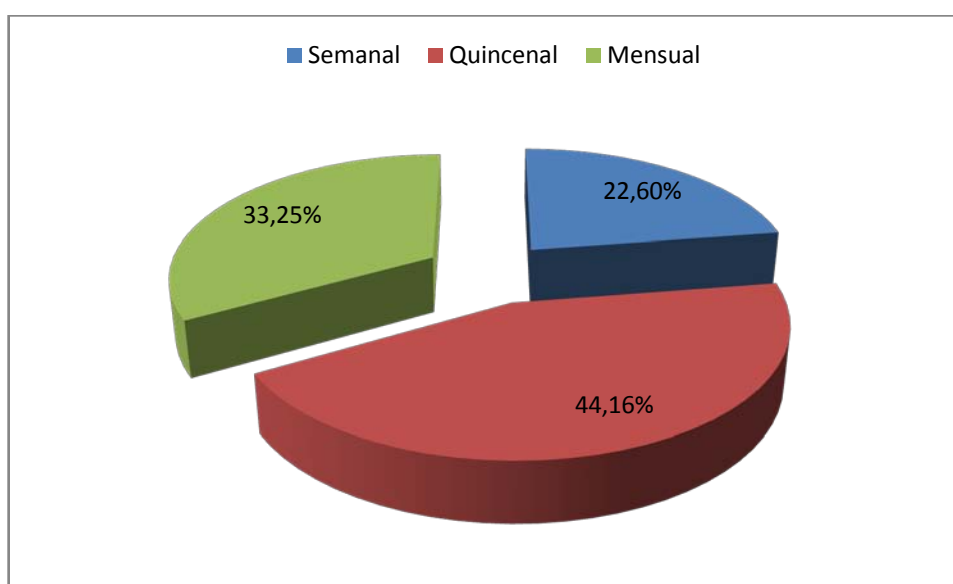
3. ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?

Cuadro N° 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	87	22,60
Quincenal	170	44,16
Mensual	128	33,25
Total	385	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 3



INTERPRETACIÓN: de las 385 encuestas aplicadas señala el gremio femenino que el 22,60% visitan un bar semanalmente un 44,16% quincenal y 33,25% mensual.

Promedio por visitas de mujeres

El consumo promedio es el número de veces que una persona adquiere el servicio, en este caso sería el número de veces que una mujer visitaría el bar.

Cuadro N° 5

Alternativa	Frecuencia	Tiempo	Cantidad Anual
Semanal	78	52,00	4056
Quincenal	220	24,00	5280
Mensual	99	12,00	1188
Total	397		10524

Fuente: Cuadro N° 3
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 6

Frecuencia de Visitas anuales	Total de visitas	Visitas anuales por persona
10524	397	27

Fuente: Cuadro N° 4
Elaboración: El Autor

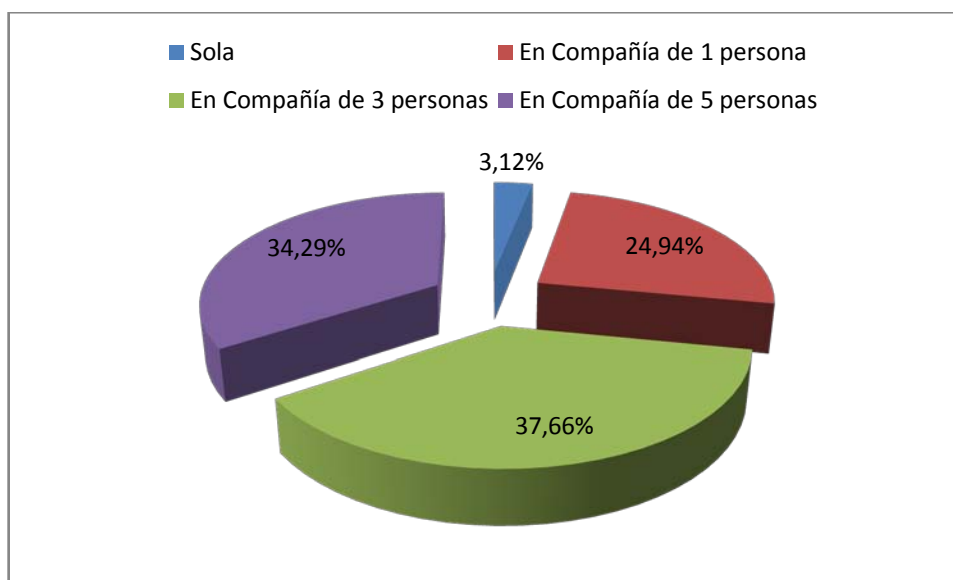
4. ¿Visita estos lugares sola o en compañía? Indique cuantas personas.

Cuadro N° 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sola	12	3,12
En Compañía de 1 persona	96	24,94
En Compañía de 3 personas	145	37,66
En Compañía de 5 personas	132	34,29
Total	385	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 4



INTERPRETACIÓN: De las 385 encuestas aplicadas un 3,12 % afirma que visitan solas los bares, 24,94% en compañía de 1, el 37,66% en compañía de 3 personas, y el 34,29% en compañía de 5 personas.

5. ¿Cuánto paga normalmente por un coctel dentro de un bar?

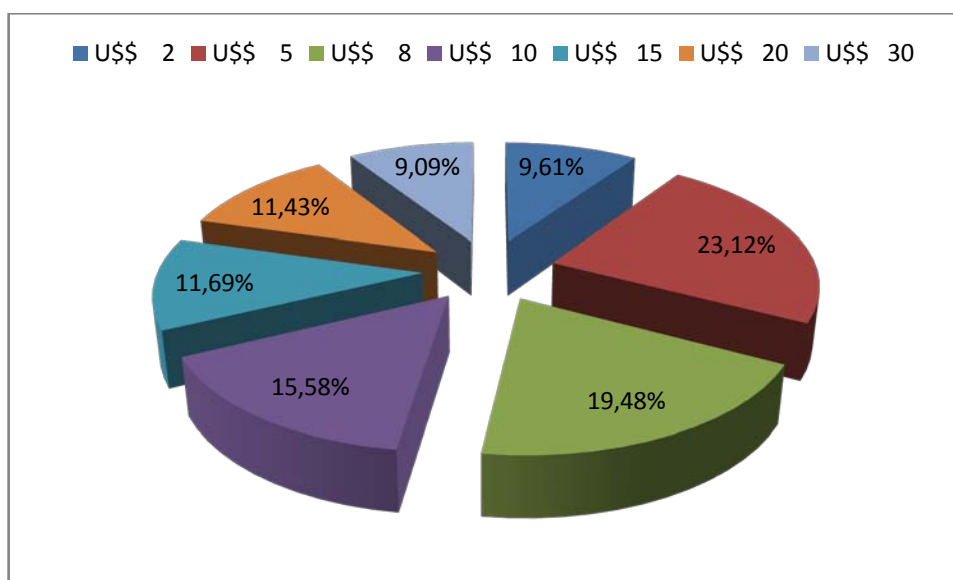
Cuadro N° 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
U\$\$ 2	37	9,61
U\$\$ 5	89	23,12
U\$\$ 8	75	19,48
U\$\$ 10	60	15,58
U\$\$ 15	45	11,69
U\$\$ 20	44	11,43
U\$\$ 30	35	9,09
Total	385	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 5



INTERPRETACIÓN: de las 385 encuestadas se resume que las damas en un 9,61% señalan que pagan \$ 2 por un coctel, 23 ,12% pagan \$5 por un coctel, 19,48% pagan \$8, el 15,58% pagan \$10, 11,69% pagan \$15, 11,43% pagan \$20, y el 9,09% paga por un coctel la suma de \$ 30.

Esto es de acuerdo a las encuestas aplicadas a las mujeres indicaron que el promedio en pagar por un coctel es de \$5 dólares.

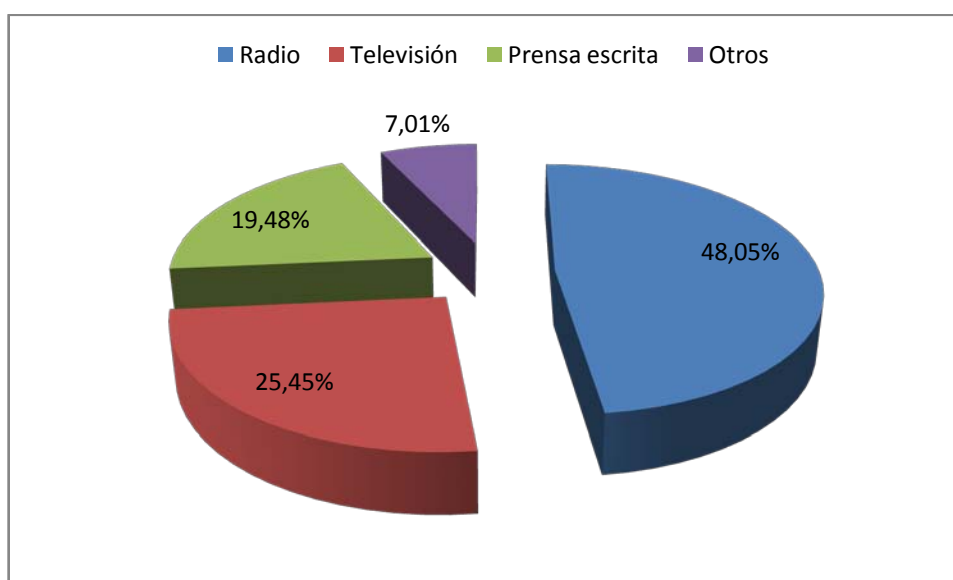
6. ¿Por qué medios de comunicación se entera Ud. de la existencia de estos lugares?

Cuadro N° 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	185	48,05
Televisión	98	25,45
Prensa escrita	75	19,48
Otros	27	7,01
Total	385	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 6



INTERPRETACIÓN: de las 385 encuestas aplicadas al gremio femenino señalan que el 48,05% escuchan la radio como medio informante el 25,45% señalan que es la televisión el medio en que se informan, el 19,48% la prensa escrita utilizada como informante y el 7,01% son otros los medios que se utiliza para ser informados.

7. ¿Usted está de acuerdo en que se debe instalar un bar exclusivamente para mujeres?

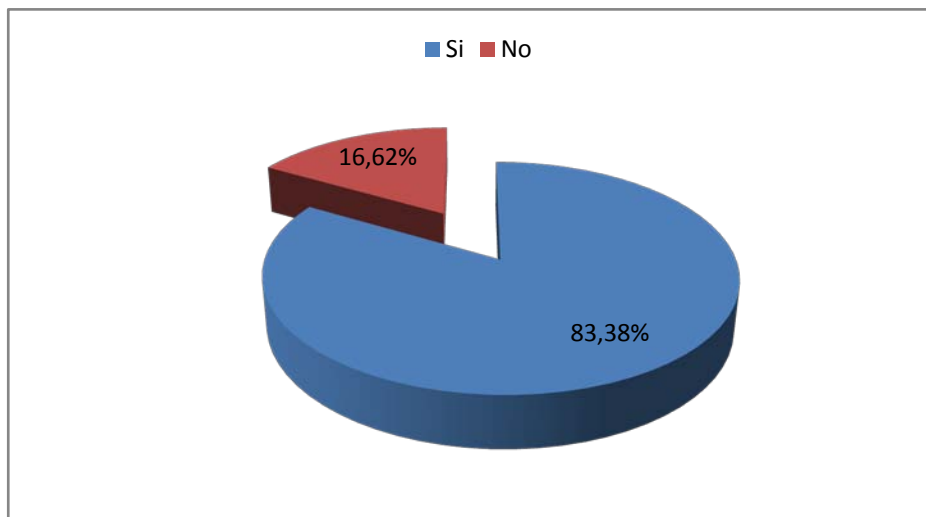
Cuadro N° 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	321	83,38
No	64	16,62
Total	385	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 7



INTERPRETACIÓN: de las 385 encuestas aplicadas el 83,38% señalan que si estaría dispuesto a visitar el bar femenino en donde puedan tener su propio espacio, y el 16,62% señalaron que no visitarían un bar femenino.

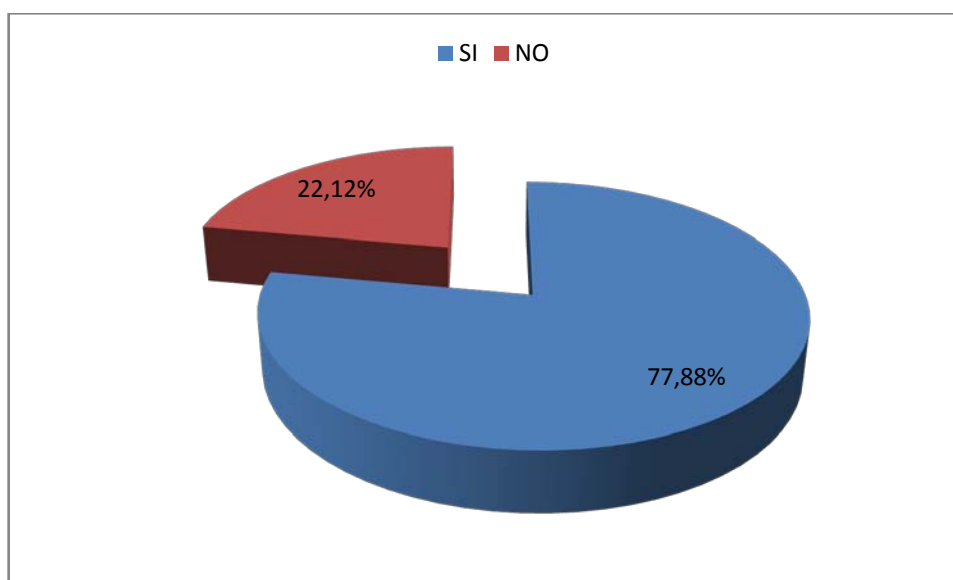
8. ¿Si se instalara un bar específicamente para mujeres con servicios de buena calidad, buen ambiente, con show exclusivos, asistiría o haría uso de estos servicios?

Cuadro N° 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	77,88
No	71	22,12
Total	321	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 8



INTERPRETACIÓN: De acuerdo con esta interrogante aquí se sabe si en el bar específicamente para mujeres con servicios de buena calidad asistirían con el 77,88% y el 22,12% indica que no asistiría; obteniendo así la demanda real o efectiva.

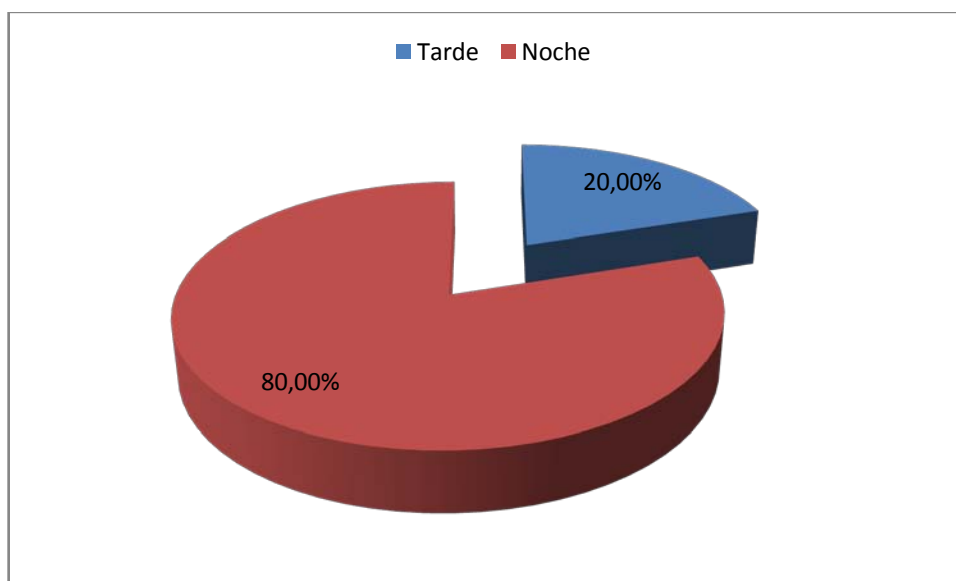
9. ¿En qué horario le gustaría visitar nuestro Bar?

Cuadro N° 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tarde	50	20,00
Noche	200	80,00
Total	250	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 9



INTERPRETACIÓN: Según las respuestas de las encuestadas se obtuvo que el 80,00% manifiestan el horario más factible poder visitar para visitar el bar es en las noches y tan solo el 20,00% expresan que en las tardes sería un buen horario para visitar este nuevo bar.

10. ¿Qué tipo de licor le gustaría servirse?

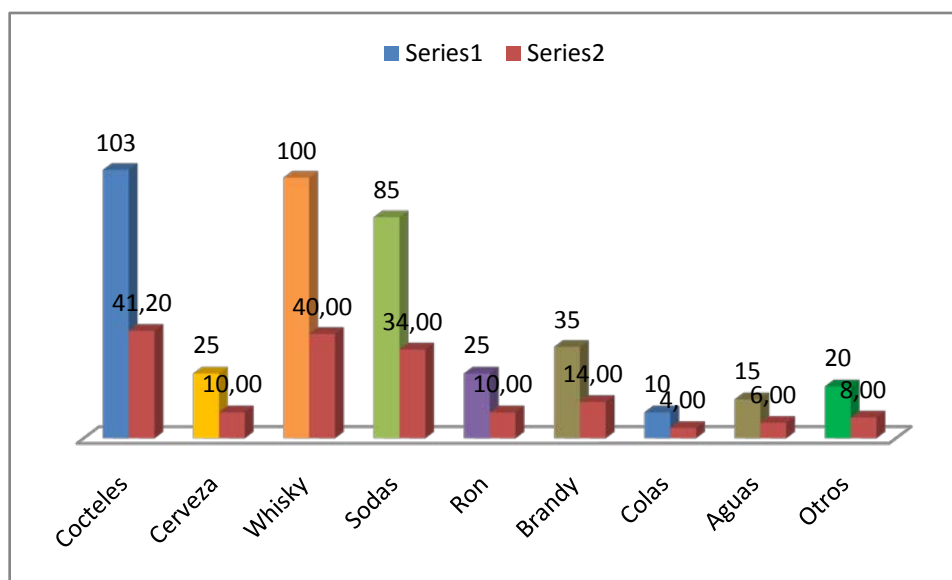
Cuadro N° 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cocteles	103	41,20
Cerveza	25	10,00
Whisky	100	40,00
Sodas	85	34,00
Ron	25	10,00
Brandy	35	14,00
Colas	10	4,00
Aguas	15	6,00
Otros	20	8,00

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 10



INTERPRETACIÓN: La encuesta aplicada nos indica que un 41,20% de las mujeres encuestadas optarían por consumir un coctel dentro del bar, por ser una bebida de moderación, en un 10% prefieren cerveza, en un 40% consumen whisky, en un 34% sodas con el 14% consumen la bebida Brandy, con el 10% consumen Ron, otras indican que consumen lo que son aguas y colas con el 4 y 6% y el 8% indican consumir otros licores.

11.¿Cuánto de dinero en promedio gasta usted en un bar?

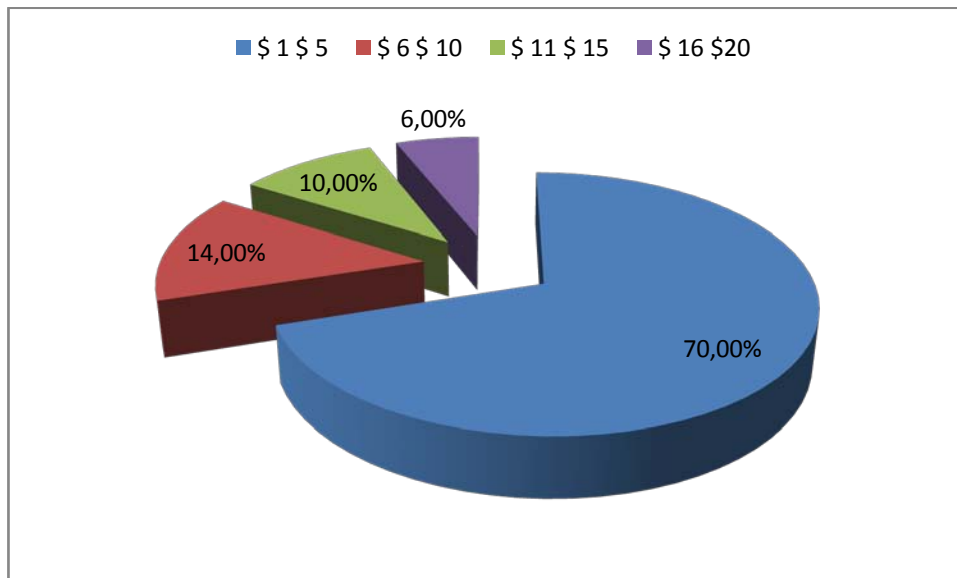
Cuadro Nº 14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1 \$ 5	175	70,00
\$ 6 \$ 10	35	14,00
\$ 11 \$ 15	25	10,00
\$ 16 \$20	15	6,00
Total	250	100,00

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaboración: El Autor

Gráfico Nº 11



INTERPRETACIÓN: De acuerdo con esta Interrogante contestaron que ellas gastan en un bar de \$ 1 a \$5 con el 70%; otras indicaron que realizan un gasto de dinero entre \$6 a \$10 dólares que representa el 14%; de \$1 a \$15 con el 10% y las que realizan un gasto entre\$16 a \$20es el 6%.

ENCUESTA A LOS OFERENTES

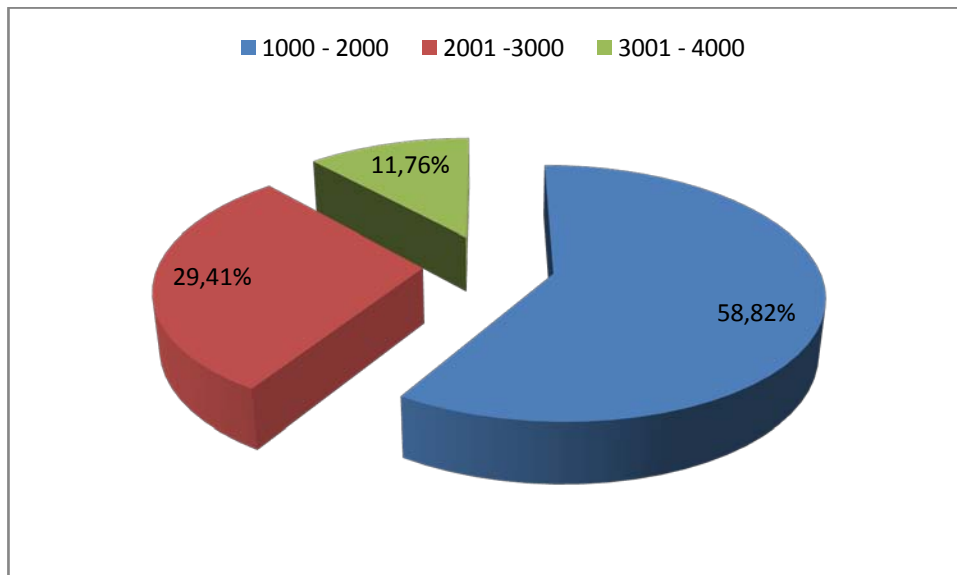
1.¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

Cuadro N° 15

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1000 - 2000	20	58,82
2001 -3000	10	29,41
3001 - 4000	4	11,76
Total	34	100,00

Fuente: Encuesta a los Oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 12



INTERPRETACIÓN: De acuerdo con esta interrogante los oferentes manifestaron que sus ingresos mensuales son de 1000 a 2000 con el 58,82%; de 2001 a 3000 que representa el 29,41% y de 3001 a 4000 con el 11,76%.

2.¿Usted de que centro de diversión es propietario?

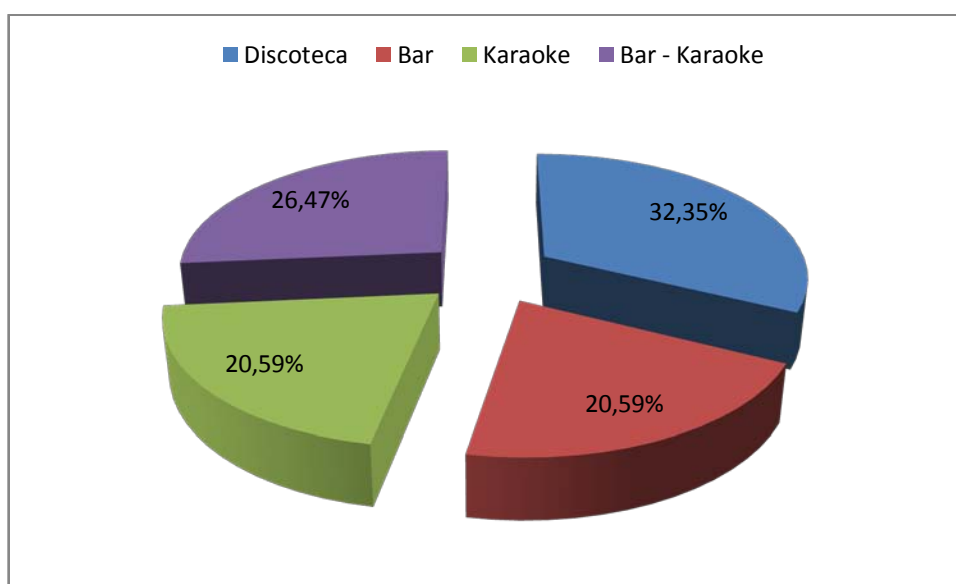
Cuadro Nº 16

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Discoteca	11	32,35
Bares	7	20,59
Karaoke	7	20,59
Bar - Karaoke	9	26,47
Total	34	100,00

Fuente: Encuesta a los Oferentes

Elaboración: El Autor

Gráfico Nº 13



INTERPRETACIÓN: Se observa que 11 son propietarios de Discotecas con el 32,35%; 7 propietarios son dueños de bares que representa el 20,59%; 7 personas indican que son dueños karaoke con el 20,59% y 9 indican que son propietarios de Bar- Karaoke con el 26,47%.

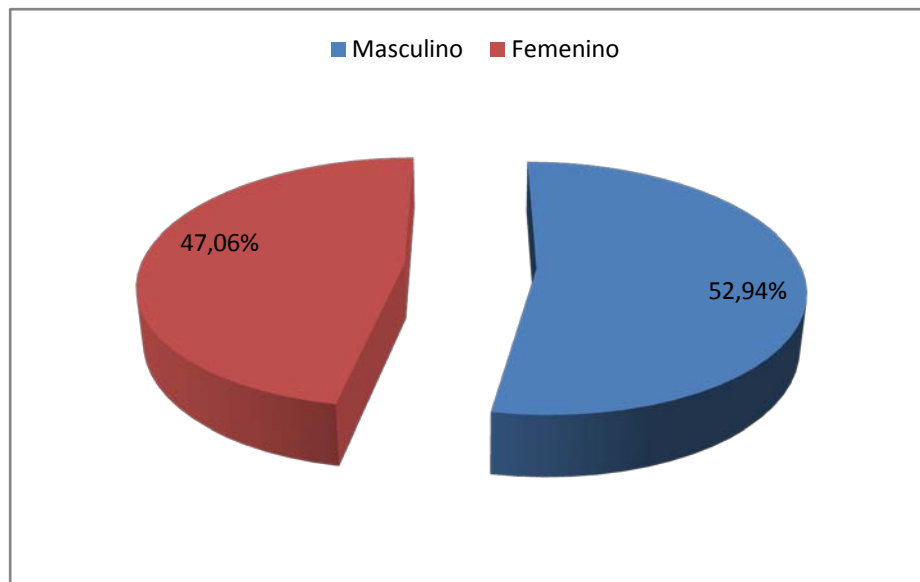
3. ¿De las personas que visitan su centro de diversión, cual es el género que más lo visita?

Cuadro N° 17

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	18	52,94
Femenino	16	47,06
Total	34	100,00

Fuente: Encuesta a los Oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 14



INTERPRETACIÓN: Con respecto a esta pregunta los oferentes indicaron que las personas que más visitan su centro de diversión son masculinos con un porcentaje de 52,94% y otros indican que son femeninas con el 47,06%; se observa que no es mucha la diferencia de los géneros que visitan estos lugares.

4. ¿Cuáles son los servicios que presta su centro de diversión?

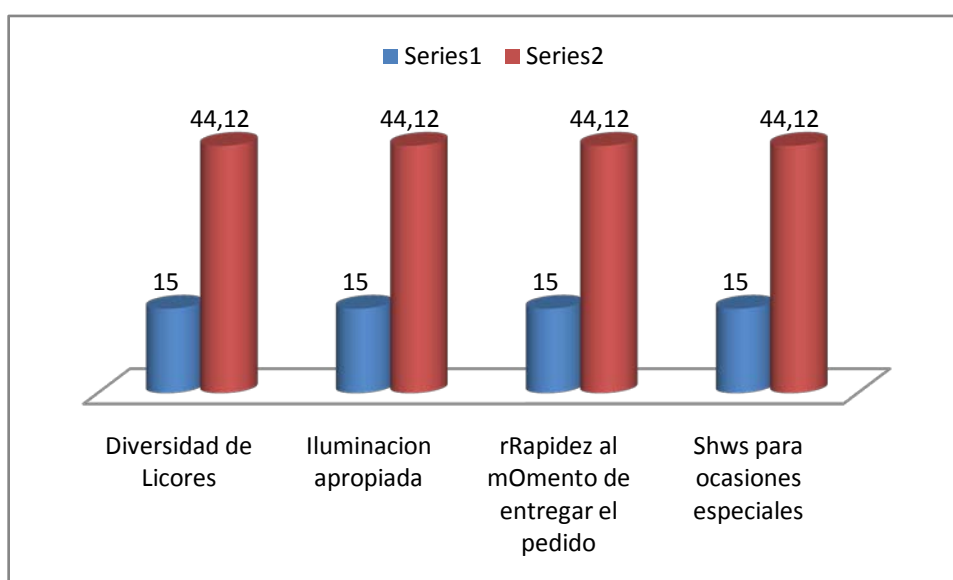
Cuadro N° 18

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diversidad de Licores	15	44,12
Iluminación apropiada	15	44,12
Rapidez al momento de entregar el pedido	15	44,12
Shows para ocasiones especiales	15	44,12

Fuente: Encuesta a los Oferentes

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 15



INTERPRETACIÓN Del total de las oferentes encuestados el 44,12% responden que los servicios que prestan son; diversidad de licores, iluminación apropiada, rapidez al momento de entregar el pedido, shows para ocasiones especiales.

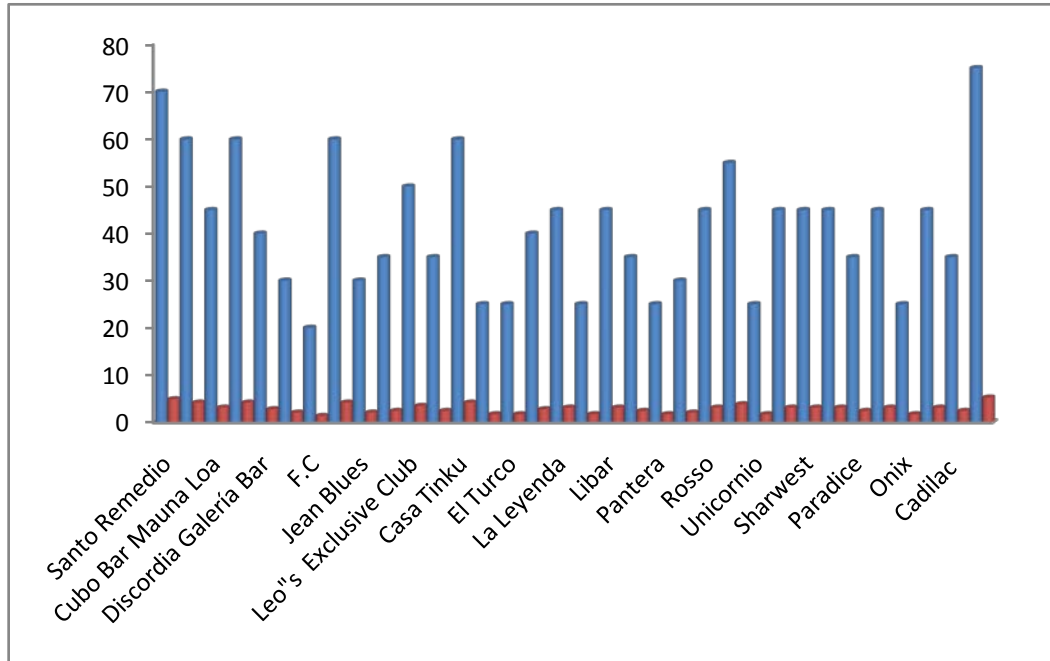
5. ¿En promedio cuantas mujeres visitan su centro de diversión a la semana?

Cuadro N° 19

Alternativa	Frecuencia de mujeres a la semana	Porcentaje
SANTO REMEDIO	70	4,96
BEERS	60	4,26
CUBO BAR MAUNA LOA	45	3,19
DESAHOGOS	60	4,26
DISCORDIA GALERÍA BAR	40	2,84
EL SEÑOR FEUDAL	30	2,13
F.C	20	1,42
FRIENDS	60	4,26
JEAN BLUES	30	2,13
LA SIEMBRA	35	2,48
LEO'S EXCLUSIVE CLUB	50	3,55
LA CHONTA	35	2,48
CASA TINKU	60	4,26
D"CLASE	25	1,77
EL TURCO	25	1,77
EL ABUELO	40	2,84
LA LEYENDA	45	3,19
LA COBACHA	25	1,77
LIBAR	45	3,19
MY BAR	35	2,48
PANTERA	25	1,77
PRO -BAR	30	2,13
ROSSO	45	3,19
TROBAR	55	3,90
UNICORNIO	25	1,77
VIP	45	3,19
SHARWEST	45	3,19
MAGESTY	45	3,19
PARADICE	35	2,48
THE MILLS	45	3,19
ONIX	25	1,77
ORLANS	45	3,19
CADILAC	35	2,48
LA FIESTA	75	5,32

Fuente: Encuesta a los Oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 16



INTERPRETACIÓN: Como se puede dar cuenta en esta interrogante la mayor parte de los centros tienen una gran acogida por el género femenino como se describe a continuación: Santo Remedio Beers, Cubo bar Mauna Loa, Friends Casa Tinku, Pro - bar, Paradise, Orlan, Fiesta.

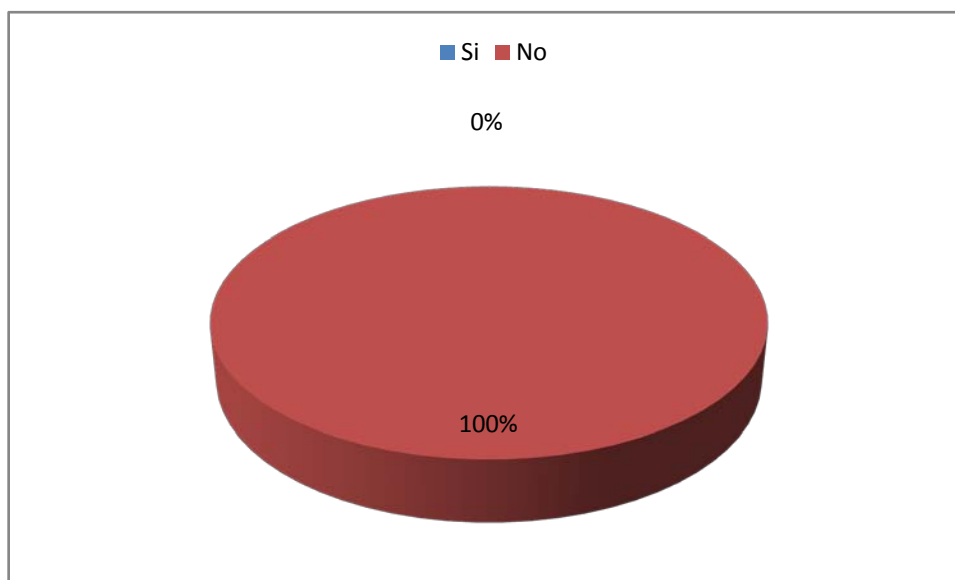
6. ¿Conoce usted de algún centro de diversión solo para mujeres?

Cuadro N° 20

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0,00
No	34	100,00
Total	34	100,00

Fuente: Encuesta a los Oferentes
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 17



INTERPRETACIÓN: Del total de las oferentes encuestadas el 100% indica que no conoce de un centro de diversión exclusivo para mujeres.

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de la Demanda

Para el análisis de la demanda se aplicó una encuesta a la muestra de la población del género femenino de la ciudad de Loja comprendida entre 18 a 60 años segmentación del INEC) que son un número de 397 mujeres, obteniéndose así el número de encuestas para la demanda total. Permitiendo obtener una mejor información, determinando los ingresos económicos, gustos y preferencias en cuanto tiene que ver en el Bar femenino. La encuesta que se realizó se basó en tres segmentaciones para obtener la demanda actual, potencial y real o efectiva.

Demanda Actual

Los demandantes actuales del presente proyecto, se realizaron 397 encuestas al género femenino de la ciudad de Loja comprendida entre los 18 a 60 años de edad de las cuales 385 que equivale 96,98% visitan y utilizan los centros de diversión nocturnos lo que se evidencia en el cuadro N° 2 de la pregunta 2.

Cuadro N° 21

Población	Porcentaje	Demandantes Actuales
57215	96,98%	55487

Fuente: Cuadro N° 3
Elaboración: El Autor

Demanda Potencial

Se conoce como demanda potencial porque son todas aquellas posibles que están dispuestas asistir al bar femenino. Para determinar la demanda potencial se toma la demanda actual que es de 55487 y se multiplica por el 83,38%, que están de acuerdo con que se implemente la empresa bar femenino según el cuadro N° 8 de la encuesta aplicada. Obteniendo como resultado lo siguiente 46265.

Cuadro N° 22

Demanda Potencial

Población	Porcentaje	Demandantes Actuales
55487	83,38%	46265

Fuente: Cuadro N° 9
Elaboración: El Autor

Determinación de la Demanda Real

Con el propósito de determinar los demandantes reales, se preguntó a las personas si se instalara un bar específicamente para mujeres con servicios de buena calidad, buen ambiente utilizaría estos servicios, lo cual se indicó un segmento de mercado del 77,78% que respondieron que si están de acuerdo lo cual se evidencia en el cuadro N°10

Cuadro N° 23

Determinación de los Demandantes Reales

Población	Porcentaje	Demandantes Actuales
46265	77,78%	35985

Fuente: Cuadro N° 11
Elaboración: El Autor

Demanda Efectiva por visitas

El promedio de visitas al bar de 27 personas (Cuadro N° 5), posteriormente se obtiene la demanda efectiva por visitas, multiplicando la demanda real por el promedio de visitas al bar.

Cuadro N° 24
Demanda Efectiva por visitas

demanda Real	N° de Visitas	Total Anual de Visitas
35985	27	971596

Fuente: Cuadro N° 6 y 22

Elaborado: El autor

El presente estudio para proyectar la demanda efectiva se considera para 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro N° 25

Demanda Futura

Año	Demanda Futura
0	971596
1	997343
2	1023773
3	1050903
4	1078752
5	1107339

Fuente: Cuadro N° 23

Elaboración: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta actual, es la cantidad de personas que asisten a cada uno de los centros de diversión. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de personas que asisten frecuentemente a cada local. Con base a esta información se calcula el promedio de oferta semanal.

Cuadro Nº 26

Alternativa	Frecuencia de mujeres a la semana	Porcentaje
SANTO REMEDIO	70	4,96
BEERS	60	4,26
CUBO BAR MAUNA LOA	45	3,19
DESAHOGOS	60	4,26
DISCORDIA GALERÍA BAR	40	2,84
EL SEÑOR FEUDAL	30	2,13
F.C	20	1,42
FRIENDS	60	4,26
JEAN BLUES	30	2,13
LA SIEMBRA	35	2,48
LEO"S EXCLUSIVE CLUB	50	3,55
LA CHONTA	35	2,48
CASA TINKU	60	4,26
D"CLASE	25	1,77
EL TURCO	25	1,77
EL ABUELO	40	2,84
LA LEYENDA	45	3,19
LA COBACHA	25	1,77
LIBAR	45	3,19
MY BAR	35	2,48
PANTERA	25	1,77
PRO -BAR	30	2,13
ROSSO	45	3,19
TROBAR	55	3,90
UNICORNIO	25	1,77
VIP	45	3,19
SHARWEST	45	3,19
MAGESTY	45	3,19
PARADICE	35	2,48
THE MILLS	45	3,19
ONIX	25	1,77
ORLANS	45	3,19
CADILAC	35	2,48
LA FIESTA	75	5,32
Total	1410	100,00

La oferta anual es de 73320 visitas a los Bares de la ciudad de Loja. Los precios varían de acuerdo a la discoteca o bar donde el consumidor asiste a continuación se presenta el cuadro de la proyección.

Cuadro N° 27
Proyección de la Oferta

Año	Oferta
0	73320
1	75263
2	77257
3	79305
4	81406
5	83564

Fuente: Cuadro N° 24

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

La demanda insatisfecha es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio. Para el cálculo de la demanda insatisfecha del proyecto se resta de la demanda efectiva y la oferta como se expone a continuación.

Cuadro N° 28

Años de vida útil	Demanda Futura	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	971596	73320	898276
1	997343	75263	922080
2	1023773	77257	946515
3	1050903	79305	971598
4	1078752	81406	997345
5	1107339	83564	1023775

Fuente: Cuadro N° 23 y 25

Elaboración: El Autor

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Producto.- La prestación del servicio del Bar va dirigido específicamente al género femenino, el servicio prevé contar con el talento humano apto, capacitado y suficiente para poder atender a nuestra futura clientela en los horarios de Martes a Sábado de 18:00pm a 2.00 am en un ambiente agradable y seguro para comodidad de nuestras clientes, capaz de cubrir la demanda existente en el mercado, brindando nuevas fuentes de empleo de forma directa e indirecta.

Entre las principales características que destacan a este servicio se describen, su calidad, eficacia, que significan unas excelentes características que diferencian de los bares existentes, y que servirán para ser del agrado de nuestras usuarias.

Características del Servicios

Los bares, karaokes y otros centros de diversión vienen ofreciendo a la colectividad lojana servicios como: diversión, entretenimiento, variedad, etc, mismos que son demandados por gran cantidad de personas de ambos sexos.

El proyecto en mención se caracteriza principalmente para ofrecer un servicio diferenciado, para las mujeres que visiten el nuevo bar a implementarse y se sientan cómodos. El bar se dedicara a la presentación de diferentes servicios tales como: diversidad de licores y cocteles. Además la empresa ofrecerá servicios en los días especiales que deseen los clientes realizar así como: en los cumpleaños, celebrar el día del amor y la amistad, día de la madre, el día de la mujer, etc, ofreciendo estos

servicios para que los clientes se sientan satisfechos de los servicios que ofrecerá la empresa.

Para el diseño del servicio se elaboró nombre, slogan, horarios de atención y promociones.

Nombre de la Empresa:

“Entre Amigas”

Logotipo



SLOGAN

“ENTRE AMIGAS ES MAS DIVERTIDO”

Horarios de Atención

La empresa ofrecerá los servicios en los siguientes horarios

De martes a jueves laborara de 6: 00pm a 12: 00pm

Los días viernes y sábado laborara de 6: 00pm a 2: 00 pm según lo establecido actualmente por la ley para bares, restaurantes, licoreras y otros servicios de atención nocturna.

Servicios a Ofrecer



- ✓ Daiquirí
- ✓ Margarita
- Cuba libre
- Adelita

Organización del servicio

La puesta en marcha de este servicio será mediante la instalación de un bar en un lugar estratégico de la ciudad, el cual brindara una atención de calidad exclusivo al gremio femenino, donde podrá ser atendido con confort, contando con un su propio espacio que le permitirá divertirse y salir de la rutina diaria en un ambiente exclusivo para mujeres, brindándole también la oportunidad de disfrutar de exquisitas bebidas.

PRECIO.- El precio de las bebidas que se expenderán aquí será determinado mediante el costo total de producción más el porcentaje de utilidad que se desee ganar, tomando en cuenta que este precio debe ser menor o igual que el de la competencia semejante.

PLAZA.- El lugar donde se instalara este servicio será un lugar accesible y apropiado de la ciudad de Loja, estrictamente segmentado al gremio femenino.

La empresa utilizara un canal directo:



En este canal la empresa será la encargada de la venta del servicio al usuario final.

PROMOCIÓN.- las promociones se darán de acuerdo a como se establezca el presupuesto total, tomando en cuenta que al momento inicial de una empresa esta deberá dar promociones para poder dar a conocerse en el mercado y poder introducirse en el con mayor rapidez.

Las estrategias de publicidad y promoción, son técnicas y medios que puede utilizar la empresa para poder potenciar la venta y el posicionamiento de la marca y los productos de esta, así tenemos que dado esto se establecerán una serie de aspectos o consideraciones sobre la publicidad de tal forma que esta cumpla con los objetivos de la empresa.

PUBLICIDAD

El principal objetivo de la publicidad consiste en dar a conocer el producto y convencer a los usuarios para que adquieran el servicio.

En base a la interrogante de la encuesta aplicada al género femenino de la ciudad se toma en cuenta la marcada aceptación que tienen las estaciones radiales de Loja y por la cual optaremos acentuar una campaña publicitaria, sin descartar los demás medios que son de mucha importancia. Se realizara mediante cuñas radiales con una duración de 15 segundos a través de la radio rumba que es la más sintonizada.

Cuadro N° 29

Medios de comunicación	Frecuencia	Días	Horarios
RADIO (<u>Rumba</u>)	3 cuñas	Lunes a Sábado	12:h00pm, 15:h00

Elaboración: El Autor

2. ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a ésta área.

El estudio técnico comprende dos aspectos fundamentales:

- Determinar las posibilidades técnicas para brindar un servicio.
- Establecer el tamaño y localización óptima, así como los requerimientos de recursos básicos para el servicio; considera los datos del estudio de mercado con el fin de establecer el tipo de tecnología adecuada, espacio físico necesario y recursos humanos eficientes que permitan ofrecer un servicio de acuerdo a las exigencias del cliente.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se determinó tomando, como referencia los resultados que arrojó el estudio de mercado, principalmente el balance de la oferta y la demanda. El tamaño del proyecto está determinado por su capacidad instalada y utilizada, lo cual se establece por el análisis comprobado para la localización, disponibilidad de costos de los suministros e insumos, descripción del proceso, la organización humana y jurídica que se requiere para el funcionamiento de la empresa. De igual manera la decisión que se toma con respecto al tamaño determinará el nivel de operación que permitirá la explicación de la estimación de los ingresos por ventas.

Capacidad Instalada.-La capacidad instalada es el nivel de servicio máximo al que podría llegar la empresa haciendo el 100% de la capacidad. La capacidad instalada se expresa por la capacidad del local.

El local tiene una medida de 50 m² en el área de servicio, con una capacidad de 150 personas esto multiplicado por los 5 días (martes a sábado) a la semana que se trabajara, dando un resultado de 750 personas y esto multiplicado por 52 semanas que tiene el año se obtiene un total de 39000 personas al año.

Cuadro N° 30

Capacidad de Personas en el Local	Días Laborable	Semanas al Año	Total Anual
150	5	52	39000

Elaboración: El Autor

Capacidad Utilizada

Es el rendimiento o nivel de servicio, esta capacidad está determinada por el diseño del espacio físico que tendrá el bar femenino para la comodidad de los clientes, según el nivel de demanda que se desea cubrir durante un determinado período de tiempo.

La capacidad se ha tomado en cuenta por el espacio físico del local en lo cual solo pueden colocar 25 mesas de 4 sillas, es decir tendría una capacidad de 100 personas estas multiplicadas por 5 días a la semana que laborara la empresa se obtiene como resultados a 500 personas a la semana, lo cual se lo multiplico por las 52 semanas que tiene el año se

obtiene un total de 26000 personas al año siendo esta la capacidad utilizada.

Cuadro N° 31

Mesas	N° sillas	Capacidad Instalada	N° de personas a la semana	N° personas anual
25	4	100 personas	500	26000

Elaboración: El Autor

Capacidad Instalada

Cuadro N° 32

Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
39000	66.67%	26000
39000	71.67%	27950
39000	76.67%	29900
39000	81.67%	31850
39000	86.67%	33800

Elaboración: El Autor

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización tiene por objeto determinar el mejor lugar para la ubicación del proyecto, a fin de obtener la máxima utilidad. Para determinar la localización se debe tener en consideración los siguientes aspectos:

Aspectos Legales

Para la creación de la empresa se deberá realizar todos los trámites y cumplir con los requisitos de la Superintendencia de Compañías y del SRI, así como también los correspondientes permisos municipales.

Mano de Obra.

La ciudad de Loja cuenta con personal profesional calificado, así como, mano de obra semi-calificada y no calificada, lo cual garantiza, que se podrá contar con el personal que se requerirá para la ejecución del proyecto.

Vías de Acceso y Transporte a la Zona.

La ciudad y la zona en estudio cuentan con buenas vías de acceso y transporte público directo a la zona.

Materia Prima.

La ciudad de Loja cuenta con distribuidores directos de productos de primera necesidad lo cual garantiza, los mejores precios y un abastecimiento permanente.

Servicios Básicos.

En la zona de estudio, ya se encuentran instaladas redes primarias de alcantarillado y agua potable, así como, alumbrado público, lo que garantiza el acceso a estos servicios indispensables para la ejecución del proyecto.

Macro localización

EL proyecto se ubicará en la ciudad de Loja, capital de la provincia del mismo nombre, en la zona Sur de la Sierra de nuestro país Ecuador.

Se ha establecido la ubicación del proyecto en la ciudad de Loja por las siguientes razones:

Loja, en su calidad de capital provincial, se constituye en la urbe más importante de la provincia; se la considera una ciudad de gran crecimiento

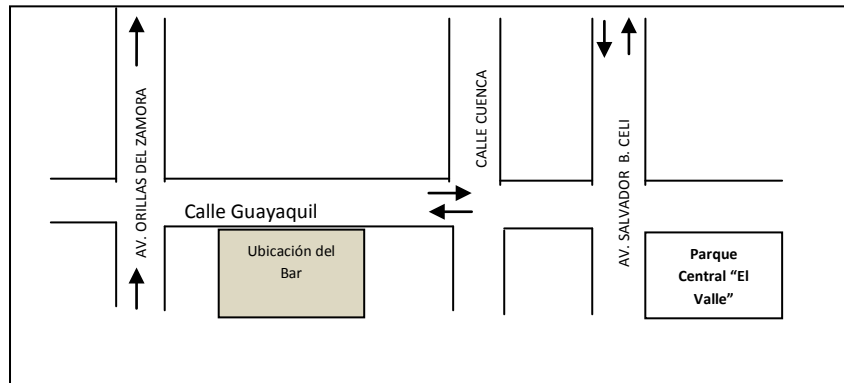
urbano, por la gran actividad comercial formal e informal que en forma permanente se realiza en la misma.



Micro localización

Para la ejecución del proyecto se ha establecido el sector de “El Valle” perteneciente a la parroquia urbana del mismo nombre de la ciudad de Loja, este sector se encuentra al Norte de la ciudad a 10 minutos del centro, a 5 minutos del centro comercial Hipervalle y 3 minutos de la vía que conecta con la población de Zamora Chinchipe, así mismo, se encuentra muy cercano al principal centro de reunión familiar el Parque Jipiro, lugar que es muy frecuentado por turistas nacionales y extranjeros. El Bar arrendará un local para su funcionamiento, el mismo que cuenta con un amplio espacio físico, con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono, alcantarillado, transporte, etc.) para mayor confort de nuestros clientes.

UBICACIÓN DE LA EMPRESA

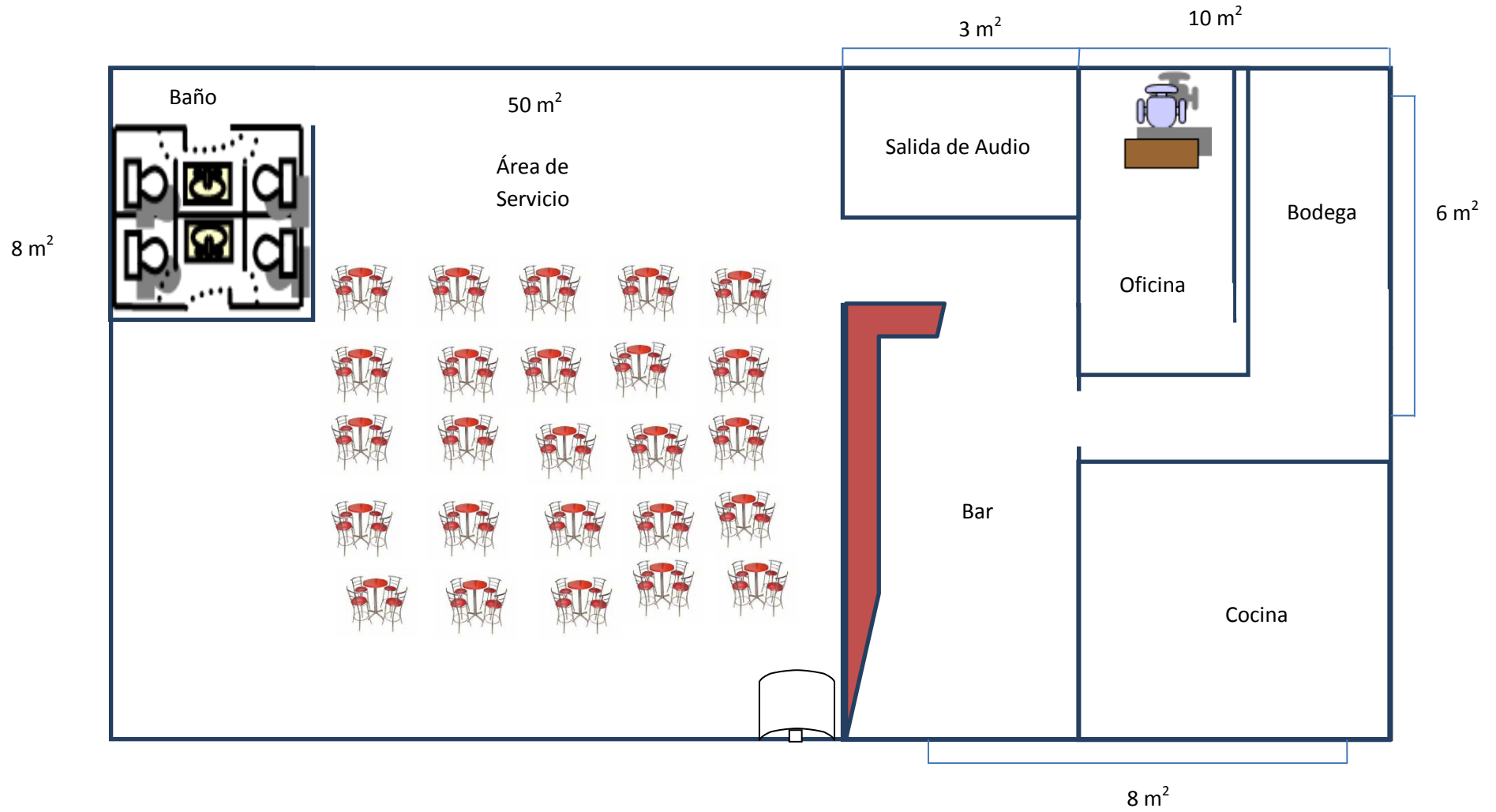


DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Es el lugar u obra física en donde la empresa desarrollará sus actividades de administración y servicio, organizando en forma secuencial los espacios de los diferentes puestos de trabajo y sitios de constante actividad.

El área del local tendrá un espacio de 75m^2 los mismos que será distribuidos de las siguiente forma: Se dispondrá de 50m^2 para mesas y atención; 10 m^2 para gerencia y caja; 6 m^2 para cocina o bar; 8 m^2 bodega; 8 m^2 baños; 3 m^2 para audio. El local donde funcionará el Bar será arrendado en el sector del Valle.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto permite acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de la instalación de la empresa.

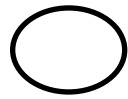
Componentes Tecnológicos

Determinar el equipo adecuado a los requerimientos del personal que va a adquirir el servicio que irá de acuerdo al nivel de la demanda a satisfacer, la tecnología debe responder a ciertas condiciones propias del mercado , la misma no debe ser ni muy alta (tecnología de punta)ni elemental para el proceso, ya que se debe evitar el desperdicio.

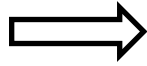
Diagrama de Proceso

Es una representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye además, toda la información que se considera necesaria para el análisis, tal como distancias recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido.

GRAFICOS DE UN DIAGRAMA DE PROCESO



= Operación, cambio o transformación al servicio



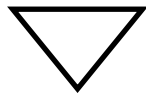
= Transporte, movilización



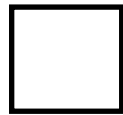
= Inspección, control



Demora en el proceso



= Almacenamiento



= Operación Combinada

DIAGRAMA DE FLUJO O PROCESO DEL COCTEL MARGARITA

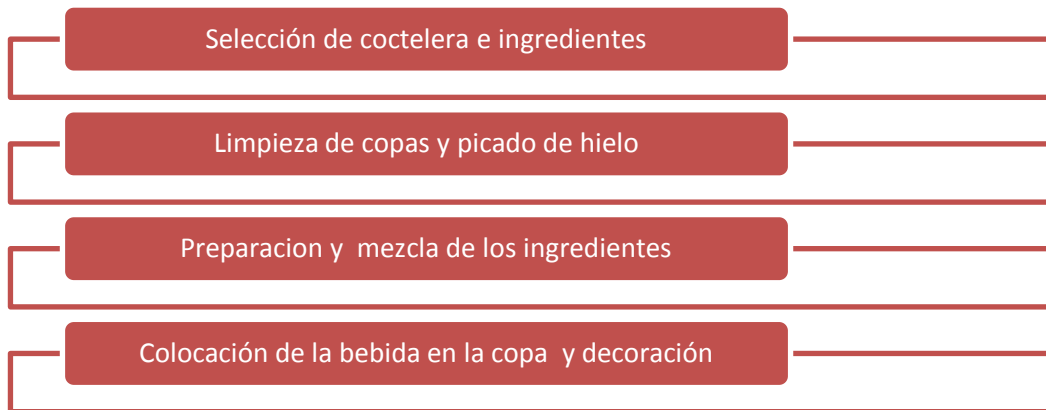
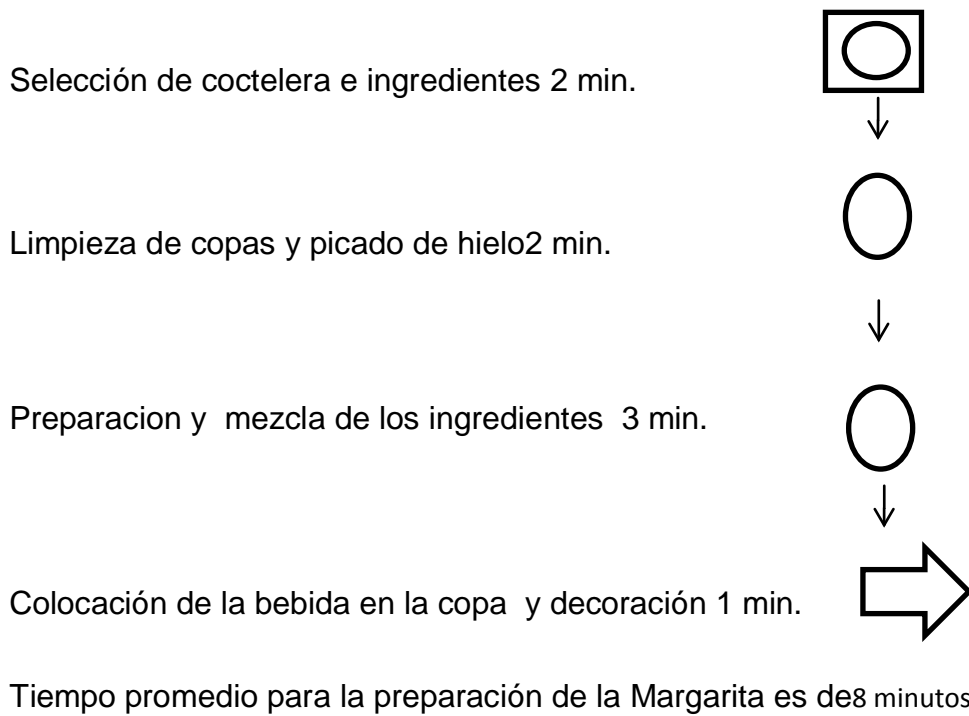
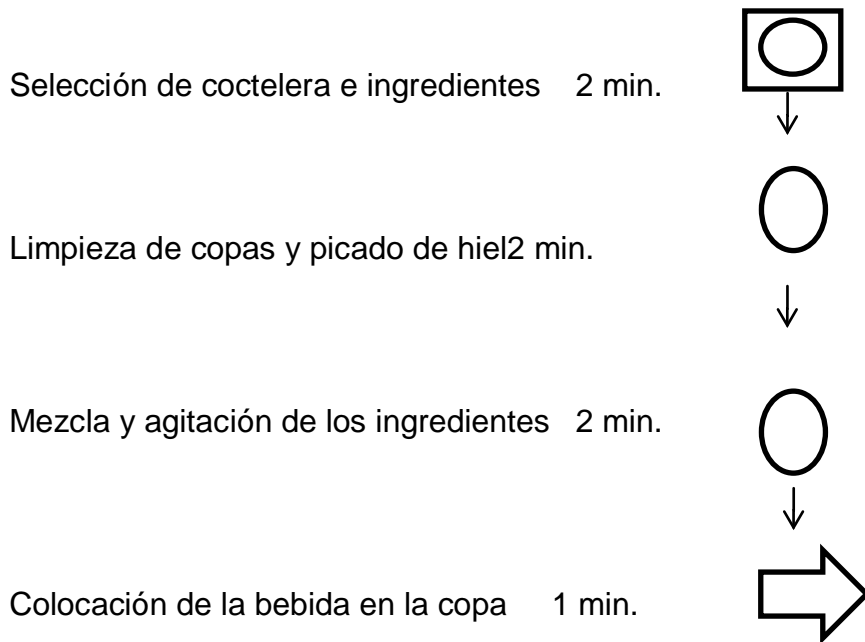


DIAGRAMA DE FLUJO O PROCESO DEL COCTEL ADELITA



Tiempo promedio para la preparación del coctel es de 7 minutos

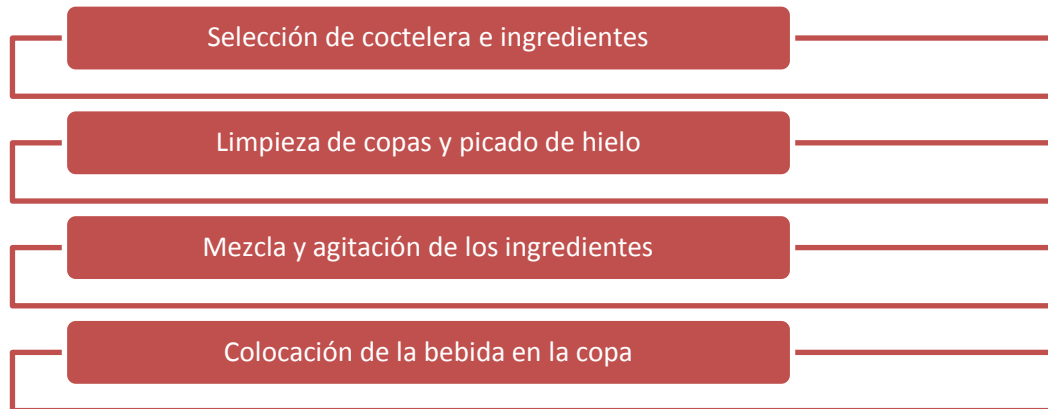
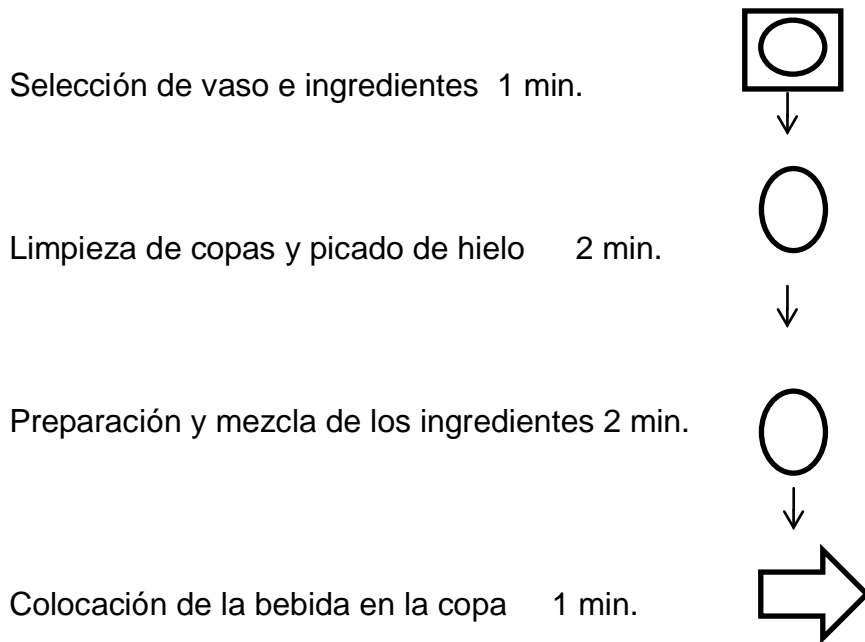


DIAGRAMA DE FLUJO O PROCESO DEL COCTEL CUBA LIBRE



Tiempo promedio para la preparación de la Margarita es de 6 minutos

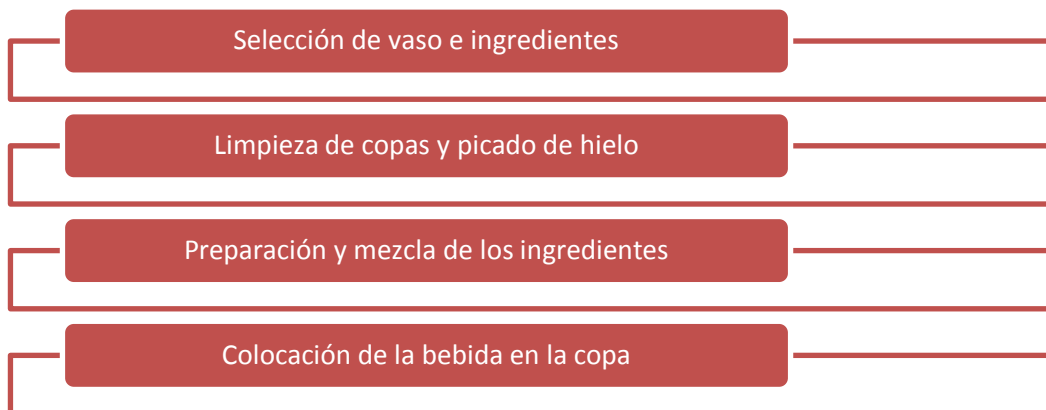
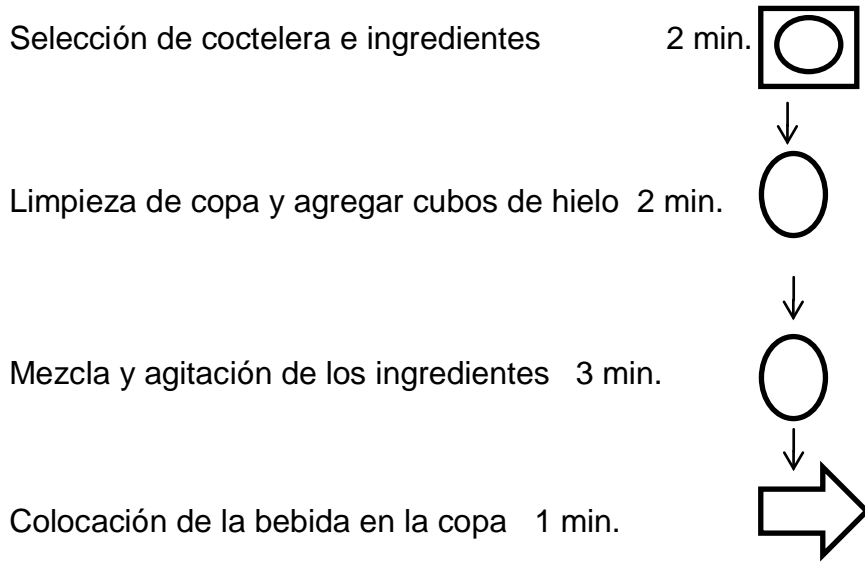
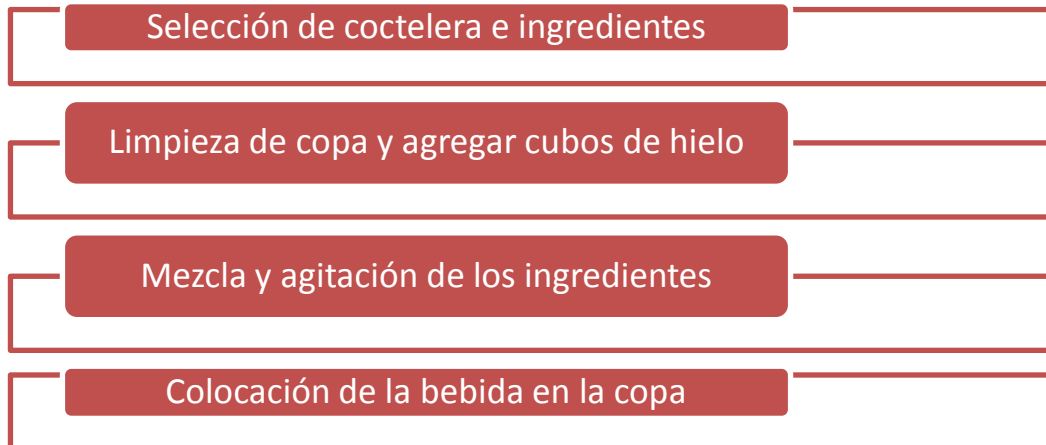


DIAGRAMA DE FLUJO O PROCESO DEL COCTEL DAIQUIRÍ



Tiempo promedio para la preparación de la Margarita es de 8 minutos



Proceso de Venta

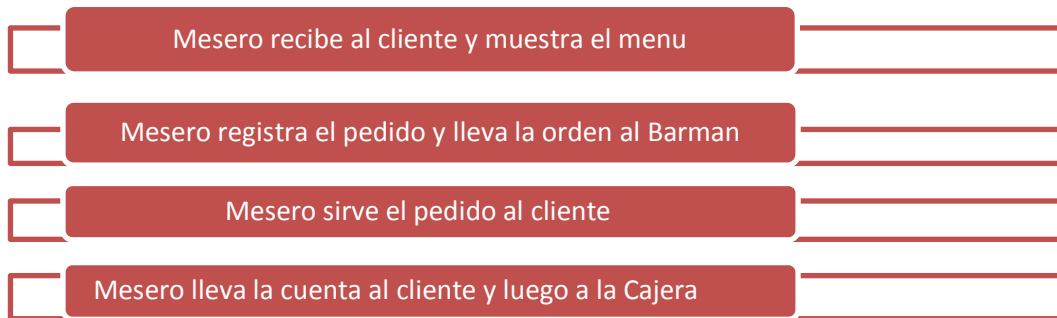
El proceso de venta de los productos que ofertará la empresa es similar para los cuatro (4) productos, el mismo que se detalla a continuación: (1 PEDIDO)

Recepción y muestra del menú: Mesero da la bienvenida al cliente e indica el menú.

Registro y pro-despacho del pedido: Mesero registra la orden y la lleva al Barman.

Despacho del pedido u orden: Mesero sirve al cliente.

Cobro de cuenta: Mesero lleva la cuenta al cliente y luego a la cajera.



Elaboración: El Autor

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA EL BAR

TELEVISOR 3D



BATIDORA BÁSICA DE BAR 400W HAMILTON



COCINA



GAS



OLLAS



BIDÓN DE AGUA



COCTELERAS



CENICEROS



JARRAS DE CERVEZA



3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

Organización Legal de la Empresa.

La forma legal de constitución de la empresa, tiene directa relación con el marco específico que lo norma tanto en lo legal, tributario y administrativo como en las formas de fiscalización. Desde este punto de vista se han analizado algunos aspectos relacionados con la constitución de las empresas, para lo cual al realizar dicho análisis se determinó la forma jurídico - administrativa más conveniente es el de conformar una **COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

El **Art. 93** de la Ley de Compañías establece: "La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura". La Empresa existirá a partir de la fecha a inscribirse mediante el contrato social en el registro mercantil, para efectos fiscales y tributarios de la empresa.

- **Capital Social**

Al constituirse la compañía, el capital estará conformado con las aportaciones que estarán pagadas por lo menos el 50% de cada participación, las aportaciones pueden hacerse en numerario o en especie. Por tanto, el saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor a 12 meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en uno de los bancos de la localidad a nombre de la compañía en formación

Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación, en el que constará su carácter de no negociable y el número de sus aportaciones.

- **Razón Social**

La Razón Social de la empresa estará definida por los socios. Para efectos de nuestro proyecto se denominará:

EMPRESA "ENTRE AMIGAS " Cía. Ltda.

- **Objeto Social**

El objeto social de la empresa será el servicio de bar.

- **Domicilio**

La empresa estará ubicada en:

PROVINCIA: Loja

CANTÓN: Loja

BARRIO: El Valle

CALLES: calles Guayaquil y Orillas del Zamora.

- **Duración**

El tiempo de duración de la empresa será de 5 años, término del cual podrá ser renovado si así lo deciden los socios.

- **Base Legal**

La empresa se regirá por la Constitución Política de la República, la Ley de Compañías, Código de trabajo y otros reglamentos pertinentes.

Estructura Empresarial.

Permite asignar funciones y responsabilidades al talento humano que conforma la empresa. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas con su respectivo manual de funciones.

La forma legal de constitución de la empresa, tiene directa relación con el marco específico que lo norma tanto en lo legal, tributario y administrativo como en las formas de fiscalización.

La empresa de servicio de bar, estará integrada con el siguiente personal:

- Junta General de Socios
- Gerente
- Asesor Jurídico
- Secretaría-Contadora
- Guardián
- Meseros
- Barman

Niveles Jerárquicos

Dentro de la estructura legal de la empresa se considerará los siguientes niveles jerárquicos.

Nivel Legislativo

Está representado por la Junta General de socios, quienes toman decisiones sobre las políticas de la empresa, reglamentos generales de la misma, normar procedimientos, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir sobre aspectos que tengan mayor relevancia en la empresa.

Nivel Directivo

Dentro de este nivel se encuentra inmerso el Gerente de la empresa, el mismo que es elegido por la Junta General de Social, por un período de dos años con la posibilidad de ser reelegido indefinidamente.

Nivel Ejecutivo

La constituyen el Gerente, este nivel toma las respectivas decisiones sobre las políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

Nivel Asesor

Lo conforman el Asesor Jurídico cuya función es la de sugerir, recomendar, aconsejar en relación de materia jurídica.

Nivel Auxiliar

Lo integra la secretaría-contadora, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Además es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas asesoras y operacionales.

Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y operacionales, y ejecutar las actividades administrativas de rutina.

Nivel Operativo

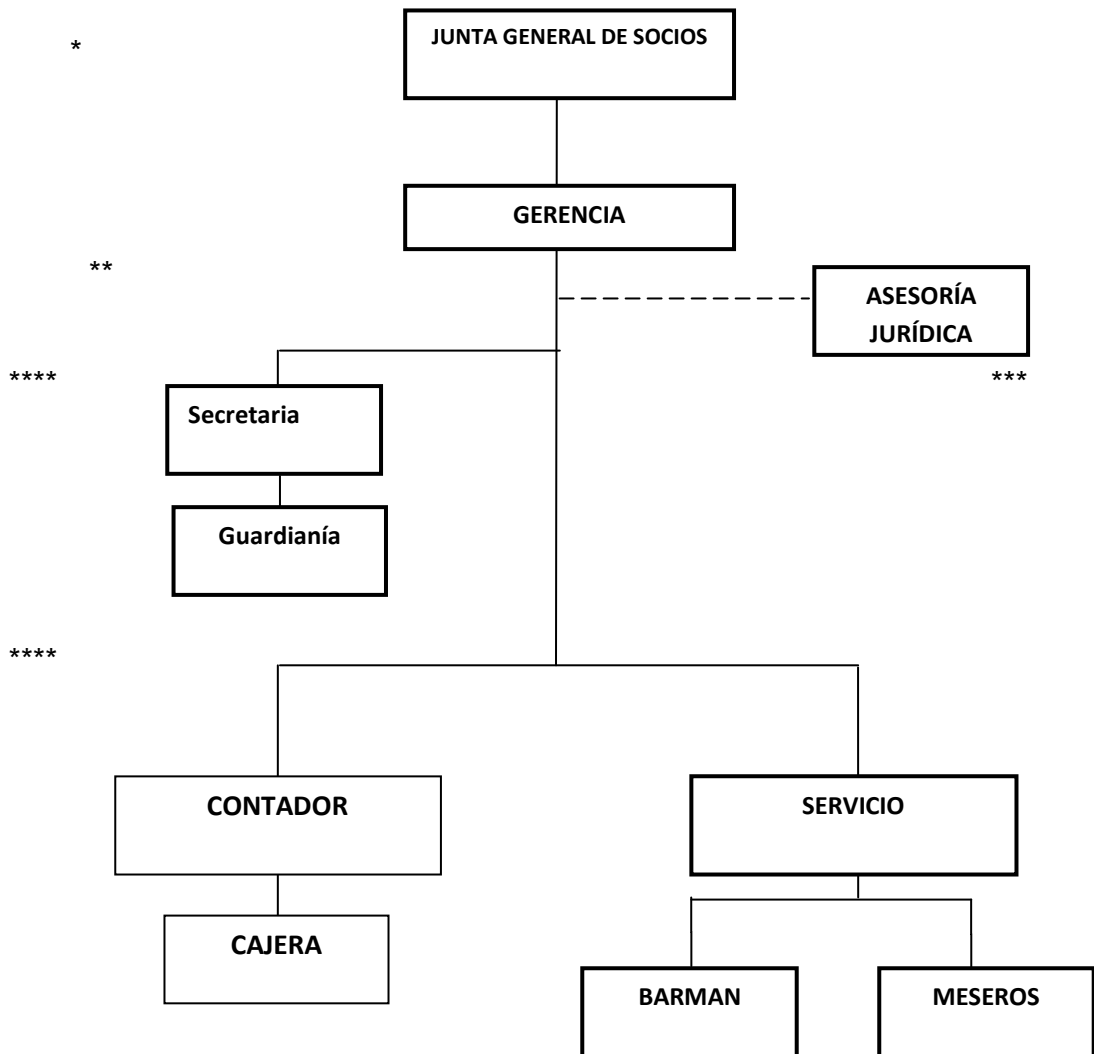
Está conformado por los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

Este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas del órgano directo.

Organigramas

Es la representación gráfica de la estructura administrativa de cómo está constituida la empresa, en la que se determina y visualiza las interrelaciones y los niveles de autoridad de la organización.

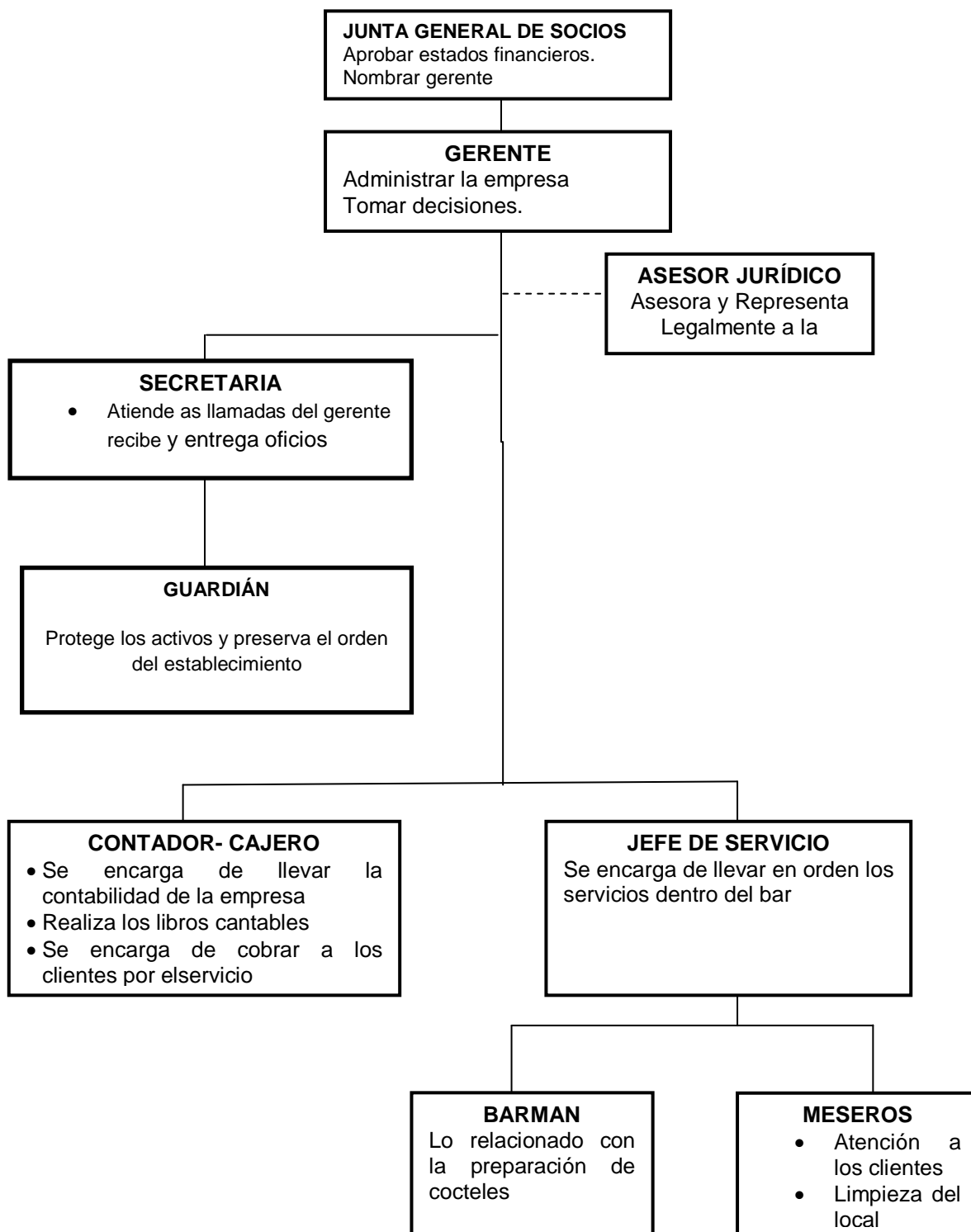
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “ENTRE AMIGAS CIA. LTDA”



Elaboración: El Autor.

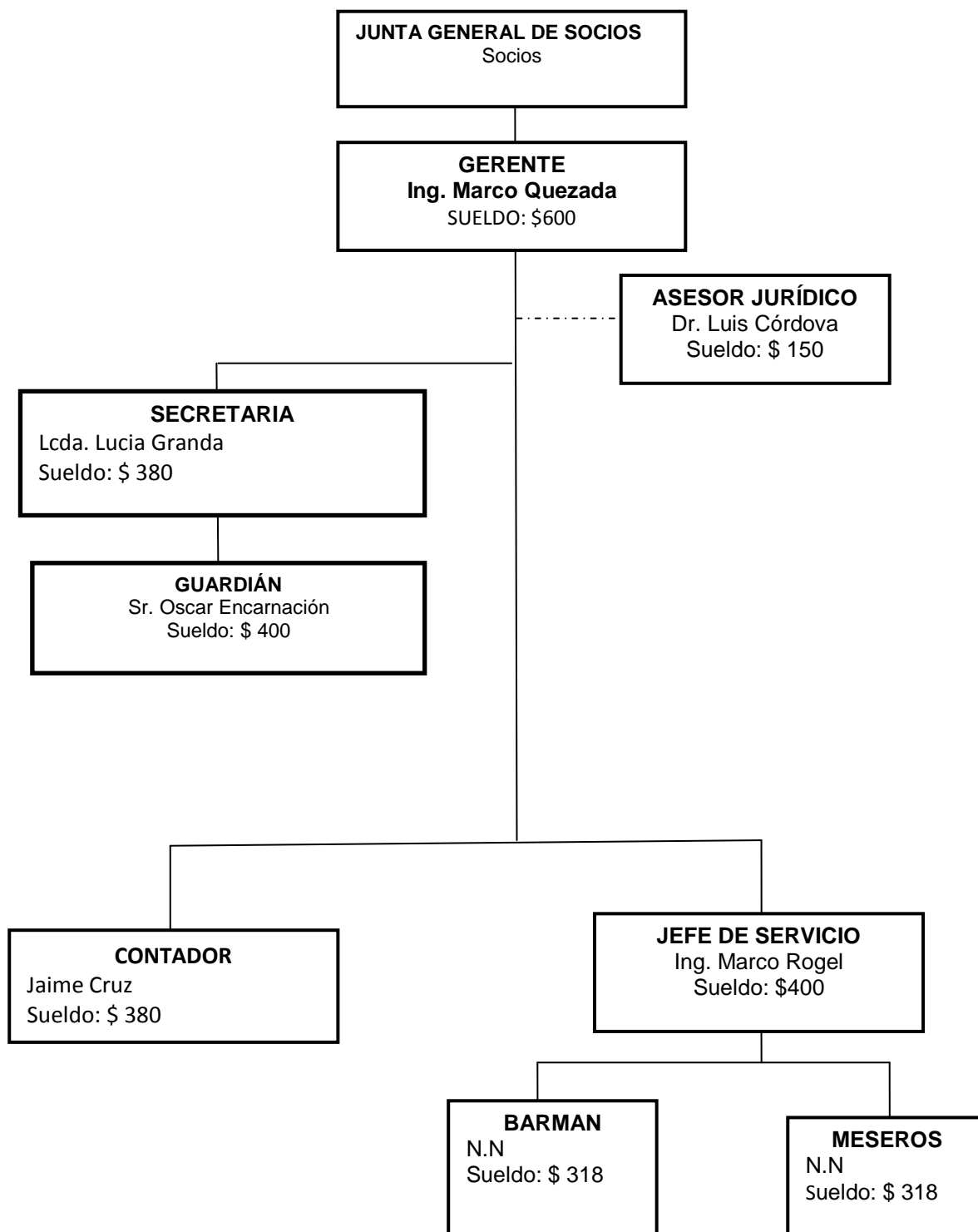
*	Nivel Legislativo
**	Nivel Ejecutivo
***	Nivel Asesor
****	Nivel Auxiliar
*****	Nivel Operativo

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “ENTRE AMIGAS CIA. LTDA”



Elaboración: El Autor.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “ENTRE AMIGAS CIA. LTDA”



MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones se constituye en una fuente de información que indica las tareas, obligaciones, deberes y responsabilidades que les corresponde realizar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la empresa. Así como también define la línea de autoridad.

NIVEL JERÁRQUICO: Legislativo
CÓDIGO: 01
NOMBRE DEL PUESTO : Junta general de Socios
NATURALEZA DEL TRABAJO: Estructurar políticas, estrategias y objetivos generales de la empresa, legislar y normar leyes y reglamentos.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Elaborar políticas, estrategias y objetivos generales de la empresa.• Legislar normas y reglamentos.• Aprobar el presupuesto de la empresa.• Conocer y aprobar los informes financieros de los administradores.• Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales.• Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Legislar y normar políticas y estrategias para la empresa.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none">• Ser socio activo de la empresa.

NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo
CÓDIGO: 02
NOMBRE DEL PUESTO : Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha del bar a fin de lograr los objetivos propuestos de la empresa.
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa. • Planificar lo que se va a efectuar en el bar. • Organizar en forma coordinada los recursos económicos-financieros, humanos, materiales, etc., dela empresa. • Ejecutar y dirigir el plan de acción trazado. • Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes. • Seleccionar el personal idóneo para que trabaje en el bar. • Cumplir y hacer cumplir los estatutos y reglamentos de la empresa.
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <p>Responsabilidad administrativa, económica y técnica en la ejecución de las tareas.</p>
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título Superior en Ingeniería Comercial. • Curso de Relaciones Humanas. • Cursos en Mercadotecnia. • Experiencia mínima 1 año.

NIVEL JERÁRQUICO: Asesoría Jurídica
CÓDIGO: 03
NOMBRE DEL PUESTO : Asesor Jurídico
NATURALEZA DEL TRABAJO: Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Asesorar y representar a la empresa en asuntos legales. • Asumir la defensa de la empresa y sus empleados en asuntos oficiales. • Emitir dictámenes en materia de su competencia. • Participar en las sesiones de la Junta General de Socios y Directivos.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Se caracteriza por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda, pero no toma decisiones y su participación es eventual.
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • Doctor en Jurisprudencia o Abogado

NIVEL JERÁRQUICO: Auxiliar
CÓDIGO: 04
NOMBRE DEL PUESTO : Secretaria
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza labores de secretaria o de asistente directa del Gerente, realizar libros contables, llevar informes de contabilidad.
<p>FUNCIONES DE LA SECRETARIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar actas de asamblea de la Junta de Accionistas • Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el Gerente de la Empresa. • Atender la correspondencia, manejando con diplomacia y eficiencia. • Llevar un informe de los estados financieros de la empresa <p>FUNCIONES DE LA CONTADOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar los estados financieros de la empresa. • Actualizar los sistemas contables de la empresa. • Organizar adecuadamente los registros contables. • Elaborar los roles de pago de todo el personal.
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de la gran eficiencia, responsabilidad, discreción, en el desarrollo de sus funciones • Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y sus usuarios de la misma.
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <p>Título de secretaria Ejecutiva (Secretaria)</p> <p>Título de Contadora. (Contador)</p> <p>Mínima de 2 años en funciones similares</p>

NIVEL JERÁRQUICO: Auxiliar
CÓDIGO: 05
NOMBRE DEL PUESTO : Guardianía
NATURALEZA DEL TRABAJO: Proteger los bienes y vigilar la seguridad de los clientes e integrantes del centro de diversión.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Velar por la seguridad, pertinencias y personal de la empresa • Esperar hasta el cierre del local • Informar de irregularidades que se den en el bar.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad en la seguridad y vigilancia e la empresa
REQUISITOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> • Título de Bachiller. <p>Haber cumplido el servicio militar</p> <p>Cursos en defensa personal</p> <p>Experiencia mínima un año</p>

NIVEL JERÁRQUICO: Operativo
CÓDIGO: 06
NOMBRE DEL PUESTO : Barman
NATURALEZA DEL TRABAJO: Dirige y efectúa la preparación de los cocteles del Bar.
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de la materia prima e insumos. • Se encarga de distribuir actividades a mesero asignado. • Se ocupará de la preparación de bebidas, con sujeción al menú. • Tendrá a su cargo la despensa diaria de licores, cuidando de los artículos suministrados por la despensa-almacén, que irán extrayendo a medida que los necesiten para la elaboración del menú. • Realizar la lista de insumos y materia prima que se utilizará en la elaboración de los cocteles.
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es el responsable del desempeño de las tareas productivas. • Realiza diseños para la producción de cocteles.
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller. • Curso en elaboración en Cocteles • Experiencia 1 año en funciones similares. <p>Su función será permanente.</p>

NIVEL JERÁRQUICO: Operativo
CÓDIGO: 07
NOMBRE DEL PUESTO : Meseros
NATURALEZA DEL TRABAJO: Recibir y dar la bienvenida a los clientes.
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida a los clientes. • Colocar a los clientes en una mesa. • Ofrecerles el menú de bebidas. • Anotar el pedido. • Servir las bebidas. • Llevar la cuenta. • Dar servicio y solución a preguntas de los clientes. • Limpiar y arreglar las mesas ya desocupadas.
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable, puntual y cortes. • Rapidez en la atención.
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de Bachiller. • Curso de Relaciones Humanas. • Experiencia mínima 1 año en funciones similares. <p>Su función será permanente.</p>

4. ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Inversiones

Son de propiedad de la empresa, son necesarios para su funcionamiento incluye: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos y de instalación y de puesta en marcha; estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa.

Inversiones De Activos Fijos

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

Maquinaria y Equipo: Para que la producción sea eficiente y de calidad, es importante contar con el equipo y maquinaria adecuada. A continuación se realiza la descripción de los equipos necesarios.

Cuadro N° 33
Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Micrófonos	3	45,00	135,00
Plasma LCD 40`	2	590,00	1180,00
Extractor de olores	2	580,00	1160,00
Refrigeradora WHIRLPOOL SIDE 20 pies	1	1500,00	1500,00
Licuadaora	2	90,00	180,00
Cocineta de 4 quemadores	1	600,00	600,00
Amplificador con 2 parlantes	1	500,00	500,00
Caja registradora	1	350,00	350,00
secador	1	250,00	250,00
dispensador de jabón	1	45,00	45,00
Cilindro de gas	2	60,00	120,00
Total			6020,00

Fuente: cotización en almacenes de venta de equipos

Elaboración: El autor

Materiales y Utensilios: Para ciertos procesos, además de maquinaria y equipos, es necesario utilizar materiales que ayuden a la correcta realización del proceso de los servicios que ofrecerá la empresa.

**Cuadro Nº 34
Materiales y Utensilios**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Set de Cuchillos (12 unidades)	2	15	30
Vasos cervecedores	60	1,5	90
Vasos y copas para cocteles	100	2	200
Olla	2	10	20
Bidón de agua	3	1,75	5,25
Hieleras cristaleras	25	3	75
Pinza para Hielo	25	2	50
Saca Corchos	3	8	24
Charoles grandes	10	5	50
Cocteleras pequeñas	10	12	120
Jarras de cristal	25	3,5	87,5
Ceniceros	25	2,5	62,5
fuentes pequeñas	25	1	25
Total			839,25

Fuente: Locales de la ciudad de Loja

Elaboración: El autor

Equipos de Seguridad: El equipo de seguridad es muy importante en especial en la empresa a crear para mantener la seguridad de las clientelas, empleados y personal en general.

**Cuadro Nº 35
Equipos de Seguridad**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Alarma contra incendios y robos	1	750	750
Extintores y accesorios	1	95	95
Botiquín	1	75	75
Total			920

Elaboración: El Autor

Muebles y Enseres para el Área Administrativa: Son los bienes que se requieren para el área administrativa, y son muy necesarias para un buen desenvolvimiento.

**Cuadro Nº 36
Muebles y Enseres**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Sillas	4	25	100
Escritorio	2	140	280
Sillón Ejecutivo	2	70	140
Archivador	2	80	160
Total			680

Fuente: cotización en mueblerías de la localidad
Elaboración: El autor

**Muebles y Enseres para el Área de Servicio
Cuadro Nº 37**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
mueble par bar	1	850	850
mueble exhibidor	1	550	550
barras	2	140	280
mesas	25	60	1500
sillas proformadas para el bar	100	26	2600
Total			5780

Fuente: cotización en mueblerías de la localidad
Elaboración: El autor

Accesorios de Adecuación: Son los accesorios para la decoración del bar

**Cuadro Nº 38
Accesorios de Adecuación**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Lámparas	7	15	105
Espejos	5	25	125
Cuadros	5	45	225
Adornos	15	15	225
Total			680

Fuente: Locales de la Localidad
Elaboración: El autor

Equipos de Oficina: Son los equipos que hacen posible la ejecución de actividades en el ámbito administrativo.

**Cuadro N° 39
Equipos de Oficina**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Calculadora	1	75	75
Tele fax	1	105	105
Grapadora	1	5	5
Perforadora	1	5	5
Total			190

Fuente: cotización en almacén de la localidad
Elaboración: El autor

Equipo de Cómputo: El equipo de cómputo de la empresa será una computadora Pentium IV con impresora láser HP.

**Cuadro N° 40
Equipo de Cómputo**

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Computadora Pentium IV con impresora HP	2	1700	3400
Total			3400

Fuente: cotización en almacén de computadoras de la localidad
Elaboración: El autor

Resumen de Depreciaciones: Es el desgaste sufrido por los elementos de los activos fijos.

Cuadro N° 41

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	6020,00	10%	602,00	10	541,80
Materiales y Utensilios	839,25	33,33%	279,72	3	186,51
equipos de seguridad	920,00	10%	92,00	10	82,80
Muebles y Enseres para el área Administrativo	680,00	20%	136,00	5	108,80
Muebles y Enseres para el Área de Servicio	5780,00	20%	1156,00	5	924,80
Accesorios de Adecuación	680,00	33,33%	226,64	3	151,12
Equipo de Oficina	190,00	33,33%	63,33	3	42,22
Equipo de Cómputo	3400,00	33,33%	1133,22	3	755,59
Total			3688,91		2793,65

Fuente: cotización en mueblerías de la localidad
Elaboración: El autor

**Resumen de Activos Fijos
Cuadro N° 42**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	6020,00
Materiales	839,25
Equipo se Seguridad	920
Muebles y Enseres para el Área Administrativa	680
Muebles y Enseres para el Área de Servicio	5780
Accesorios de Adecuación	680
Equipo de Oficina	190
Equipo de Computación	3400
Imprevistos 3%	555
Total	19064,53

Elaboración: El Autor

Inversiones en Activos Diferidos

Son los costos que se invierte durante la etapa de formulación y realización del proyecto.

Cuadro N° 43

Adecuación del Local

Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total
Instalaciones eléctricas	8	50	400
Instalaciones sanitarias	1	50	50
Instalación telefónica	1	40	40
Total			490

Elaboración: EL Autor

Cuadro N° 44

Activos Diferidos	Total
Gastos de constitución	200,00
Estudio del proyecto	800,00
Adecuación del Local	490,00
Permiso del municipio patente	80,00
Imprevistos (3%)	32
Total	1602,40

Elaboración: EL Autor

Cuadro N° 45
Amortización el Activo Diferido

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
activos diferidos	5	1602,40	320,48

Elaboración: EL Autor

Inversiones en Activos Circulantes o Capital de Trabajo

Para calcular el capital de trabajo al iniciar las operaciones se estiman los gastos para dos meses.

Materia Prima Directa :Es el elemento esencial para el servicios que se va a implementar.

Cuadro N° 46

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total	V. Anual
Barril para el bar (cerveza)	1	45,00	45	540,00
Jabas de cerveza	25	8,00	200,00	2400,00
Cerveza Corona / 12 Unid.	2	25,00	50,00	600,00
Tequila Camino Real	4	25,00	100,00	1200,00
Whisky Grant´s	8	25,00	200,00	2400,00
Whisky Hinglande´s	8	8,00	64,00	768,00
Whisky Chivas 12 años	3	60,00	180,00	2160,00
Whisky Johnny Walker Negro	3	45,00	135,00	1620,00
Whisky Johnny Walker Rojo	5	25,00	125,00	1500,00
Whisky Mark One	7	15,00	105,00	1260,00
Vodka Ruskaya	4	5,00	20,00	240,00
Vodka ABS Citrón	4	15,00	60,00	720,00
Vodka Premium	4	5,60	22,40	268,80
Ron Cacique Añejo	2	4,00	8,00	96,00
Ron San Miguel 5 años	4	3,50	14,00	168,00
Vino Terruño Cabernet	1	65,00	65,00	780,00
Amaretto Damandis	3	6,00	18,00	216,00
Amaretto Bols	3	12,00	36,00	432,00
Crema de Menta	3	3,80	11,40	136,80
CuracaoBols Blue	3	9,25	27,75	333,00
Crema Canela Golschlager	3	9,25	27,75	333,00
Licor de Café Bols	2	6,00	12,00	144,00
Crema de Cacao Bols	2	11,24	22,48	269,76
Crema de Fruta Amarula	2	7,42	14,84	178,08
Brandy Napoleón	3	11,27	33,81	405,72
Brandy MetaxaClassic 5 Est.	1	17,52	17,52	210,24
Granadina Bols	2	5,75	11,50	138,00
Total			1626,45	19517,4

Fuente: Mercado de la localidad

Elaboración: El Autor

Proyección de Materia Prima Directa

Cuadro N° 47

Años	Valor Total
1	19517,40
2	20329,32
3	21175,02
4	22055,90
5	22973,43

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012

Elaboración: El autor

Mano de Obra Directa: Constituida por los trabajadores u obreros que intervienen directamente en la elaboración del producto o del servicio.

Cuadro N° 48

Especificaciones	Barman	Meseros
Sueldo Básico	380,00	318,00
Décimo Tercero (S.B./12)	31,67	26,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	31,67	26,50
Vacaciones (S.B./24)	15,83	13,25
Aporte Patronal IEES (12,15%)	46,17	38,64
Total Remuneración (I-E)	505,34	422,89
N° de Empleados	1	2
Total Mensual	505,34	845,77
TOTAL ANUAL	6064,04	10149,29
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA		16213,33

Fuente: Inspectoría de trabajo

Elaboración: El autor

Proyección Mano de Obra Directa

Cuadro N° 49

Años	Valor Total
1	16213,33
2	16887,80
3	17590,34
4	18322,09
5	19084,29

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012

Elaboración: El autor

Materia Prima Indirecta: Agrupa a todos los elementos que intervienen de manera indirecta para el servicio.

Cuadro N° 50

Descripción	Cantidad	Unidad	V. Unitario	V. Total	V. Anual
Sal	1	Kilo	0,60	0,60	7,20
Limón	30	Unidad	0,02	0,60	7,20
Naranja	5	unidad	0,25	1,25	15,00
Cerezas	2	Kilo	1,00	2,00	24,00
Cola Negra	2	Paquetes	1,50	3,00	36,00
Hielo	2	Fundas	1,50	3,00	36,00
Total				10,45	125,4

Fuente: Comerciales de la Localidad
Elaboración: El Autor

Proyección de Materia Prima Indirecta

Cuadro N° 51

Años	Valor Total
1	125,40
2	130,62
3	136,05
4	141,71
5	147,61

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012
Elaboración: El autor

Presupuesto de Alimentos: Se refiere a la alimentación que se dará para los empleados que trabajan en el bar en este caso se dará a barman y al mesero dos días a la semana viernes y sábado por ser días de mayor días de trabajo.

Cuadro N° 52

Descripción	V. MENSAUL	V. ANUAL
Alimentos	55,9	670,8
Total		670,8

Elaboración: El Autor

**Proyección Alimentación
Cuadro N° 53**

Años	Valor Total
1	670,80
2	698,71
3	727,77
4	758,05
5	789,58

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012
Elaboración: El autor

Útiles de Aseo y Limpieza: Son los materiales y utensilios para el aseo de la empresa en general.

Cuadro N°54

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total	V. Anual
Trapeadores	2	3	6	72
Escobas	2	2	4	48
Esponjas	2	1	2	24
Franelas	2	1	2	24
Recogedor de basura	2	1	2	24
Papel higiénico	30	1,8	54	648
Desinfectantes	5	1	5	60
Tachos de basura	1	3	3	36
Cepillo para baño	1	3	3	36
Ambientales	3	1	3	36
Guantes	2	2	4	48
Jabón líquido de baño	12	1,75	21	252
Total			109	1308

Fuente: Almacén de la localidad
Elaboración: El autor

**Proyección de Útiles de Aseo y Limpieza
Cuadro N° 55**

Años	Valor Total
1	1308,00
2	1362,41
3	1419,09
4	1478,12
5	1539,61

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012
Elaboración: El autor

Servicios Básicos: Son los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y teléfono.

Cuadro N° 56

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total	V. Anual
Agua	57	0,24	13,68	164,16
Energía Eléctrica	600	0,08	48	576
Teléfono	25	0,24	6	72
Total			67,68	812,16

Fuente: Municipio y ERSSA
Elaboración: El Autor

Proyección de Servicios Básicos

Cuadro N° 57

Años	Valor Total
1	812,16
2	845,95
3	881,14
4	917,79
5	955,97

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012
Elaboración: El autor

Arriendo: Se arrendara un local para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 58

Descripción	Valor Mensual	V. Anual
Arriendo del Local	800	9600
Total	800	9600

Fuente: Locales de la Ciudad
Elaboración: El Autor

Proyección del Arriendo

Cuadro N° 59

Años	Valor Total
1	9600,00
2	9999,36
3	10415,33
4	10848,61
5	11299,91

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012
Elaboración: El autor

Sueldos Administrativos: Son los pagos que se dan al personal del área administrativa dentro del área administrativa está el gerente, Secretaria-Contadora, y el Guardia.

Cuadro Nº 60

Especificaciones	Gerente	Secretaria - contadora	Guardia
Sueldo Básico	600,00	380,00	400
Décimo Tercero (S.B./12)	50,00	31,67	33,33
Décimo Cuarto (S.B./12)	50,00	31,67	33,33
Vacaciones (S.B./24)	25,00	15,83	16,67
Aporte Patronal IEES (12,15%)	72,90	46,17	48,6
Total Remuneración (I-E)	797,90	505,34	531,93
TOTAL ANUAL	9574,80	6064,04	6383,2
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA			22022,04

Fuente: Inspectoría De Trabajo

Elaboración: El Autor

Proyección de Sueldos Administrativo

Cuadro Nº 61

Años	Valor Total
1	22022,04
2	22938,16
3	23892,38
4	24886,31
5	25921,58

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012

Elaboración: El autor

Suministros de Oficina: Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina.

Cuadro Nº 62
Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total	V. Anual
Resmas de Papel Boom	1	3,75	3,75	45
Lápices	3	0,25	0,75	9
Esferos	12	0,35	4,2	50,4
Cartuchos	3	5	15	180
Total		9,35	23,7	284,4

Fuente: Locales de la Ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

**Proyección de Suministros de Oficina
Cuadro N° 63**

Años	Valor Total
1	284,40
2	296,23
3	308,55
4	321,39
5	334,76

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012

Elaboración: El autor

Publicidad y Propaganda: Es el medio por el cual la empresa dará a conocer sus servicios, en el cuál se utilizarán cuñas radiales.

Cuadro N° 64

Descripción	Valor Mensual	V. Anual
Volantes Informáticos	35	420
Publicidad en TV	60	720
Radio	55	660
Total	150	1800

Fuente: Radios de la Localidad

Elaboración: El Autor

**Proyección de Publicidad y Propaganda
Cuadro N°65**

Años	Valor Total
1	1800,00
2	1874,88
3	1952,88
4	2034,11
5	2118,73

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012

Elaboración: El autor

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo. Es el mantenimiento que se les da a los equipos para que funcionar correctamente en el Bar.

Cuadro N° 66

Descripción	V. Del Bien	Porcentaje	V. Mensual	V. Anual
Maquinaria y equipo	6020,00	4%	240,8	2889,6
Total			240,8	2889,6

Elaboración: El Autor

**Proyección del Mantenimiento de la Maquinaria y Equipo
Cuadro N° 67**

Años	Valor Total
1	2889,60
2	3009,81
3	3135,02
4	3265,43
5	3401,27

Fuente: Tasa de inflación 4,16% del año 2012
Elaboración: El autor

**Resumen de Activos Circulantes
Cuadro N° 68**

Resumen de activos circulantes	Valor para dos meses	Valor Anual
Materia Prima Directa	3252,9	19517,4
Mano de Obra Directa	1856,45	16213,33
Materia Prima Indirecta	20,9	125,4
Alimentación	111,8	670,8
Materiales de Limpieza	218	1308
Suministros de Oficina	47,4	284,4
Servicios Básicos	135,36	812,16
Arriendo	1600	9600
Sueldo Administrativo	3670,34	22022,04
Publicidad y Propaganda	300	1800
mantenimiento de maquinaria y equipo	481,6	2889,6
Imprevisto 3%	346	
Total	12040,81	75243,128

Elaboración: El Autor

Para efectos del presente proyecto el activo circulante o capital de trabajo se ha determinado para dos meses de tiempo en el cual la empresa entra en funcionamiento.

**RESUMEN DE ACTIVOS
Cuadro N° 69**

Descripción	Valor
Activos Fijos	19064,53
Activos Diferidos	320,48
Activos Circulantes	12040,81
Total Inversión	31425,82

Elaboración: El Autor

Financiamiento

El financiamiento de la inversión tendrá dos fuentes: aportes de los propietarios y crédito bancario. En el cuadro siguiente se presenta el detalle del financiamiento:

Cuadro N° 70

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	19425,82	61,81
Capital Externo	12000,00	38,19
Total	31425,82	100,00

Elaboración: El Autor

Amortización del Préstamo

Cálculo Matemático:

Datos:

Saldo inicial: \$ 12.000

Interés: $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) $\rightarrow 6 \text{ m} / 12 = 0,5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$12.000 / 10 \text{ \# de pagos} = 1200,00$

Para sacar el interés se multiplica:

$\$ 12.000 \times 0,5 \times 0,15 = 900$

AMORTIZACIÓN

Monto: \$ 12000,00

Interés: 15%

Amortización: Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

**Amortización
Cuadro N° 71**

AMORTIZACIÓN								
AÑO	SEMESTRAL	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVENDO ANUAL	SALDO FINAL	
1	1	12.000,00	1.200,00	900,00	2.100,00	4.110,00	10.800,00	
	2	10.800,00	1.200,00	810,00	2.010,00		9.600,00	
2	1	9.600,00	1.200,00	720,00	1.920,00	3.750,00	8.400,00	
	2	8.400,00	1.200,00	630,00	1.830,00		7.200,00	
3	1	7.200,00	1.200,00	540,00	1.740,00	3.390,00	6.000,00	
	2	6.000,00	1.200,00	450,00	1.650,00		4.800,00	
4	1	4.800,00	1.200,00	360,00	1.560,00	3.030,00	3.600,00	
	2	3.600,00	1.200,00	270,00	1.470,00		2.400,00	
5	1	2.400,00	1.200,00	180,00	1.380,00	2.670,00	1.200,00	
	2	1.200,00	1.200,00	90,00	1.290,00		0	

Fuente: Banco Nacional de Fomento Tasa de Interés del 15%

Elaboración: EL Autor

Presupuestos de Costos.

Son todos los gastos que la empresa afronta durante el proceso productivo.

Estructura de Costos: Es muy importante conocer cuánto va a costar ofertar el producto deseado, lo que es indispensable para la implementación de la empresa.

Presupuestos de Costos

Cuadro N° 72

RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO DE PRODUCCION					
COSTO PRIMO	52622,33	54695,21	56854,31	59103,24	61445,71
Materia Prima Directa	19517,40	20329,32	21175,02	22055,90	22973,43
Mano de Obra Directa	16213,33	16887,80	17590,34	18322,09	19084,29
Total de costos primos	35730,73	37217,13	38765,36	40378,00	42057,72
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Materia prima Indirectos	125,40	130,62	136,05	141,71	147,61
Alimentación	670,80	698,71	727,77	758,05	789,58
Depreciaciones	2793,65	2793,65	2793,65	2793,65	2793,65
Servicios básicos	812,16	845,95	881,14	917,79	955,97
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	2889,60	3009,81	3135,02	3265,43	3401,27
Mantenimiento de Vehículo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Arriendo	9600,00	9999,36	10415,33	10848,61	11299,91
Total de gastos de fabricación	16891,61	17478,08	18088,95	18725,24	19387,99
COSTOS DE OPERACIÓN	27444,92	29277,09	28883,38	29670,42	30505,16
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Materiales de limpieza	1308,00	1362,41	1419,09	1478,12	1539,61
Útiles de Oficina	284,40	296,23	308,55	321,39	334,76
Sueldos Administrativos	22022,04	22938,16	23892,38	24886,31	25921,58
Total Gastos Administrativos	23614,44	24596,80	25620,03	26685,82	27795,95
GASTOS DE VENTA					
Publicidad y promoción	1800,00	3009,81	1952,88	2034,11	2118,73
Total Gasto de Venta	1800,00	3009,81	1952,88	2034,11	2118,73
GASTO FINANCIERO					
Amortizaciones de activo diferido	320,48	320,48	320,48	320,48	320,48
Interés del préstamo	1.710,00	1350,00	990,00	630,00	270,00
Total Gasto Financiero	2030,48	1670,48	1310,48	950,48	590,48
TOTAL DE COSTOS	80067,25	83972,30	85737,69	88773,65	91950,88

Elaboración: El Autor

Distribución de Costos.

Costos Fijos: Permanecen constantes en relación con los cambios o volumen de producción.

Costos Variables: Varían de acuerdo con el volumen del servicio, ya que se presenta cuando hay producción y ventas.

**Clasificación de Costos
Cuadro N° 73**

RUBROS	Año 1		Año 5	
	F	V	F	V
COSTO DE PRODUCCION				
COSTO PRIMO				
Materia Prima Directa		19517,40		22973,43
Mano de Obra Directa	16213,33		19084,29	
Total de costos primos				
GASTOS DE FABRICACIÓN				
Materia prima Indirectos		125,40		147,61
Alimentación		670,80		789,58
Depreciaciones	2793,65		2793,65	
Servicios básicos		812,16		955,97
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo		2889,60		3401,27
Mantenimiento de Vehículo		0,00		0,00
Arriendo	9600,00		11299,91	
Total de gastos de fabricación				
COSTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Materiales de limpieza		1308,00		1539,61
Útiles de oficina		284,40		334,76
Sueldos Administrativos	22022,04		25921,58	
Total Gastos Administrativos				
GASTOS DE VENTA				
Publicidad y promoción	1800,00		2118,73	
Total Gasto de Venta				
GASTO FINANCIERO				
Amortizaciones de activo diferido	320,48		320,48	
Interés del préstamo	1.710,00		270,00	
Total Gasto Financiero	54459,49	25607,76	61808,64	30142,24
TOTAL DE COSTOS	80067,25		91950,88	

Elaboración: El Autor

Presupuesto de Ingresos

En el presente proyecto se provee obtener ingresos promedios que se calculan a través del siguiente proceso.

Determinación del Consumo Promedio por Noche

En base al cuadro N° 13 se calcula el consumo promedio por noche.

Cuadro N° 74

VARIABLE	XM	FRECUENCIA	F.XM
\$ 1 \$ 5	3	175	525
\$ 6 \$ 10	8	35	280
\$ 11 \$ 15	13	25	325
\$ 16 \$ 20	18	15	270
Total		250	1400

Elaboración: El Autor

$$\text{Consumo Promedio Individual} = \frac{\text{Consumo promedio por persona}}{\text{Total de la Muestra}}$$

$$\text{Consumo Promedio Individual} = \frac{1400}{250} = \$ 5,60$$

El promedio en una persona de la ciudad de Loja consume \$5,60 dólares por cada vez que acudirá en el Bar femenino.

CONSUMO PROMEDIO POR NOCHE ANUAL

Cuadro N° 75

Años	Capacidad Utilizada	Consumo promedio por noche (\$5,60)
1	26000	145600
2	27950	156520
3	29900	167440
4	31850	178360
5	33800	189280

Elaboración: El Autor

Para el presente proyecto los ingresos por el servicio que ofrecerá la empresa para los 5 años de vida útil son los siguientes.

Cuadro N° 76

Años	Ingresos
1	145600
2	156520
3	167440
4	178360
5	189280

Elaboración: El Autor

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que se igualan los ingresos con los costos, es decir no existe ni pérdidas ni ganancias, conocido como el punto muerto.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

a. En función de las ventas

$$\text{P. E} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\text{P. E} = \frac{54459,49}{1 - \frac{25607,76}{145600,00}}$$

$$\text{P. E} = \frac{54459,49}{0,8241}$$

$$\text{P. E} = 66081,79$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

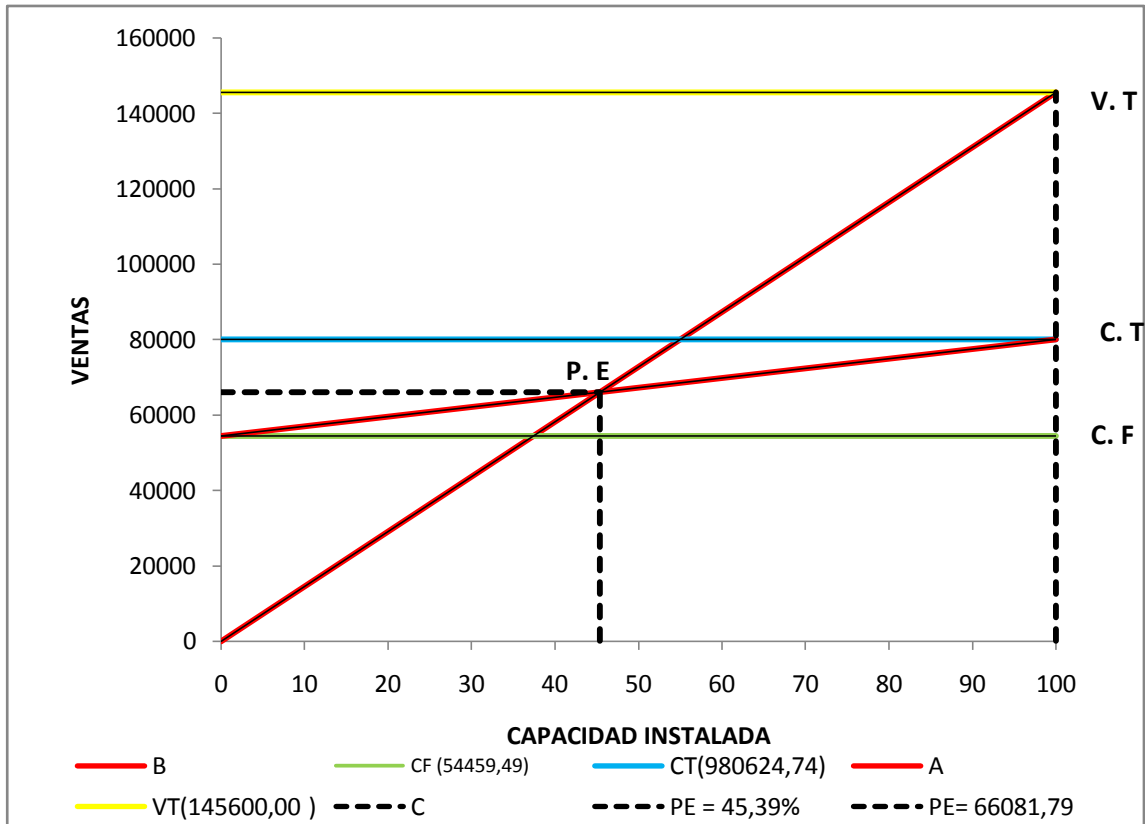
$$P.E = \frac{54459,49}{145600,00 - 25607,76} \times 100$$

$$P.E = \frac{54459,49}{119992,24} \times 100$$

$$P.E = 0,4539 \times 100$$

$$P.E = 45,39\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 1 poner los puntos de equilibrio



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el primer año la empresa debe vender \$66,081.79 dólares de su producto, y con una capacidad instalada del 45,39% para que la empresa no pierda ni gane, es decir llegue al punto de equilibrio.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.

Método matemático

189280

a. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costofijototal}}{1 - \frac{\text{Costovariabletotal}}{\text{Ventastotales}}}$$

$$P. E = \frac{61808,64}{1 - \frac{30142,24}{189280,00}}$$

$$P. E = \frac{61808,64}{0,8408}$$

$$P. E = 73515,80$$

En función de la capacidad instalada

$$\text{P. E} = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

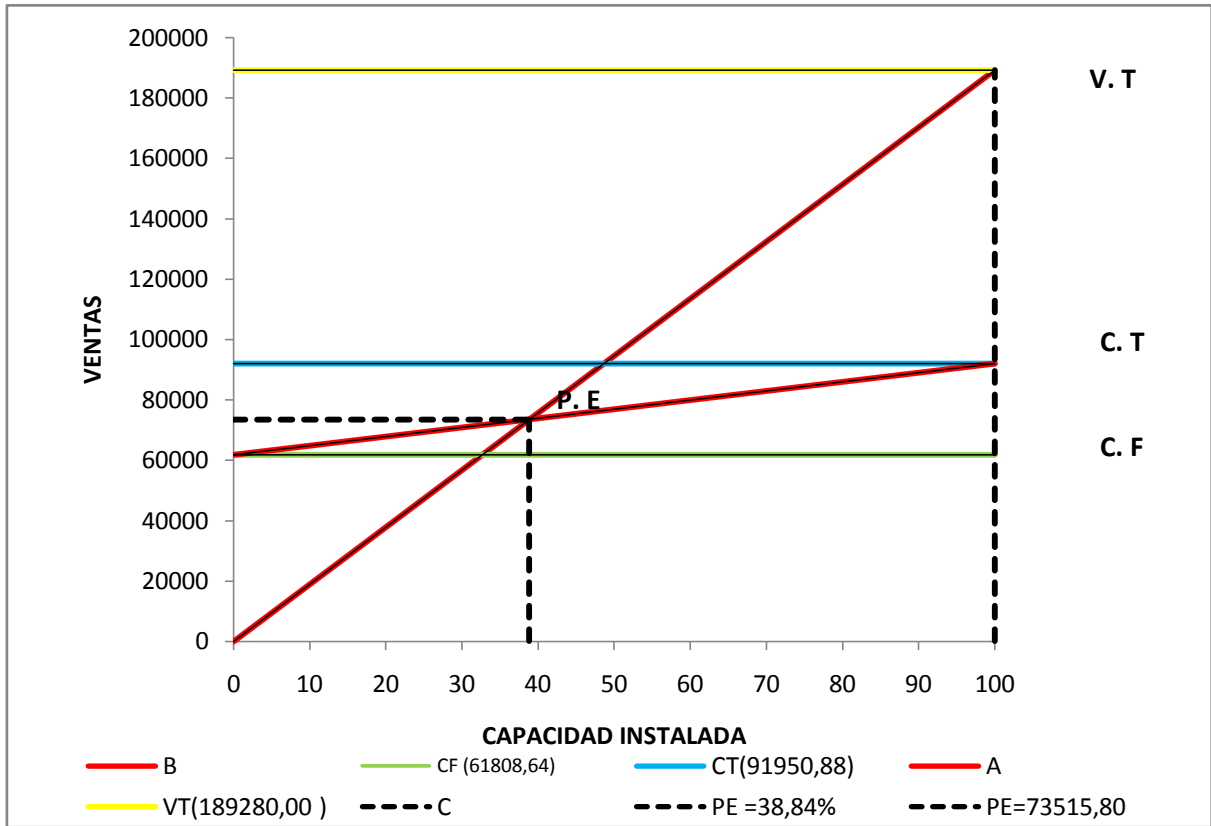
$$\text{P. E} = \frac{61808,64}{189280,00 - 30142,24} \times 100$$

$$\text{P. E} = \frac{61808,64}{159137,76} \times 100$$

$$\text{P. E} = 0,3884 \times 100$$

$$\text{P. E} = 38,84\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 5



Análisis:

El siguiente gráfico nos indica que para el quinto año la empresa debe vender \$73,515,80 dólares de su producto, y con una capacidad instalada del 38,84% para que la empresa no pierda ni gane, es decir llegue al punto de equilibrio.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Demuestra todo el desarrollo económico de la empresa desde el inicio hasta la finalización económica de las actividades comerciales de la empresa, con el objetivo de determinar si se tiene utilidad o pérdida.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro N° 77

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	145.600,00	156.520,00	167.440,00	178.360,00	189.280,00
(-) Costo Total	80067,25	83972,30	85737,69	88773,65	91950,88
(=) Utilidad Bruta Ventas	65532,75	72547,70	81702,31	89586,35	97329,12
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	9829,91	10882,16	12255,35	13437,95	14599,37
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	55702,83	61665,55	69446,96	76148,40	82729,75
(-) 25% Impuesto a la renta	13925,71	15416,39	17361,74	19037,10	20682,44
(=) Utilidad Liquida ejercicio	41777,13	46249,16	52085,22	57111,30	62047,31
(-) 10% reserva Legal	4177,71	4624,92	5208,52	5711,13	6204,73
(=) Utilidad Neta	37599,41	41624,25	46876,70	51400,17	55842,58

Elaboración: El Autor

EVALUACIÓN FINANCIERA
FLUJO DE CAJA
Cuadro N° 78

DENOMINACIÓN	PERIODOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingreso por ventas		145.600,00	156.520,00	167.440,00	178.360,00	189.280,00
Capital propio	19425,82					
Crédito	12000,00					
Valor residual					1702,91	1986,00
TOTAL INGRESOS	31425,82	145600,00	156520,00	167440,00	180062,91	191266,00
EGRESOS						
Activo fijo	19064,53					
Activo diferido	320,48					
Activo circulante	12040,81					
REINVERSION					5109,25	
Costos totales de producción		80067,25	83972,30	85737,69	88773,65	91950,88
TOTAL EGRESOS	31425,82	80067,25	83972,30	85737,69	93882,90	91950,88
Utilidad Bruta		65532,75	72547,70	81702,31	86180,01	99315,12
(-) 15% Utilidad Trabajador		9829,91	10882,16	12255,35	12927,00	14897,27
(=) Utilidad ante Impuestos		55702,83	61665,55	69446,96	73253,01	84417,85
(-) 25% Impuestos a la Renta		13925,71	15416,39	17361,74	18313,25	21104,46
Utilidad ant. de Reserva		41777,13	46249,16	52085,22	54939,76	63313,39
Depreciaciones		2793,65	2793,65	2793,65	2793,65	2793,65
Amortizaciones diferidas		320,48	320,48	320,48	320,48	320,48
FLUJO NETO	0,00	44891,25	49363,29	55199,35	58053,88	66427,52

Elaboración: El Autor

VALOR ACTUAL NETO

Se lo define como la sumatoria de los beneficios netos descontados a la tasa pertinente del inversionista.

Valor Actual Neto

Cuadro N° 79

Años	Flujo Neto	Fact. Actual 15%	Flujo descontado
0	-31.425,82		
1	44.891,25	0,869565	39.035,87
2	49.363,29	0,756144	37.325,74
3	55.199,35	0,657516	36.294,47
4	58.053,88	0,571753	33.192,50
5	66.427,52	0,497177	33.026,22
		Total	178.874,78
		Inversión	-31.425,82
		VAN	147.448,96

Elaboración: El Autor

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN = 178.874,78 - 31.425,82

VAN = **147.448,96**

Análisis: El VAN del proyecto es de 147.448,96 por lo que si se acepta el proyecto, ya que es mayor a la inversión inicial.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa de descuento que hace que la actualización de los flujos netos de caja sean igual al Valor Actual de los flujos de inversión

**Tasa Interna de Retorno
Cuadro N°80**

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		149,61%	Tm	150,61%	TM
0	-31.425,82		-31.425,82		-31.425,82
1	44.891,25	0,400625	17.984,56	0,3990264	17.912,79
2	49.363,29	0,160500	7.922,83	0,1592220	7.859,72
3	55.199,35	0,064300	3.549,34	0,0635338	3.507,02
4	58.053,88	0,025760	1.495,49	0,0253517	1.471,76
5	66.427,52	0,010320	685,55	0,0101160	671,98
VAN Tm			211,94	VAN TM	-2,54

Elaboración: El Autor

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

$$TIR = 148,40 + 1 \left(\frac{211,94}{211,94 - (-2,54)} \right)$$

$$TIR = 150,60\%$$

Análisis: El proyecto se acepta, debido a que el 150,60% supera ampliamente a la tasa de oportunidad

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Periodo de Recuperación de Capital
Cuadro Nº 81

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto	Flujo Acumulado
Inversión	-31425,82		
1		44.891,25	44.891,25
2		49.363,29	94.254,54
3		55.199,35	149.453,88
4		58.053,88	207.507,77
5		66.427,52	273.935,28

Elaboración: El Autor

Fórmula:

PRC = Año anterior a la inversión + (Inversión - \sum Primeros Flujos / flujo de año que supera la inversión)

$$\text{PRC} = 1 + ((31425,82 - 44.891,25)/44.891,25)$$

$$\text{PRC} = 1 + (- 0,70)$$

$$\text{PRC} = 0,70$$

- 0 año
- $0,70 \cdot 12$ meses = 8,40
- $0,40 \cdot 30$ días = 12

Esto nos indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 8 meses y 12 días.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Relación Beneficio - Costo Cuadro Nº 82

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 15%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	145600,00	80067,25	0,869565	126608,70	69623,70
2	156520,00	83972,30	0,756144	118351,61	63495,12
3	167440,00	85737,69	0,657516	110094,52	56373,93
4	178360,00	88773,65	0,571753	101977,91	50756,62
5	189280,00	91950,88	0,497177	94105,61	45715,84
				551138,34	285965,21

Elaboración: El Autor

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$\text{RBC} = \frac{551138,34}{285965,21}$$

$$\text{RBC} = 1,93$$

Análisis: Esto quiere decir que por cada dólar invertido hay 0,93 centavos de utilidad en la empresa.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

Cuadro N° 83

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 63,75% EN LOS COSTOS								
	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
Años		aumentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		63,75%			59,77%		60,77%	
0				- 31.425,82				
1	80067,25	131.110,13	145600,00	14.489,87	0,62589973	9.069,21	0,6220066	9.012,80
2	83972,30	137.504,63	156520,00	19.015,37	0,39175047	7.449,28	0,3868922	7.356,90
3	85737,69	140.395,47	167440,00	27.044,53	0,24519652	6.631,22	0,2406495	6.508,25
4	88773,65	145.366,85	178360,00	32.993,15	0,15346843	5.063,41	0,1496856	4.938,60
5	91950,88	150.569,56	189280,00	38.710,44	0,09605585	3.718,36	0,0931054	3.604,15
					Total	31.931,48	Total	31.420,69
					Inversión	-31.425,82	Inversión	- 31.425,82
					VAN Tm	505,66	VAN TM	-5,13

Elaboración: El Autor

Análisis: El valor obtenido 0.98 demuestra que el proyecto no es sensible a las futuras alteraciones que pueda haber en los costos.

TIR DEL PROYECTO = 150,60%

NUEVA TIR= 60,76

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

$$TIR = 59,77 + 1 \left(\frac{505,66}{505,66 + 5,13} \right)$$

NUEVA TIR = 60,76%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 150,60 – 60,76 = 89,84%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (89,84% / 150,60%) * 100

% Variación = 59,65%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 59,65 / 60,62

Sensibilidad = 0,98

Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos de un 33,50%
Cuadro N° 84

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 33.77% EN LOS INGRESOS								
Años	Ingreso Original	Ingreso original disminuido	Costo Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		33,77%			59,77%	Tm	60,77%	TM
0				- 31.425,82				
1	145600,00	96.430,88	80067,25	16.363,63	0,62589973	10.241,99	0,6220066	10.178,28
2	156520,00	103.663,20	83972,30	19.690,90	0,39175047	7.713,92	0,3868922	7.618,26
3	167440,00	110.895,51	85737,69	25.157,82	0,24519652	6.168,61	0,2406495	6.054,22
4	178360,00	118.127,83	88773,65	29.354,18	0,15346843	4.504,94	0,1496856	4.393,90
5	189280,00	125.360,14	91950,88	33.409,26	0,09605585	3.209,16	0,0931054	3.110,58
					Total	31.838,61	Total	31.355,24
					Inversión	-31.425,82	Inversión	-31.425,82
					VAN	412,79	VAN	-70,59

Elaboración: El Autor

Análisis: El valor obtenido 0.99 demuestra que el proyecto no es sensible a las futuras alteraciones que pueda haber en los ingresos.

TIR DEL PROYECTO = 150,60%

NUEVA TIR= 60,13

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

$$TIR = 59,77 + 1 \left(\frac{412,79}{412,79 - 70,59} \right)$$

NUEVA TIR = 60,62%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 150,60 – 60,62 = **89,97%**

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (89,97% / 150,60%) * 100

% Variación = 59,74%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 59,74 / 60,62

Sensibilidad = 0,99

h. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos en la misma a continuación se describen las conclusiones a las que se ha llegado:

- ✚ El servicio que se ofrecerá será un bar exclusivamente para mujeres en la ciudad de Loja.
- ✚ La demanda insatisfecha del servicio para el primer año es de 898276.
- ✚ La empresa trabajará en el primer año con una capacidad utilizada del 66,67% de la capacidad instalada que es de 100%.
- ✚ La empresa se constituirá legalmente como: **"Entre Amigas " Cía. Ltda.**
- ✚ El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$31425,82 dólares.
- ✚ Se pedirá un crédito del 38,69% del total de la inversión que es de \$12.000,00, mismo que se pedirá al Banco Nacional de Fomento (BNF) a una tasa de interés del 15%.
- ✚ El costo total de producción para el primer año de operación es de \$80067,25 dólares.
- ✚ Los costos fijos para el primer año son de \$ 54459,49 y los costos variables son \$26607,76.
- ✚ El punto de equilibrio para el año 1 en función a las ventas tiene un total de \$66081,79y en función de la capacidad instalada de 45,39%

- ✚ El punto de equilibrio para el año 5 en función a las ventas tiene un total de \$ 73513,80 y en función de la capacidad instalada de 38,84%
- ✚ La utilidad neta que se obtendrá en el primer año de operaciones es de \$37599,41; mientras que su flujo neto es de \$44891,25.
- ✚ En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: El Valor Actual Neto de \$147448,96; Tasa Interna de Retorno de 150,60%; Relación Beneficio Costo es de \$1,93 por cada dólar invertido la empresa gana 0,93 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 8 meses y 12 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 63,75% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 37.77% dando un total del 0.99%, por lo cual el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado, con materias primas de buena calidad y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
- ✚ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- ✚ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción o de servicio y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✚ A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

j. BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel, evaluación de proyectos, 2da Edición. 2008
- BERNARD, J, G COLLI, Diccionario Económico y Financiero” páginas 40 y 41
- BRIGHAM, Eugene F. y HOUSTON; Joel F., Fundamentos de Administración Financiera, 1ª edición, México, 2009
- CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos Ecoe Ediciones, Bogotá, 2006 pág. 311-347
- “DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS” Factores de Producción.
- El marketing Mix: concepto: estrategia y aplicaciones Volumen 13 de Biblioteca de manuales prácticos de marketing Ediciones Díaz de Santos, 2006
- “ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005.
- FERNANDEZ ESPINOSA, Saúl, proyectos de Inversión Evaluación Financiera 2da Edición. 2010
- FOLLETO 2006. Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión
- Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno

- ROSEMBERG, Jerry M. “DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2005.
- QUILODRAN, Federico, “Manual de preparación de proyectos” Publicaciones UNL.
- VARIOS “ Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión “ Guía de estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica Social y Administrativa; Editorial Universitaria UNL Loja Ecuador, 2004, 2005; 114pp
- www.bares.com
- [www.definicion debares.com](http://www.definicion.debares.com)
- <http://www.angelfire.com/home/bareshumedos/>

k. ANEXOS

ANEXO Nº 1

FICHA DE RESUMEN DEL PROYECTO

a. Título: Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un Bar Femenino en la Ciudad de Loja”

b. PROBLEMÁTICA

Loja es una pequeña ciudad invadida por bares locales que se manejan mayormente a nivel nacional e internacional y que no prestan un servicio exclusivo al género femenino atendiendo sus gustos, prioridades y su tiempo.

En la actualidad la mujer ocupa un lugar muy importante en la economía del núcleo familiar, por lo cual merecedoras de su espacio exigen la necesidad de bar femenino en donde puedan reunirse libremente con amigas, liberarse del estrés cotidiano causado por la oficina y quehaceres de ama de casa.

Pero sobre todo lo que sobresale en las empresas que ofrecen servicios de bar, es el desconocimiento, ya que no se realizan a cabalidad los estudios necesarios para la creación de una empresa como es el caso, dentro del estudio de mercado que nos indique los principales factores que inciden sobre el producto esto es: precio, calidad, publicidad, plaza, promoción, enfatizo que es aquí en la publicidad y promoción donde existe ciertas falencias ya que realizan campañas pobres de publicidad en unos casos y en otros es la falta de promociones, todo esto junto hace que no atraigan consumidores y no tengan una clientela establecida la realización de este estudio a medias no les permite conocer el posicionamiento del servicio en su fase de introducción en el mercado.

De igual forma los inversionistas de nuestra localidad dejan incompleta la fase del estudio técnico para determinar el tamaño, localización de la empresa, ingeniería del producto y el proceso productivo y es aquí en la

localización de la planta donde los problemas aumentan ya que por la falta o mala determinación de un análisis microeconómico hace que sus nuevas empresas se encuentren ubicadas en lugares poco accesibles e inapropiados que no llaman la atención a la clientela que quieren acaparar, aunque mayoritariamente sucede que la localización de la planta la realizan a lazar en lugares que creen convenientes o por tener facilidades para asentar sus negocios, mas no bien por los principios básico-esenciales.

En el ámbito legal-administrativo las empresas que ofrecen estos servicios son de carácter unipersonal constituidas de responsabilidad limitada las mismas que se caracterizan por ser accionistas miembros de una misma familia en los cuales sus intereses personales son prioridad haciendo que estos fluyan celosamente dejando de lado los objetivos principales de la organización; sucede lo mismo en el plano administrativo ya que al ser negocios familiares en las cuales las plazas de trabajo están ocupadas por sus mismos miembros el ejercer autoridad sobre estos se convierte en un plano muy conflictivo, además de esto sucede que con las restantes plazas de empleo el personal es contratado a lazar sin antes identificar sus capacidades, habilidades y aptitudes que estén más acordes para ejercer las diferentes funciones, todo esto por la falta de un organigrama tanto funcional como estructural así como también un manual de funciones que identifique y guie tanto a empleados superiores como a inferiores y salgan de la crisis existente.

Ya en el plano financiero las empresas referentes al proyecto en mención realizan una serie de gastos de inversión para implementar sus empresas sin medir los gastos innecesarios es decir si realizar un anticipado presupuesto que garantice un equilibrio económico tanto de egresos como ingresos es por esto que en el transcurso de la implementación se encuentran con una serie de conflictos de financiamiento ya que desconocen de efectuar una evaluación financiera correctamente, también se da en la mayoría de casos que la inversión realizada en este

tipo de empresas va más inclinada a la suerte en busca de mejores oportunidades y a la falta de empleo existente antes que al verdadero sentido y objetivos propios que conlleva el implementar una empresa.

En base a la problemática existente ya expuesta considero conveniente plantear el siguiente proyecto de inversión:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR- FEMENINO EN LA CIUDAD DE LOJA”

c. OBJETIVOS

a) Objetivo General:

- ✓ Determinar un estudio de factibilidad para la implementación de un Bar Femenino en la ciudad de Loja.

b) Objetivos Específicos:

- ✓ Elaborar un estudio de mercado para determinar oferta y demanda y el plan de servicios del bar femenino.
- ✓ Elaborar un estudio técnico: determinando el tamaño del proyecto la capacidad instalada, localización de la planta(macro y micro localización) ingeniería del proyecto
- ✓ Elaborar un estudio Legal-Administrativo: determinando el tipo de compañía a la que pertenecerá nuestro proyecto, así mismo un estudio organizacional determinando como estará estructurada funcionalmente nuestra empresa.
- ✓ Realizar un estudio económico financiero del proyecto para determinar la inversión utilizando indicadores financieros de evaluación tales como: El VAN, TIR, RBC y realizar el análisis de sensibilidad con la finalidad de conocer su rentabilidad.

d. METODOLOGÍA

Para realizar la presente metodología sobre el “**Proyecto de Factibilidad para la Implementación de un Bar femenino en la ciudad de Loja**” tomaré en cuenta los siguientes métodos:

- **MÉTODO INDUCTIVO.-** Será de importante ayuda este método ya que mediante la observación y la experimentación poder realizar un análisis exhaustivo en cuanto a cómo se encuentran y han ido evolucionando los servicios prestados por los bares de la ciudad, gracias a experiencias vividas y por sobre todo gracias al estado o situación en la que se encuentran y que está a la vista de todos quienes hacemos uso de estos servicios lo cual nos permitirá evadir errores cometidos en el transcurso de los años de existencia de estos locales de comida y bebida. El aporte de este método al proceso investigación se basa fundamentalmente de la observación y la experiencia.
- **MÉTODO DEDUCTIVO.-** La deducción es un método que parte de lo general a lo particular y por ende la aplicación de este servirá para analizar los constantes cambios económicos como la inflación, políticos y sociales que rigen la vida de la empresas existentes así como las que están por iniciarse es decir nos servirá para tomar decisiones acertadas así como también tomar las medidas preventivas que puedan acarrear crisis durante y luego del proceso de implementación.
- **MÉTODO HISTÓRICO.-** Que servirá para tener un soporte referencial acerca de los diferentes bares y restaurantes en la ciudad de Loja es decir sus orígenes e historia que complementaran nuestra investigación acercándonos aún más a los gustos y preferencias que tiene el consumidor local.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas a ampliar en el proceso de recolección de información se la realizaran en base a entrevistas, encuestas y a la observación directa. En las técnicas de recolección se establecerá la relación entre el investigador y el objeto del investigador.

- **Entrevista.-** La entrevista será utilizada de manera mínima exclusivamente en cuyos casos que la información sea de carácter confidencial y que obligatoriamente se requiera de datos en los cuales los únicos responsables sean gerentes o empleados de orden superior.
- **Encuestas.-** La aplicación de estas es de vital importancia ya que nos ayudara a medir de manera exacta datos estadísticos sobre gustos, preferencias es decir todo lo que tiene estrecha relación a nuestro proyecto de investigación.
- **OBSERVACIÓN DIRECTA.-** Se utilizará para evidenciar y comparar personalmente servicios entre uno y otro bar.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

Es la totalidad de los elementos a investigar, el estudio de la población proporciona una información de interés para las tareas de investigación, en muchos casos es imposible investigar a toda la población.

En el presente caso la población está conformada de la siguiente manera:

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN FEMENINA DE LA CIUDAD DE LOJA DE 10 AÑOS A 59 AÑOS DE EDAD

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

En donde:

P_o: Población Femenina Ciudad de Loja 2010 = 64.862

P_n: Población Proyectada

Po: Población Base

i: tasa de crecimiento de la población = 2,27%

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

$$Pn = 64.862(1 + 0.0227)^2$$

$$Pn = 67.839$$

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN PROYECTADA
2011	2,27%	66.334
2012	2,27%	67.839
2013	2,27%	69.378
2014	2,27%	70.952
2015	2,27%	72.562

Mujeres = 67.839

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

$$M = \frac{67.839}{1 + (0.05)^2(67.839)}$$

$$M = \frac{67.839}{1 + (0.0025) (67.839)}$$

$$M = \frac{67.839}{1 + 169.597}$$

$$M = \frac{65.811}{170.597} = 385 \text{ encuestas}$$

ANEXO Nº 2

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS DEMANDANTES

1. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

- | | |
|------------|-----|
| 001 – 318 | () |
| 319 – 400 | () |
| 401 – 600 | () |
| 601 – 800 | () |
| Más de 800 | () |

2. ¿Utiliza Ud. Los servicios que ofrecen los bares en la ciudad?

- | | |
|----|-----|
| Si | () |
| No | () |

3. ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?

- | | |
|-----------|-----|
| Semanal | () |
| Quincenal | () |
| Mensual | () |

4. ¿Visita estos lugares sola o en compañía? Indique cuantas personas.

- | | |
|---------------------------|-----|
| Sola | () |
| En Compañía de 1 persona | () |
| En Compañía de 3 personas | () |
| En Compañía de 5 personas | () |

5. ¿Cuánto paga normalmente por un coctel dentro de un bar?

- | | |
|----------|-----|
| U\$\$ 2 | () |
| U\$\$ 5 | () |
| U\$\$ 8 | () |
| U\$\$ 10 | () |
| U\$\$ 15 | () |
| U\$\$ 20 | () |

U\$\$ 30 ()

6. ¿Por qué medios de comunicación se entera Ud. de la existencia de estos lugares?

Radio ()
Televisión ()
Prensa escrita ()
Otros ()

7. ¿Usted está de acuerdo en que se debe instalar un bar exclusivamente para mujeres?

Si ()
No ()

8. ¿Si se instalara un bar específicamente para mujeres con servicios de buena calidad, buen ambiente, con show exclusivos, asistiría o haría uso de estos servicios?

Si ()
No ()

9. ¿En qué horario le gustaría visitar nuestro Bar?

Tarde ()
Noche ()

10. ¿Qué tipo de licor le gustaría servirse?

Cocteles ()
Cerveza ()
Whisky ()
Sodas ()
Room ()
Brandy ()
Colas ()
Aguas ()

ANEXO Nº 3

ENCUESTA A LOS OFERENTES

1. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

1000 - 2000	()
2001 -3000	()
301 - 4000	()

2. ¿Usted de que centro de diversión es propietario?

Discoteca	()
Bares	()
Karaoke	()
Bar - Karaoke	()
Total	34

3. ¿De las personas que visitan su centro de diversión, cual es el género que más lo visita?

Masculino	()
Femenino	()
Mixto	()
Total	34

4. ¿Cuáles son los servicios que presta su centro de diversión?

Diversidad de Licores	()
Iluminación apropiada	()
Rapidez al momento de entregar el pedido	()
Shows para ocasiones especiales	()

5. ¿En promedio cuantas mujeres visitan su centro de diversión a la semana?

SANTO REMEDIO	()
BEERS	()
CUBO BAR MAUNA LOA	()
DESAHOGOS	()
DISCORDIA GALERÍA BAR	()
EL SEÑOR FEUDAL	()
F.C	()
FRIENDS	()
JEAN BLUES	()
LA SIEMBRA	()
LEO"S EXCLUSIVE CLUB	()
LA CHONTA	()
CASA TINKU	()
D"CLASE	()
EL TURCO	()
EL ABUELO	()
LA LEYENDA	()
LA COBACHA	()
LIBAR	()
MY BAR	()
PANTERA	()
PRO -BAR	()
ROSSO	()
TROBAR	()
UNICORNIO	()
VIP	()
SHARWEST	()
MAGESTY	()
PARADICE	()
THE MILLS	()
ONIX	()
ORLANS	()
CADILAC	()
LA FIESTA	()

6. ¿Conoce usted de algún centro de diversión solo para mujeres?

Si	()
No	()

OFERENTES

BARES EN LA CIUDAD DE LOJA			
1	SANTO REMEDIO	18	LA COBACHA
2	BEERS	19	LIBAR
3	CUBO BAR MAUNA LOA	20	MY BAR
4	DESAHOGOS	21	PANTERA
5	DISCORDIA GALERÍA BAR	22	PRO -BAR
6	EL SEÑOR FEUDAL	23	ROSSO
7	F.C	24	TROBAR
8	FRIENDS	25	UNICORNIO
9	JEAN BLUES	26	VIP
10	LA SIEMBRA	27	SHARWEST
11	LEO'S EXCLUSIVE CLUB	28	MAGESTY
12	LA CHONTA	29	PARADICE
13	CASA TINKU	30	THE MILLS
14	D"CLASE	31	ONIX
15	EL TURCO	32	ORLANS
16	EL ABUELO	33	CADILAC
17	LA LEYENDA	34	LA FIESTA

Fuente: Capil Cámara de la Pequeña Industria de Loja

ANEXO N° 5

POBLACIÓN Y MUESTRA

PARROQUIAS	Mujeres año 2010	Proyección 2012	N° DE ENCUESTAS APLICAR
Valle	9806	10299	71
Sagrario	19068	20025	139
Sucre	7627	8010	56
San Sebastián	17978	18881	131
TOTAL			397

Fuente: INEC 2010

Elaborado: El Autor

I. ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
a.TITULO	1
b.RESUMEN.....	2
c.INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	33
f.RESULTADOS	37
ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS DEMANDANTES	37
ENCUESTA A LOS OFERENTES	49
g.DISCUSIÓN.....	56
1. ESTUDIO DE MERCADO	56
ANÁLISIS DE LA OFERTA	58
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	61
2. ESTUDIO TÉCNICO.....	66
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	73
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA.....	82
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “ENTRE AMIGAS CIA. LTDA”	87
MANUAL DE FUNCIONES	90
4. ESTUDIO FINANCIERO	97
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	97
Resumen de Activos Fijos	101
Resumen de Activos Circulantes.....	109
RESUMEN DE ACTIVOS.....	109
Presupuestos de Costos	112
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	123
VALOR ACTUAL NETO	124
TASA INTERNA DE RETORNO	125

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	126
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO	127
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	127
h.CONCLUSIONES	132
i.RECOMENDACIONES.....	134
j.BIBLIOGRAFÍA.....	135
k.ANEXOS.....	137
l.ÍNDICE.....	149